

OTOBAN

OYDER - OTOMOTİV YETKİLİ SATICILARI DERNEĞİ YAYIN ORGANIDIR



OYDER OTOMOTİV KONGRESİ
2019
Sektörün
gelecek ile buluşması

21 Mart 2019
FOUR SEASONS BOSPHORUS HOTEL, İSTANBUL

www.oyder-tr.org

112

Sayı: 112 ARALIK 2018



Manheim

**Sattım
Hayırlı Olsun!**

Son Çağrı!

**En Yüksek Teklif
Araç Alır!**

**Araç
Satışta!**



Bu sözler size tanıdık geldi mi?

18 yıldır duymaya alıştığınız bu kelimeler her hafta düzenli olarak gerçekleşen fiziki ve canlı açık artırmalarımızda binlerce alıcıya ulaşmaya devam ediyor.

Her marka modelden ikinci el araçlar Borusan güvencesiyle şeffaf ticaret ortamında anında satılıyor.

AÇIK ARTIRMA BİZİM İŞİMİZ!



Otomotiv Yetkili Satıcıları Derneği
adına İmtiyaz Sahibi
Murat Şahsuvaroğlu

Genel Yayın Yönetmeni
Ahmet Çağan
ahmet@caganakademi.com.tr

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Özgür Tezer

Yayın Kurulu
Zeynep Fidan Soysal
Uğur Yalçinkaya
Kemal Altuğ Erciş
Murat Yeğin
Uğur Güven

Editör
Duygu Demir

Reklam Yönetmeni
Yağmur Hilaloğlu
Tel: 0216 355 73 16
yagmur@oyder-tr.org

Yönetim Yeri
Esenyalı Mah. Yanyol Cad. Varyap Plaza,
No:61Kat:2 Daire:204 34903
Pendik- İSTANBUL
Tel: 0216 355 73 16
Faks: 0216 355 72 69
www.oyder-tr.org
otoban@oyder-tr.org

Grafik Tasarım
VH MEDYA
Esentepe Mahallesi
Tevfik Erdönmez Paşa Sokak
Diker Apt. No:26/5 Şişli / İstanbul

Baskı
Karakış Basım
Litros Yolu 2. Matbaacılar Sitesi No: 1BF1
Topkapı / Zeytinburnu
T: 0212 544 58 20

Yayın Türü
Yerel Süreli Yayın, Ayda Bir Yayınlanır.

Tüm yayın hakkı OYDER'e ait olup kaynak göstermek suretiyle
alıntı yapılabilir. OTOBAN Dergi parayla satılmaz.

Perakende Dünyasından Dijitalleşme

Özgür TEZER

OYDER Genel Sekreteri



Değerli Meslektaşlarım,
Hayatımızın birçok alanında karşımıza çıkan değişim ve dönüşüm son yıllarda Dijitalleşme olarak gündemimizde yer alıyor. Sanayinin 4.0 olarak adlandırdığı dönüşüm süreci hizmetler sektöründe de an be an değişimi hayatımıza dahil ediyor. Bundan 20 sene önce hayatımıza giren cep telefonu ile bugün kullandığımız cihazlar arasında mukayese edilemeyecek farklar mevcut, avucumuzun içinde bir dünya var artık. Bugün yerimizden kıpırdamadan dünyadan haberleri izleyebiliyor, birçok ihtiyacımızı sipariş edebiliyor, bankacılık işlemlerimizi yapabiliyor ve faturalarımızı ödeyebiliyoruz. İşimizle ilgili hemen hemen tüm operasyonları buradan yapabiliyor, uygulamalar ile hayatımızı kolaylaştıracak uygulamaları kullanarak bir yandan da müzik dinleyebiliyoruz.

Sektörümüzde ise artık otonom teknolojiler araçlarımızın içinde yer alıyor; kendi kendine park etme, şerit asistanları, şoför kontrol sistemleri, navigasyon sistemleri ve yapay zeka ürünleri artık bizimle beraber yaşıyor. Tüm amaç, tüketicileri memnun edebilmek ve hayatlarını kolaylaştırmayı sağlamak. İşletmelerimiz artık server yatırımları yapmamaya ve bilgileri bulut uygulamalarında tutmaya, müşterileri ile uygulamalar üzerinden iletişim kurmaya, sosyal medya üzerinden pazarlama argümanları geliştirmeye çalışıyorlar. Yani dünya değişiyor ve biz de bu değişime ayak uydurmaya gayret ediyoruz. Birkaç yıl önce gazetelere verdiğimiz satış ilanları artık bu mecrada yer almıyor, tüm ilanlar dijital mecralara kaydırılmış durumda. Bu yıkıcı değişim süreci halen devam ediyor. Son iki yılda toplanan veriler dünyanın başlangıcından bu yana toplanan verilerden daha fazla olmuş. Artık bu verilerin nasıl kullanılacağı önemli hale gelmekte, yani data analizcileri müşterilerimizin davranışlarını analiz edecek ve her birine özel bir pazarlama aktivitesi yapmamıza imkan tanıyacaklar. Dolayısıyla sizin artık gazetelerde ilan vermenize gerek kalmayacak, araç sergilemek için avm'lerde bulunmanıza gerek kalmayacak, roadshow'lar yapmaya ihtiyaç duymayacaksınız. Alıcı bilgileri önünüzde olacak ve bu alıcıya nasıl bir teklif yapmanız gerektiğini size önerecek bir dataya sahip olacaksınız. Zaman ve maliyet tasarrufu yapabilecek ve aynı zamanda doğru mecrada, doğru kişiye, doğru pazarlama aktivitesi gerçekleştirerek nokta atışı satışlar gerçekleştirebileceğiniz bir geleceğe yaklaşılmış durumdayız.

Bu gelişmeleri sizlerle paylaşmak üzere 2019 yılındaki Oyder Otomotiv Kongremizi "Otomotiv Perakendeciliğinde Dijital Dünya" olarak gerçekleştirmeyi hedefledik. Bu konularda uzman konuklarımız ile Otomotivin perakende dünyasında bugünü ve yakın geleceğini sizlerle paylaşma imkanı bulacağız. Özellikle otomotivin ön sıralarda çarpışan kahramanları olan perakendecilerin yeni dünyayı dinlemeleri ve buradan alacakları önemli bilgiler ile şirketlerini nasıl yönlendireceklerini göreceklərini düşünüyorum. Yukarıda da yazdığım gibi; doğru mecrada, doğru kişiye, doğru pazarlama aktivitesi gerçekleştirmek kaynakların verimli kullanılması açısından bugün dahil bundan sonra önceliklerimizin başında yer alacaktır.

Tüm Meslektaşlarımızı 21 Mart 2019 tarihinde İstanbul Four Seasons The Bosphorus otelinde gerçekleştireceğimiz 9. Oyder Otomotiv Kongresi'ne katılmaya davet ediyorum. Kongremiz ile ilgili gelişmeleri www.oyderotomotivkongresi.com adresimizden takip edebilirsiniz.

Zor geçen 2018 senesinin ardından 2019 yılında kendimizi ve işlerimizi yeni adetlere göre düzenlemeli, tüm kâr merkezlerimizi yeni döneme göre adapte ederek iş süreçlerimizi yeniden planlamalıyız. Bu dönemi önümüzdeki yıllara göre yeniden yapılanma zamanı olarak değerlendireceğimiz bir fırsata çevirmemizi tavsiye ediyor, yeni yılda birlik ve beraberlik içinde huzurlu bir yıl diliyorum.

BURAK REİS ÖZEN
OYDER Sigorta tarafından
tüketiciye sağlanacak
imkanlar



36

2018 Yılında Otomobil
için 47 Milyar TL Kredi
Kullandık



40

Türkiye, 2018 yılında
1,5 milyon araç üretti



54

İÇİNDEKİLER



06 AHMET ÇAĞAN
Gelişmenin anahtarı,
modernleşmeye katkı
sağlamaktır!



08 MURAT ŞAHSUVAROĞLU
Oyder'in 2018 Faaliyetleri
Yetkili Satıcılara Önemli
Faydalar Sağladı



12 Otomotiv sektörü ÖTV
ve KDV indiriminden
memnun



14 İşte 2018 yılı otomotiv
sektörü değerlendirmesi



18 AYKUT PEKTEKİN
Kendimize sorular



20 KURTHAN TARAKÇIOĞLU
Doğru dijital pazarlama
yaparak ek satış imkanı



26 HÜSEYİN TETİK
Kelebeklerin gerçek
ömrü



28 İşte harbi müjde: Yeni
otomotiv yatırımı



32 "2030'da her 10 aracın
3'ü elektrikli olacak"

SHOWROOM TRAFİĞİNİZ AZALIYORSA

DİJİTAL MÜŞTERİYİ YAKALAMAK İÇİN ADIM ATIN



Verimli



Şeffaf



Etkili



Otomotivci

dealerdoping

Otomotiv bayilerinin
azami etkiye asgari bütçe ile
ulaşabilen dijital pazarlama yaparak,
yeni müşteri adayları üretmelerini
sağlayan otomotivci bir hareket planıdır.



dealerdoping

www.dealerdoping.com

Tel: +90 212 760 16 05

ücretsiz
analizimizden
yararlanın!



Gelişmenin anahtarı, modernleşmeye katkı sağlamaktır!

Ekonomik ve sosyal alandaki ilerlemenin temelinde “modernleşme” olgusu yatıyor. Bu olgu belirli aşamalardan geçerek olgunlaştı; süreç içinde önemli dönemeçlerden geçildi, sınavlar verildi, hatalar yapılarak dersler çıkarıldı. Tabii ki modernleşme süreci halen devam ediyor, bizler de modernleşmeden yararlanıyoruz ve uyum sağlıyoruz. Ama sürece katkı sağlamamız gerektiğini de unutmamalıyız.



Bilim, teknoloji ve kuram... Bu üç kavram, dünyayı geliştiren adımlar olarak modernleşmenin şartlarını oluşturuyor.

İngiliz astronom, fizikçi, filozof ve matematikçi Isaac Newton, 17. yüzyılda kütle çekim kanununu buldu; dünyadaki nesnelerin hareketleri ile gökyüzündeki nesnelerin aynı doğal yasalarla yönetildiklerini kanıtladı. Kendi kütle çekim kanunu ile Kepler'in gezegen hareketleri kanunu arasındaki tutarlılıkları ortaya koyarak tezini ispatladı. Bunun anlamı artık doğanın sırlarının çözülebilir olduğunun ortaya çıkmasıydı. Bu aynı zamanda incelemelere, araştırmalara, açıklamalara ve yeni buluşlara “merhaba” demekti. Bilim dünyayı anlamaya, kavramaya ve geliştirmemize olanak sağlayacaktı.

İngiltere’de doğan James Watt ise 18. yüzyılda modern buhar makinesini geliştirerek endüstriyel devrimin oluşmasında önemli rol oynadı. Bu gelişim ülke ekonomisine ve dünyadaki sosyo-ekonomik yapıya direkt etki etti. Buhar makinesinin icadı teknolojinin bir başarısıydı.

Bu iki atılım sayesinde dünya artık eski dünya olmayacak, yenilikler ardı ardına

yaşanacaktı. Üstelik insanları yeni işler, yeni oluşum ve yaşam biçimleri bekliyordu.

Yine 18. yüzyılda filozof Adam Smith ortaya çıkarak ekonomide ve doğal olaylarda bir düzen olduğunu, bunun gözlem ve ahlâk hissiyle tespit edilebileceğini söyledi. Serbest rekabet sistemini dillendirdi.

Modernleşme hız kazandı

Yani Isaac Newton bilimi başlattı, James Watt teknolojiyi kullandı, Adam Smith ise bilim ve teknolojinin birlikte oluşturdukları başarıya sistem önererek yön verdi. Böylece modernleşme hız kazandı. Artık döngü tamamlanmıştı.

Sosyal gelişmeler, liberalleşme, çalışma ve yaşam biçimlerindeki değişiklikler üretim ve tüketim alışkanlıklarını da farklılaştırdı. Peşi sıra yeni toplumsal sınıflar ortaya çıktı, ülkeler arasındaki ilişkiler yakınlaştı, hukuk sistemi gelişti...

Tüm bunlar birçok alanda yeni teknikleri, ihtiyaçları ve çeşitliliği de beraberinde getirdi.

Dünya şartlarına ayak uydurabilmek ve modernleşmeyi yakalayabilmek adına

girilen bu ilerleme günümüzde her alanda sürüyor. Bilimde, sanatta, eğitimde...

İş dünyası da bitmeyen modernleşmeye AR-GE çalışmalarıyla, inovasyonla, teknolojik gelişmelerle, mesleki eğitimlerle, daha kaliteli üretimle, müşteri memnuniyetini merkeze alan çalışmalarla katkı sunuyor.

Belki Isaac Newton gibi bilimin temelleri atmadık, James Watt gibi teknolojiyi başlatmadık, Adam Smith gibi kuram ortaya çıkartıp her ikisini de işler hale getirmedi. Ama onların insanlık için yaptığı katkıya saygı duyduk ve bugün ne iş yaparsak yapalım üzerimize düşeni yapmaya hazırız.

Modernleşme hep sürsün ve dünya hep iyiye doğru gitsin diye...



ahmet@caganakademi.com.tr
www.caganakademi.com.tr

BUDGET

İSTEDİĞİN YERDE

1



budget.com.tr'ye girin.

2



Araç rezervasyonunuzu yapın.

3



Aracınız istediğiniz yere teslim edilsin.

4



Kiralama bitince istediğiniz yerden teslim alınsın.

Budget İstedğin Yerde ile
Budget konforunu ve hızını yaşayın.
Şimdilik sadece İstanbul'da.
444 4 722 | budget.com.tr

 **Budget**[®]
İstedğin Yerde



OYDER Yönetim Kurulu Başkanı
MURAT ŞAHSUVAROĞLU

Oyder'in 2018 Faaliyetleri Yetkili Satıcılara Önemli Faydalar Sağladı

Ocak ayı başında ÖTV-KDV indirimlerinin yıl sonuna kadar devam ettirilmesi konusunda Ankara'da yaptığımız görüşmeler ile sektörün beklentilerini bir kez daha ilgililere iletmiş olduk. 2019 yılı satış beklentilerinin karşılanabilmesi amacıyla mevcut indirimlerin ne kadar önemli olduğunun altını yaptığımız her görüşmede ısrarla ve rakamlarla vurgulamaya devam ediyoruz.

Değerli Meslektaşlarım,

2018 yılı otomotiv sektörü için iyi başlayan ancak yılın ikinci yarısında çok zorlandığımız bir yıl olarak hatırlanacaktır. Yılın başında markaların yaptığı tahminler ile yılın sonunda gerçekleşen arasında önemli bir fark oluştu ve bu adetsel gerilemeden tüm sektör zarar görmekle beraber özellikle Yetkili Satıcılarımız daha fazla etkilendiler. Ancak geçmiş tecrübelerimizle bu duruma çok hızlı aksiyonlar alarak mevcudiyetlerini devam

ettirme başarısı da gösteren Yetkili Satıcılarımız oldu.

Oyder olarak misyonumuz gereği meslektaşlarımız ile birlikte hareket ederek bu zor dönemin atlatılmasında önemli bir rol üstlenmiş ve Devlet ile Yetkili Satıcılar arasında köprü vazifesi görerek fayda sağlamış olabilmenin memnuniyetini yaşıyoruz.

Sadece 2018 yılında 34 adet Ankara ziyareti gerçekleştirerek her mecrada

dertlerimizi dile getirdik. Bu süreçte Hazine ve Maliye Bakanlığı, Ticaret Bakanlığı, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, eski adı ile Ekonomi Bakanlığı, TBMM Kurul ve Komisyonları, Siyasetçiler ve birçok Bürokratla yaptığımız görüşmeler ile sektöre destek verecek çalışmaları hayata geçirdik.

Taleplerimizin yerine getirilmesi amacıyla ulusal gazetelerde 167 haber, yerel gazetelerde 241 haber, ulusal dergilerde 76 haber, yerel dergilerde

15 haber ve televizyonlarda ise 55 TV haberi ve 32 adedi ise röportaj-canlı yayın ile 2018 yılında Yetkili Satıcı meslektaşlarımızın ve sektörümüzün ihtiyaçlarını ilgili yerlere iletme başarısını gösterdik.

Yine bir yıl içinde 72 Yetkili Satıcı Meslektaşımızı şirketlerinde ziyaret ederek mevcut gelişmeleri, beklentileri paylaştık ve Oyder'in çalışmaları ile ilgili sohbetler ettik. Aynı zamanda Renault, Ford, Fiat, Hyundai, Toyota, Peugeot, Nissan ve Honda markalarımızın yöneticilerine de ziyaretler yaparak Yetkili Satıcılıklarımızdaki beklentileri kendilerine ilettik.

Bir yıl içinde 5 adet Bölge Diyalog Toplantısı düzenleyerek onlarca meslektaşımız ile bir araya geldik. Toplantılarımızda güncel konular, ekonomik gelişmeler, sektörel durum ve gelecek konularını, konularının uzmanlarını davet ederek sizlerle bir araya getirdik. Bir sektör STK'sı olarak 8 yıllık süreçte 39 adet Bölge Diyalog Toplantısı gerçekleştirerek önemli bir görevi de icra ettiğimize inanıyoruz.

11 Nisan 2018'de 8. Oyder Otomotiv Kongremizi İstanbul Four Seasons Otel'de yaptık, kongremize 1000 kişi katıldı ve gerek sektörün bir araya gelmesi gerekse burada yapılan görüşmeler birçok iş bağlantısının yapılmasına da imkan tanımış oldu. Bugüne kadar yaptığımız Kongrelerimize siyaset sahnesinden de birçok katılım oldu.

Ekonomiden Sorumlu Başbakan Yardımcısı Mehmet Şimşek, Maliye Bakanı Naci Ağbal, Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekçi ve tüm Bakanlarımızın Bürokrasi ekipleri Kongrelerimize katıldılar. Bakanlarımızın konuşmaları ile görüşlerini paylaştıkları Kongrelerimiz uluslararası konuşmacıların katılımları ile dünyadaki sektörel gelişmeleri meslektaşlarımız ile paylaştığımız çok önemli bir zemin oldu. 2019 yılında da yine İstanbul Fourseasons The Bosphorus Oteli'nde 9.sunu yapacağımız Kongremizde birbirinden değerli konuşmacılar ile Otomotiv Perakendeciliğinde Dijital Dünya

konusundaki gelişmeleri sizlerle paylaşma imkanı bulacağız.

Oyder Akademi adı ile başlattığımız eğitim projelerimizde 2018 yılında 2 adet eğitimi dijital dünyaya taşıdık ve "Servis Yöneticileri Rehberi" ve "İkinci El Satış Danışmanı Yetiştirme Eğitimi" konuları ile tüm meslektaşlarımızın faydalanabileceği bir diğer imkanı daha gerçekleştirmiş olduk.

Otoban dergimizin yayınına devam ederek bu mecra ile birçok röportaj, uzman yazısı, dünyadan ve ülkemizden sektörel haberler, sektörel gelişmeler ile sosyal haberlerin verildiği dergimizi, ziyaretlerimiz esnasında sizlerin masalarında görüyor olmak bize de büyük moral olmakta.

Genç Oyder ise geçtiğimiz yıl seçimlerini yaparak yenilendi ve çalışmalarına hızla devam etti. Birçok organizasyon yapan Genç Oyderliler, mesleğimizi devam ettirecek yeni nesilleri sektöre dahil etme misyonunu en iyi şekilde yerine getiriyor. Genç Oyder Yönetim Kurulunda yer alan ve bu oluşuma destek veren tüm genç meslektaşlarımıza çalışmalarından dolayı teşekkür ediyorum.

Bütün bunların yanında gerçekleştirdiğimiz ve halen üzerinde çalıştığımız projelerimiz ile sektörümüze ve meslektaşlarımıza faydalı olmaya devam etmeyi amaçlıyoruz. Bizleri takip etmek, son dakika gelişmelerinden haberdar olmak, projelerimizi görmek için lütfen sosyal medya hesaplarımızdan bizi takip edin. Birçok haberi ve gelişmeyi bu mecralardan paylaşmaktayız ve daha çok bilgiyi yine buralardan paylaşmak üzere çalışmalarımızı sonuçlandırmak üzereyiz.

Son olarak, uzun yıllardır istenen ve hedeflenen bir konu olan derneğimize bir mülk satın alabilme düşüncesini gerçekleştirmek 2017-2019 Oyder Yönetim Kurulu olarak bizlere nasip oldu. Bu hayalin gerçekleştirilmesinde geçmiş tüm Yönetim Kurullarımız ve Değerli Üyelerimizin katkıları için teşekkür etmek istiyorum. Sizleri

de İstanbul Pendik'te satın almış olduğumuz dernek merkezimize bekliyoruz, bekliyoruz ve ziyaretinizden onur duyacağımızı belirtmek isterim.

Ocak ayı başında ÖTV-KDV indirimlerinin yılsonuna kadar devam ettirilmesi konusunda Ankara'da yaptığımız görüşmeler ile sektörün beklentilerini bir kez daha ilgililere iletmış olduk. 2019 yılı satış beklentilerin karşılanabilmesi amacıyla mevcut indirimlerin ne kadar önemli olduğunun altını yaptığımız her görüşmede ısrarla ve rakamlarla vurgulamaya devam ediyoruz.

Burada değinmeden geçmek istemiyorum, Hazine ve Maliye Bakanımız ve ekibinin bizlerden aldıkları brifing sonrası hızlıca ÖTV ve KDV indirimlerini hayata geçirmiş olmalarından dolayı kendilerine tekrar teşekkür etmek istiyorum. Sektörümüzün çok zor zamanında bu desteklerin hayata geçmesi bizi adeta uçurumun kenarından aldı.

Değerli Dostlarımız, yaptığımız tüm bu çalışmalar ile amacımız sektör STK'sı olarak bizlere düşen görevleri yerine getirmek. Tüm Yönetim Kurulu Üyesi arkadaşlarımız ile şirketlerimizi bir yana koyarak sektörümüze faydalı olmak amacıyla mesailerimizi STK hizmetine sunmaya gayret ediyoruz. Bölgelerinizde siyasetçiler ve devlet kadroları ile yaptığınız çalışmalar ve değerli destekler için sizlere de çok teşekkür ediyoruz. Birlikte hareket edince ne kadar önemli kararlar alınabildiğini bu sene gerek Hurda Teşviki uygulaması gerekse ÖTV-KDV indirimleri gibi önemli kararlarda görebiliyoruz.

Bu vesile ile derneğimize henüz üye olmamış dostlarımızı, sizleri temsil eden bir STK olması sebebiyle OYDER'e üye olmaya davet etmek istiyorum. Birlikte olduğumuzda çok büyük işlere imza atabileceğimize inanıyorum.

2019 yılının birlik ve beraberlik içinde geçireceğimiz huzurlu bir yıl olmasını diliyorum.

Saygı ve hürmetlerimle,



ÖTV ve KDV indirimleri 3 ay uzatıldı

Hazine ve Maliye Bakanı Albayrak, ÖTV ve KDV indirimlerinin 3 ay uzatıldığını açıkladı.

Hazine ve Maliye Bakanı Berat Albayrak, ÖTV ve KDV indirimlerinin üç ay daha devam edeceğini açıkladı.

Albayrak, otomotiv ve beyaz eşyada ÖTV, mobilya ve konutta KDV indirimlerinin 3 ay daha devam edeceğini bildirdi.

Albayrak, ticari harçlardaki KDV indirimi ile tapu harçlarındaki indirimin de 3 ay devam edeceğini belirtti.

Albayrak, sosyal medya hesabından yaptığı paylaşımında şu ifadeleri kullandı:

Enflasyonla topyekûn mücadeleye, ekonomide dengelenmeye ve istihdama destek amacıyla başlattığımız ve bu gece sona erecek ÖTV ve KDV indirimlerini yeni yılda 3 ay süreyle devam ettiriyoruz. İndirimlerimiz milletimize ve sektörlerimize hayırlı, uğurlu olsun.





Müşteri Odaklı Kaliteli Hizmet

Şirketimiz; her türlü araç ve hizmet talebinin müşteri beklentilerine uygun karşılanması düşüncesinden hareketle, etkin bir ekip anlayışı ile çalışmaktadır.

- Yeni ve ikinci el araç satışı,
- Aracınızı kullanımınız süresince satış sonrası hizmetler,
- Yedek parça ve aksesuar ihtiyaçlarınız,
- Filo kiralama ve filo satış sektörleri ile ilgili her türlü hizmeti ve çözümü tek çatı altında sunuyoruz.

nazer

nazer |  nazer |  nazer |  nazer

ikinci el

T: 0(262)-641-3333
F: 0(262)-643-1010
nazer.com.tr

iletisim@nazer.com.tr
Köşklü Çeşme Mh.
573. Sk. No: 5
41400 Gebze/Kocaeli

Otomotiv sektörü ÖTV ve KDV indiriminden memnun

ÖTV düzenlemesi sonucu ilgili araçlara yaklaşık olarak 10 bin TL'den 21 bin 500 TL'ye kadar indirim yansıyacaktır. Özellikle pazarda satışların yoğunlaştığı Kasım-Aralık aylarında gerçekleşecek bu indirimin son derece olumlu yansıyacağını düşünüyoruz.



OYDER Yönetim Kurulu Başkanı
MURAT ŞAHSUVAROĞLU

"Yıl sonu satışlar 500 bin adet civarında gerçekleşebilir"

OYDER Yönetim Kurulu Başkanı Murat Şahsuvaroğlu da bugün açıklanan 1600 cc altı motorlu binek araçlarda ÖTV uygulamasında 15'er puanlık indirimini mutlulukla karşıladıklarını belirtti. 2018 yılı otomotiv sektöründe pazarın

hiç beklenmedik bir şekilde 10 ayda yüzde 30 civarında daraldığının altını çizen Şahsuvaroğlu, "Oysa yıl başlarken beklentimiz bir önceki yıla yakın rakamlarda 900-950 bin seviyelerinde gerçekleşeceği yönündeydi. Özellikle Eylül ayında daralma yüzde 68'i bulmuştu. Ekim ayında ise daralma yüzde 70'in üstüne çıktı." ifadelerini kullandı.

Şahsuvaroğlu, ekonominin en büyük sektörlerinden bir tanesi olan otomotiv sektöründe uygulanan ÖTV indirimini çok olumlu bulduklarını bildirdi.

ÖTV indiriminin otomobil fiyatlarında artan kur baskısının azaltılmasında da etkisi olacağını vurgulayan Şahsuvaroğlu, şu değerlendirmelerde bulundu:

"ÖTV düzenlemesi sonucu ilgili araçlara yaklaşık olarak 10 bin TL'den 21 bin 500 TL'ye kadar indirim yansıyacaktır. Özellikle pazarda satışların yoğunlaştığı Kasım-Aralık ayında gerçekleşecek bu indirimin son derece olumlu yansıyacağını düşünüyoruz. Yeni araç almak isteyenler için de önemli bir teşvik olacaktır. Markalar da şu anda çok iyi kampanyalar düzenlemiş durumdalar. ÖTV indirimi, yıl sonu satış rakamlarının 500 bin adet

civarını yakalamasına vesile olacaktır. Sektörümüzün taleplerini dinleyen ve desteklerini esirgemeyen Hazine ve Maliye Bakanımız Berat Albayrak ve çok değerli ekibine meslektaşlarımız adına bu değerli destek için çok teşekkür ediyoruz."

Otomotiv Distribütörleri Derneği (ODD) Yönetim Kurulu Başkanı Ali Bilaloğlu, ÖTV ve KDV indirimlerine ilişkin olarak, "Atılan bu adım, otomotiv ekosisteminin korunarak geliştirilmesi, küresel otomotiv arenasında sektörümüzün rekabet gücünün devamlılığı ve desteklenmesi adına çok kıymetli bir gelişmedir." dedi.

Bilaloğlu, otomotiv sektörüne uygulanan ÖTV ve KDV indirimlerine ilişkin yaptığı değerlendirmede, otomotiv iç pazar satışlarında bu yılın ilk çeyreğinde yüzde 2 artış, ikinci çeyrekte yüzde 20, üçüncü çeyrekte ise yaşanan kur şoku ve faizlerdeki artışla yüzde 51 daralma yaşandığını belirtti.

Eylül ayında da otomotiv pazarının daralmasının yüzde 68 seviyesinde gerçekleştiğini anımsatan Bilaloğlu, geride bırakılan dönemde kur ve faizlerdeki artışın, tüketiciyi hızla otomotiv ürünlerine ulaşımdan uzaklaştırdığını vurguladı. Bilaloğlu, sektörün içerisinde bulunduğu



ODD Yönetim Kurulu Başkanı
ALİ BİLAĞLU

durum ve ihtiyaçları tüm platformlarda dile getirdiklerini ifade ederek, şu değerlendirmelerde bulundu:

"Bugün de Hazine ve Maliye Bakanımız Berat Albayrak'ın açıklamaları ile 31 Aralık 2018'e kadar uygulanmak üzere, 1600 cc altındaki motor hacmine sahip ve ÖTV matrahı 70 bin TL altındaki otomobillere uygulanan yüzde 45 oranındaki ÖTV'nin yüzde 30'a ve yine 1600 cc altındaki motor hacmine sahip ve ÖTV matrahı 70 bin TL ile 120 bin TL aralığında olan otomobillere uygulanan yüzde 50 oranındaki ÖTV'nin yüzde 35'e indirildiğini, ayrıca ticari araçlara uygulanan yüzde 18 oranındaki KDV'nin ise yüzde 1'e indirildiğini öğrendik. Son yıllarda yaratılan iç pazar, ana ve yan sanayinin başardığı üretim ve ihracat, bunların da ötesinde tüm sektörün ana oyuncular ve bağlı sektörleriyle yarattığı istihdam ülkemiz için çok kıymetli. Otomotiv, peşinden birçok sektörü sürüklüyor olmasıyla da önemli bir konumda. Ülkemizin lokomotif sektörlerinden otomotivin iç pazarını yeniden 1 milyon seviyelerine taşıyacak politikaların geliştirilmesi, güven ortamı ve istikrarın sürdürülebilir kılınması ülkemiz ekonomisi bakımından da çok önemli. Bu bakımdan atılan bu adım otomotiv ekosisteminin korunarak geliştirilmesi, küresel otomotiv arenasında sektörümüzün rekabet gücünün devamlılığı ve desteklenmesi adına çok kıymetli bir gelişmedir. Otomotiv sektörüne Hazine ve Maliye Bakanlığımızın vermiş olduğu destekler

ve süreç içerisinde sektörün ihtiyaçlarını dile getirmede sağladıkları imkanlar bakımından müteşekkirdiğimizi belirtmek isteriz. Sektörümüz de içerisinde geçilen bu süreçte ülkemiz yararına üzerine düşeni yapmaya devam edecektir."

"Otomotiv pazarının son iki ay beklentisi yüzde 40-50 artış"

Peugeot Otomotiv Pazarlama AŞ Genel Müdürü İbrahim Anaç ise otomotiv sektöründe son dönemde yaşanan daralmanın etkilerini hafifletebilmek adına ÖTV ve KDV oranlarında yapılan indirimin etkisinin pozitif yönde olacağını belirtti.

Daha önce ÖTV matrahlarında yapılan değişikliğin anahtar teslim fiyatlara yüzde 3 ile yüzde 6 arasında bir revizyon ile yansıdığını anımsatan Anaç; "Mevcut durumda ÖTV oranlarında yapılan 15 puanlık indirimin ve KDV oranında yapılan 17 puanlık indirimin etkisi çok daha fazla olacaktır. Bu indirim, hem zamanlama ve hem de içerik açısından, otomotiv sektörü, tüketiciler ve hem de devletin vergi gelirleri açısından çok yerinde bir adım oldu." değerlendirmesini yaptı.

Anaç, son dönemde önemli bir daralma yaşanan otomotiv pazarının son iki ay beklentisinin yüzde 40 ile yüzde 50 arasında artış gösterebileceğini ifade etti.

Peugeot olarak son dönemde önemli başarılarla imza attıklarının altını çizen Anaç, şunları kaydetti:

"Yeni ÖTV oranları otomobil ve hafif ticari Peugeot modellerinde önemli fırsatlar sunuyor olacak. 100 bin TL matraha sahip bir otomobilin yeni ÖTV oranları ile sağlayacağı avantaj 18 bin 400 TL, 80 bin TL matraha sahip Peugeot Partner tipi hafif ticari aracın yeni ÖTV oranları ile sağlayacağı avantaj 9 bin 440 TL, 70 bin TL matraha sahip Peugeot Partner Panelvan tipi aracın yeni KDV oranları ile sağlayacağı avantaj 12 bin 370 TL olacak. Peugeot olarak ÖTV ve KDV indirimlerine ek olarak çeşitli fırsatlar sunuyoruz. Hemen hemen tüm modellerimizin fiyatları Ağustos ayı seviyelerine gelmiş durumda. Tüketicilerin satın alma kararlarını etkileyen en önemli unsurlarından birisi de tüketici finansmanı olarak karşımıza çıkıyor. ÖTV indirimine ek olarak mevcut ortamda tüketici finansmanı ile ilgili yaşanabilecek

zorlukların önüne geçebilmek ve satın alma sürecini kolaylaştırmak adına tüm Peugeot modellerimizde sıfır faizli kredi seçeneğini de sunuyor olacağız."

"Hamle tam zamanında geldi"

Toyota Türkiye Pazarlama ve Satış AŞ Üst Yöneticisi (CEO) Ali Haydar Bozkurt da motor hacmi 1600 cc altındaki araçlara gelen yüzde 15'lik indirimle birlikte ticari araçlardaki yüzde 18'lik KDV'nin yüzde 1'e indirilmesinin satışların artmasına ciddi anlamda destek vereceğini belirtti.

Zor bir dönemden geçerken böyle bir uygulamayı devreye almanın hem sektörü hem de otomobil ve ticari araç almayı düşünenleri oldukça mutlu ettiğini aktaran Bozkurt, bunun yanında 1800 cc hibrit araçlara yüzde 15'lik indirim gelmesinin de kendilerini ayrıca memnun ettiğini bildirdi.

Bozkurt, sektörün bugüne kadar her zaman bardağın dolu tarafına bakmaya gayret gösteren bir yaklaşım içinde olduğunun altını çizdi.

Sektörün Kasım ve Aralık ayları için olası gelişmelere göre bir önlem almayı düşündüğünü belirten Bozkurt, "Yüzde 70'lere varan daralmanın yaşandığı dönemde bile ümidimizi kaybetmiyorduk. Bu açıdan baktığımızda böyle bir hamle tam da zamanında geldi. Kasım ve Aralık ayları otomobil piyasasının hareket beklediği bir dönemdi. Bu dönemde bu indirimlerin çok olumlu katkısı olacaktır. Sektörümüzü rahatlatmasını beklediğimiz bu gelişmeler için Bakanımız Berat Albayrak'a da çok teşekkür ediyoruz." ifadelerini kullandı.

Tavsiye edilen satış fiyatları

Tavsiye edilen ÖTV teşvikli ve kampanyalı Toyota Kasım fiyatları şöyle:

"Eski fiyatı 179 bin 350 TL olan 1.8 C-HR Hybrid 4x2 Advance e-CVT'nin yeni fiyatı yüzde 10 düşüşle 161 bin 600 TL oldu. 89 bin 900 TL'ye satılan Corolla 1.6 Life yüzde 11 düşüşle 77 bin 200 TL'ye satılacak. Hilux 2.4 D-4D 4x2 Active'in yeni satış fiyatı 138 bin 400 TL'den 117 bin TL'den geriledi. 203 bin 750 TL satış fiyatı olan Hilux 2.4 D-4D 4x4 Hi-Cruiser A/T'nin (50. yıl) yeni fiyatı yüzde 14'lük düşüşle 174 bin 900 TL oldu."

İşte 2018 yılı otomotiv sektörü değerlendirmesi

Geride bıraktığımız 2018 yılı her sektörde olduğu kadar otomotiv sektöründe de çok söz ettirecek bir yıl oldu. Yeni otomobil satışları son 15 yılın en düşük seviyelerinde gerçekleşirken devlet, ÖTV ve KDV indirimleri yaptı. Sonuç olarak pazar her türlü önleme karşı yüzde 35 daraldı! Gelecek yılın tahminini yapan sektörün önemli yöneticileri ise 2019 yılı pazar tahminlerinin ortalama olarak 500 binin altında olacağını söylediler. İşte 2018 ve 2019 değerlendirmeleri...



OYDER Yönetim Kurulu Başkanı
MURAT ŞAHSUVAROĞLU

OYDER Yönetim Kurulu Başkanı Murat Şahsuvaroğlu, "2018 yılında Türkiye otomotiv toplam pazarı 620 bin 937 olarak gerçekleşti. Geçen yıla oranla yüzde 35'lik bir daralmanın yaşandığını görüyoruz. Otomotiv sektörüne yapılan ÖTV ve KDV indirimiyle birlikte %78'lere varan daralma ardından son iki ayda az da olsa toparlanma sürecine girildi. Hazine ve Maliye Bakanlığımız tarafından verilen bu çok önemli destekle 2019 yılının Ocak, Şubat, Mart aylarında da otomotiv pazarının daralma süreci yavaşlatılmış olacaktır" açıklamasını yaptı.

Şahsuvaroğlu ayrıca yüksek kredi faizlerinden dolayı bankacılık

sektörünün otomotiv için ne kadar önemli bir finansman sağlayıcısı olduğundan da şu sözleriyle bahsetti; "Kredi faiz oranları da düşme eğilimine girmiş durumda ama henüz tüketiciyi hareketlendirecek bir seviyede değil. Bu dönemde eğer bankacılık sektörü faiz oranlarında ve kredi taleplerini onaylama iştahında bir miktar daha tüketicinin yanında olsa bu satış rakamları daha da yukarı gider. Otomotiv sektörünün eski seviyesine gelmesi zaman alacaktır, bir müddet daha bu düşük satış rakamları ile yaşayacağımızı görüyoruz ancak hepimizin umudu bu yıl ortasından itibaren faizlerin düşmesi ve 2020 yılında 600-700 binli rakamların yeniden konuşulmasıdır."



Nissan Türkiye Genel Müdürü
SİNAN ÖZKÖK

Nissan

Otomotiv sektöründe 2018 yılını değerlendiren Sinan Özkök, sektörün 2017 yılına göre %35 daralmayla tamamladığına değinerek şu açıklamalarda bulundu: "2018'de sektörü etkileyen en önemli faktörlerden bir tanesi döviz kurlarındaki dalgalanmaydı. Euro ve Dolar kurlarındaki oynamalar pazarımızı doğrudan etkiledi. Örneğin Euro kuru Ocak-Aralık döneminde %33'lük bir artış gösterdi. Bir diğer maliyet faktörü olan enflasyonda ise yine Ocak-Aralık döneminde %20.3'lük artış yaşandı. Bir yandan dövizdeki artış diğer yandan enflasyondaki artışa rağmen otomotivdeki fiyat endeksi Ocak-Aralık döneminde sadece %18.2'lik artış gösterdi. Özellikle Kasım ve Aralık'taki vergi indirimlerinin etkisi ile beraber fiyat endeksi %20'nin altında kaldı.

ODD verilerine göre Aralık ayını 77 bin 700 adetle, 2018 senesini de 621 bin adetlik bir pazarla tamamladık. 621 bin adetlik bu pazar seviyesi, bir önceki seneye göre de %35'lik bir daralmayı işaret ediyor. Aylık bazda incelediğimizde 2018'de yılın ilk yarısında 2017'ye benzer bir tablo görürken, ikinci yarıda maalesef %70'leri geçen düşüşler yaşadık. İkinci altı ayda pazarımız %52 seviyesinde düşüş kaydetti. Özellikle Eylül ve Ekim aylarında yaşadığımız ciddi düşüş trendi yılın son 2 ayı için endişelendirse de devletimizin devreye aldığı vergi indirimi uygulaması sayesinde Kasım'da ve Aralık'ta talebin hareketlendiğini gördük ve yeniden 600 bin adet seviyesinin üzerine çıkabildik.

Otomotiv pazarında SUV payının 2010'da %10'un altındayken 2018'de %22'ye yükseldiğini ifade eden Sinan Özkök sektördeki değişimi şu şekilde değerlendirdi: "621 bin adetlik pazarın içinde önemli kısım %78 ile binek otomobil pazarına ait. Binek otomobil pazarının %96'sı 1.6'nın altındaki motorlardan oluşuyor. Vergi indirimi ile beraber buradaki talebin daha yüksek olacağını öngörüyoruz. Bir diğer önemli detay da pazarın %58'inin hala dizel tercih etmesi. Avrupa'da yaşanan dizelden benzine geçişin Türkiye otomotiv pazarına da yansıtacağını düşünüyoruz. Burada hala %50'nin üzerinde bir dizel payı varken önümüzdeki dönemlerde önce benzine, daha sonra da elektrikli araçlara geçişin hızlı bir şekilde gerçekleşeceğini öngörüyoruz.

%50 oranında sedan kasa tipine talep varken %22'lik bir SUV tercihi de pazarımızın önemli bir gerçeği. SUV araçların pazardaki payı giderek artıyor, on sene öncesinde %10'un altındayken artık %20'leri geçen bir SUV segmentinden bahsediyoruz. Günümüzdeki müşteri talebinde hatchback'ten SUV kasa tipine doğru ciddi bir geçiş söz konusu. Bu segmentin gelişiminde çok büyük rol oynayan Qashqai, X-Trail ve Juke modellerimizle bu önemli segmentin değişmeyen lideri konumundayız.

"2019'a yönelik planlarımız çerçevesinde Ocak, Şubat ve Mart aylarında devam eden vergi indirimlerinin yılın geri kalanında da sürmesi durumunda pazarın 450 bin adet seviyesinde olacağını öngörüyoruz. Bu uygulama devam etmediği takdirde pazarımızın çok daha düşük seviyeye inme riski de ortada. İlk üç aydaki vergi indirimleriyle beraber elbette pazarda bir hareketlenme bekliyoruz ancak bir kısım talebin Kasım ve Aralık aylarına çekilmiş olması bu hareketin daha kısıtlı olacağını gösteriyor. 450 bin adet düzeyinde kalsak dahi 2017 ile karşılaştırdığımızda maalesef pazarın yarı yarıya daraldığı da başka bir gerçek."

Peugeot

Peugeot, 24.905 binek, 5.247 hafif ticari olmak üzere toplam 30.152 araç satışı gerçekleştirerek pazar payını %4.2'den %4.9'a çıkarma başarısı gösterdi ve pazar payını en çok artıran dördüncü marka oldu. Bu sonuçlarla birlikte toplam satış sıralamasındaki yerini iki basamak



Peugeot Türkiye Genel Müdürü
İBRAHİM ANAÇ

yükseltme başarısı da gösteren Peugeot 7.liğe yerleşti. Binek araç pazarı satış sıralamasında da iki basamak yükselen Peugeot %4.1'den %5.1'e yükselttiği pazar payı ile 8.liğe yerleşti.

Peugeot Türkiye Genel Müdürü İbrahim Anaç yapmış olduğu değerlendirmede: "2018 yılı otomotiv sektörü için oldukça zorlu geçti. Biz tüm bu olumsuz ortama rağmen olumlu sonuçlar elde edebilen birkaç markadan birisi olduk. Gösterdiğimiz performansla 2013-2018 yılları arasında pazar payımızı iki katına çıkarmış olduk. Bu başarı, grubun hayata geçirmiş olduğu işletme verimliliği iyileştirmesi ve ekiplerimizin Push to Pass planına odaklanmasının yansımasının bir göstergesidir. 2019 yılında da yeni modellerimiz ve yetkili satıcı teşkilatımızın katkısıyla her geçen gün kârlı ve sürdürülebilir büyüme koşullarını iyileştirmeye devam edeceğiz.

2019 yılında temkinli iyimser bir yaklaşımla otomotiv pazarın 520 bin civarında olacağını öngörüyoruz. Bu yıl da pazar dinamiklerine ve ihtiyaçlarına paralel olarak uygulayacağımız ticari politikalar ve müşteri memnuniyetine verdiğimiz önem ve iş süreçlerimizi daha müşteri odaklı yürüterek pazar payımızı artırmaya devam etmek istiyoruz."

Skoda

Skoda, 2018 yılını, pazar payını yüzde 28,5 arttırarak tamamladı. Bu pazar payı ile Skoda, düşen toplam pazarda payını artıran marka olarak dikkat çekti.



Yüce Auto Skoda Genel Müdürü
ZAFER BAŞAR

Yüce Auto Skoda Genel Müdürü Zafer Başar, marka olarak pazardan daha az daraldıklarını belirterek "Marka olarak düşen pazarda payımızı artırmak mutluluk verici. Ekonomik göstergeleri yakından takip ettik ve krizin büyüme ihtimaline önlem olarak öncelikle stok yapımızı ve üretim planlarımızı güncelledik. Şu ana kadar Pazar koşulları planlarımızı doğrulamaktadır. Bu daralmadan büyüyerek çıkacağımızın net sinyalini aldık ve Pazar payı artışımız da bunu doğruladı." açıklamasında bulundu.

2019 yılı otomotiv pazarı beklentilerini de değerlendiren Başar, sözlerine şöyle devam etti; "2019 binek otomobil pazarının daralacağını öngörüyoruz. Skoda olarak bizim öncelikle hedefimiz Pazar koşulları ne olursa olsun payımızı korumak ve daha da yukarıya çıkartmak."

Toyota

Toplam pazarın 620 bin 937 olarak gerçekleştiğini ve geçen yıla oranla yüzde 35,06'lık bir daralmanın yaşandığını da sözlerine ekleyen Bozkurt "Toplam pazarda yüzde 5,5'lik oranla ilk 5 marka içindeyiz. Kasım ayındaki binek otomobil satışları birinciliğimizin ardından, Aralık ayında toplam 3 bin 493 adetlik satışımız ile birlikte 2018 yılı toplamında ilk 5 sıra içindeki yerimizi aldık. Lokomotif modelimiz Corolla'nın 23 bin 576 adetlik satışı başta olmak üzere tüm modellerimizin bu konuma gelmemizde önemli katkısı var. Bundan daha önemlisi Türkiye pazarında sattığımız bütün araçların yüzde 89,4'ünü ülkemizde üretiyoruz. Bu her açıdan ülke ekonomisine büyük katkı sağlıyor" dedi.



Toyota Türkiye CEO'su
ALİ HAYDAR BOZKURT

Bozkurt, 2018 yılında toplam Toyota satışları içinde toplam hibrit araç satışlarının da artış gösterdiğini kaydederek "2018'de 3 bin 373 adetlik hibrit otomobil satışı gerçekleştirdik. Böylelikle toplam satışlarımız içindeki hibrit payı yüzde 9,9'a ulaştı. Bugün Türkiye'de satılan her 100 hibrit otomobilden 88'i Toyota markalı. 2019 yılında Türkiye'de hibrit versiyonu da üretilecek olan 12. nesil Corolla modelimizin de katılmasıyla Türkiye pazarında; Yaris Hybrid, RAV4 Hybrid, Prius ve Toyota C-HR Hybrid ile yer almaya devam edeceğiz" diye konuştu.

ÖTV ve KDV indirimlerinin 2019 yılının ilk üç ayında devam etmesi için "Zor bir dönemden geçerken böyle bir uygulamayı devreye almak hem sektörü hem de otomobil ve ticari araç almayı düşünenleri oldukça memnun etti. ÖTV ve KDV düzenlemesinin 2019 yılının ilk 3 ayında da sürecektir olması sektörümüze olan olumlu katkıyı devam ettirecektir" açıklamasında bulundu.

Kur farklılıkları hakkında da açıklama yapan Bozkurt, "2018'in başından bu yana Euro yüzde 65'lik bir artış gösterdi. Aynı dönemde bizim araçlarımıza yaptığımız fiyat artışları modeline göre yüzde 25-49 arasında değişti. Şimdi 2019 modeller geleceği için günlük kurlara göre hareket edilecek. Yıl sonu satış tahmini olarak 400-450 bin aralığını öngörüyorum. Bu

durumda da temkinli planlar yapmak gerekiyor" diye konuştu.

Volvo

Volvo Car Turkey, 2018 yılını 5 bin 943 adet ile tamamlayarak, geçen sene 4 bin 470 adetlik satışını %33 arttırdı. Toplam pazarın bir önceki yıla göre %33, premium segmentin ise yaklaşık yüzde %35 küçüldüğü bir senede, satışlarını en çok artıran premium marka oldu. Volvo Car Turkey premium segmentteki pazar payını da %6'dan %12'nin üzerine çıkarttı.

2018 başarılarını 2019'da da artırmayı hedeflediklerini söyleyen Volvo Car Turkey Genel Müdürü Sabri Sözen globalde de büyük başarı yaşandığını belirtti. Genel Müdür Sözen; "Volvo Cars'ın 600 bin adedin üzerine çıkarak küresel satış rekoru kırdığı 2018'de Volvo Car Turkey olarak bu rekorda bizim de katkımızın olması mutluluk verici. Global anlamda yıllık toplam otomobil satış adedimiz, 1927 yılında kurulduğu günden bugüne ilk kez 600 bini geçti. Şirketimizin satışları, 2018'de bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 12,4'lük artışla 642 bin 263 araca ulaştı. Bu, Volvo Cars için üst üste beşinci küresel satış rekoru anlamına geliyor. Volvo Cars olarak tüm dünyada, 2017 yılında 571 bin 577 adet otomobil satmıştık" diye konuştu.



Volvo Otomobilleri Türkiye Müdürü
SABRİ SÖZEN



D-Expert



**İkinci El
Garanti Uzatımı**



DYNO Test



OBD (Diagnoz) Test



Yanal Kayma Test



Tramer Sorgulama



Fren Testi



**Kaporta - Boya
Kontrolü**

UZMAN BAKIŞ, KESİN SONUÇ!

Uluslararası tecrübesi ile bağımsız, tarafsız ve profesyonel ikinci el araç ekspertiz hizmeti veren TÜV SÜD D-Expert, alanındaki en iyi uzmanları kadrosunda bulunduruyor. Son teknolojiye sahip ekipmanlar kullanarak hazırlanan "TÜV SÜD D-Expert İkinci El Araç Ekspertiz Raporu" ile kurumsal firmalara ve son tüketicilere araç durumu ile ilgili güven tesis edip, ilişkiye değer katıyor. İkinci el araç alım satımında, TÜV SÜD D-Expert uzmanlığıyla her iki taraf da objektif ve güvenilir bilgilendirme sayesinde rahat ediyor.

• İstanbul Maslak • Ankara Şaşmaz • İzmir Gaziemir • İstanbul Sancaktepe • Adana Şakirpaşa

0850 223 56 00

www.d-expert.com.tr

TÜV SÜD DOĞUŞ EKSPERTİZ VE DANIŞMANLIK HİZMETLERİ LTD. ŞTİ.

TÜV®

Kendimize sorular

Otomotiv distribütörü yöneticileri ile yaptığımız sohbetlerde yöneticiler, yetkili satıcılarda teknik istatistiklerin takibini, mali sonuçların yorumlanmasını ve bütçeleme faaliyetlerini temel gelişim noktalarından bir kaçını olarak gördüklerini belirtiyorlar.

Kanaatim, marka temsilcileri ile sürekli takip edilen ;

- Kendi plazasında satılan araba adedi,
- Türkiye'deki ve markasındaki gelişime göre oransal performansı,
- Satış sonrasındaki araç giriş adedi,
- Giren araçların ne kadarının mekanik kısmına, ne kadarının boya kaporta kısmına girdiği,
- Müşteri memnuniyeti odaklı anket sonuçları,
- Markadan alınan yedek parça ciro performansı

... gibi özünde Marka yöneticisinin plazanın takibi için kullandığı teknik istatistiklerin, zamanla plaza yöneticisinin takip ettiği temel istatistiklere dönüşmesi ve odaktan otomotiv işinin çıkması durumu plaza yöneticilerinin ince hastalığıdır.

Peki acaba;

- Araç başı plaza giderimizin ne olduğunu,
- Satış danışmanı bazında ne kadar gidere katlandığımız,
- Araç başı işçilik gelirlerimizin kaç TL olması gerektiği,
- Boyahanedeki şase bazında boya tüketimimizin kaç litre olduğu,
- Ortalama bir teknisyenin günde kaç araç bakımı/onarımı yaptığı,
- Her bir çalışma arkadaşımızın bulunduğu departmana göre veriminin yüzde kaçlarda olduğu...

Gibi faaliyetimizin özüne ilişkin soruları kendimize sorup, takip ediyor muyuz? Bu istatistikleri mali sonuçlarımızla bütünleştirip değerlendiriyor muyuz?

Yapan ve gelişerek ilerleyen yetkili satıcıların, içinde bulunduğumuz

ekonomik daralmadan nefeslerini tutmayı başararak çıkacaklarını ve sektörde var olmaya devam edenler olacaklarını düşünüyorum.

Kendimize soru sormaya ve düşünmeye devam edelim!

Mali sonuç ne demek? Bütçe çalışması nasıl yapılmalıdır? Nasıl takip edilmelidir? Örnek vermek gerekirse; mali sonuç dendiğinde yıllardır sektörde akla gelen mukayese verisi, plazanın satış sonrası gelirinin toplam plaza giderlerini karşılaması ve ardından elde edilen satış gelirlerinin plazanın vergi öncesi brüt kazancını oluşturması diye konuşuyoruz. Mutlaka bilmekte fayda var; ancak bu sonuç bir plaza yöneticisi için neyi ifade ediyor? Plaza yöneticisinin kendisine "veriyi elde ettiğimde, analiz edeceğim sonuçlar amacıma hizmet ediyor mu?", "teşhis koyduktan sonra tedavi yolunda eşlik ediyor mu?", "ekibimle birlikte aksiyon planı almasına yardımcı olabiliyor mu?" ... sorularını sorarak analizlerini yapması gerektiğine inanıyorum.

Özetle sadece dönem sonundaki sonuçlara bakmak bize geçmişte olan biteni aktarabiliyor, şirketimizde neleri kaçırdığımızı ve hatalı yaptığımızı bizlere söylüyor olabilir. Peki, bu rakamlar gerçekten şirketinizin ilerleyeceği yolda bize ne kadar eşlik ediyor?

"MALİ SONUÇ"a şirketin geleceğe uzayan ticari yolculuğundaki hafızası dersek; bu birikimi ilerleyeceğimiz yolda sistematik olarak kullanmaya "BÜTÇE ÇALIŞMASI" diyebiliriz.

BÜTÇE ÇALIŞMASI'nın biraz daha detaylandırarsak;



**Nazer Otomotiv Genel Müdürü
AYKUT PEKTEKİN**

"Şirketinizin potansiyeline, performansının ulaşabileceği güce ve yeteneğe sahip olduğuna inanarak, mevcut potansiyeli en üst düzeye çıkarmak için, mali verilerimizle ve teknik istatistiklerimizle analiz eden ve çözüm üreten bir süreçte sonuçlara katkı sağlayan her çalışanımızla çıkılan işbirlikçi bir yolculuk" olarak tanımlanabilir.

2019 şapkalı çıkarma zamanı!

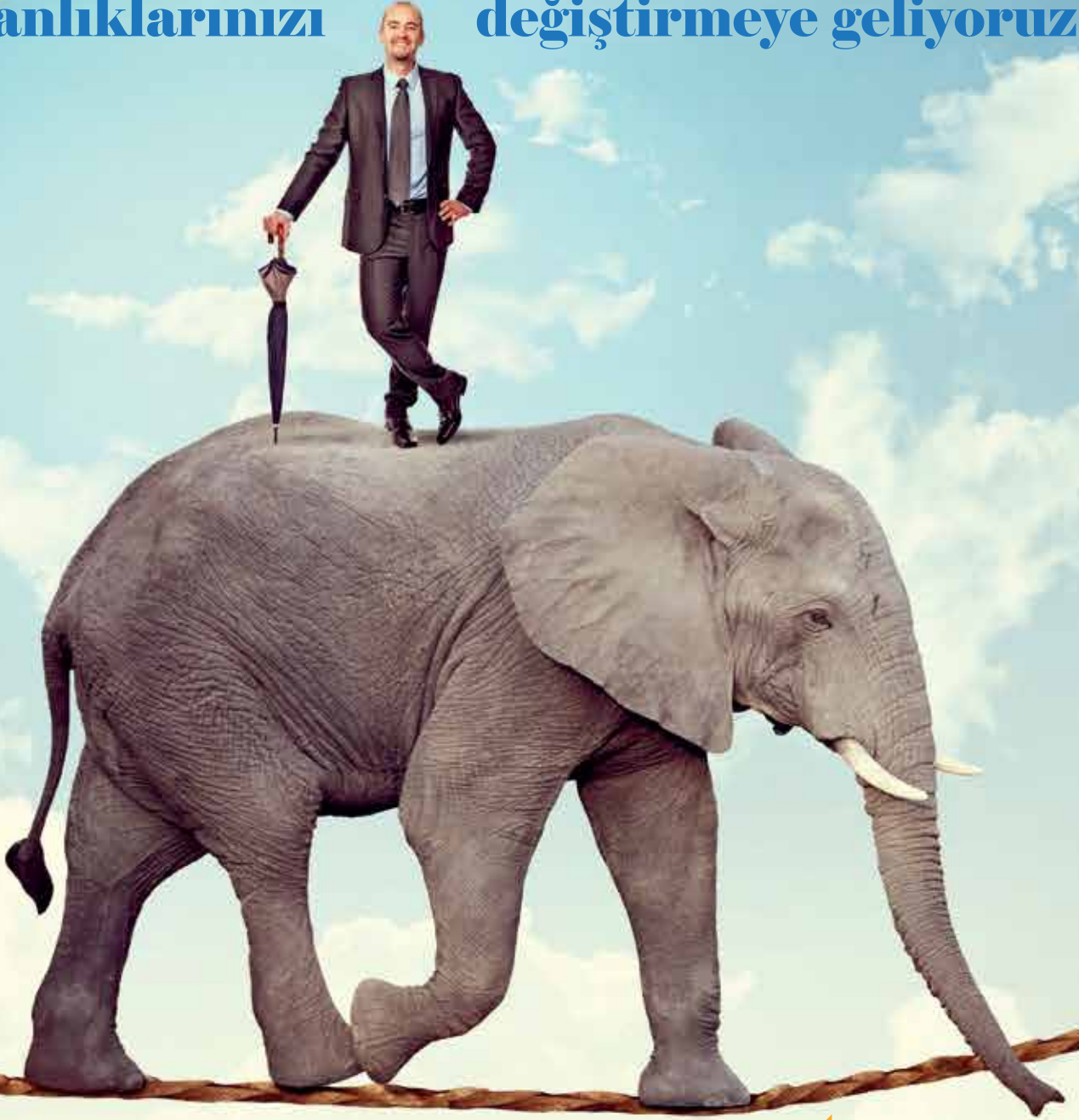
Önerim; yöneticilerin, kendi plazasının durumunu önüne net olarak çıkarması, odağına "OTOMOTİV FAALİYETİNİ" koyması, ekibiyle birlikte bu yolda ilerlemenin çarelerini düşünmesi ve bu yolda hedefli ve sistemli bir şekilde ilerlemesidir.

Yöneticilerimizin bu yükü paylaşarak taşıyabilmeleri için, ekiplerimizin süreçleri sahiplenmesi ve detaya vakıf olmalarını teminen plazadaki her bir departmanı ayrı şirketler gibi yönetmesi, bu şirketçikleri yöneten çalışma arkadaşlarımıza sorumluluğu verip, bu yolculukta direksiyona oturmasalar da, yan koltukta co-pilot'luk yaparak onlara destek vermenin keyfini çıkarabilmesi faydalı olacaktır.

Kendimize soracağımız daha çok sorumuz var eminim. Ancak bu soruları sormadan önce, kendinize bir vizyon sorusu sorun lütfen ...

20 yıl ilerden bugüne bakma imkanınız olsa idi nasıl bir yetkili satıcı plazası tesis ederdingiz? Bu soruyu yanıtlarken 20 yıl sonra çocuklarınıza nasıl bir plaza devir etmek istediğinize de karar verin!

Bütün bildiklerinizi unutun!
Alışkanlıklarınızı değiştirmeye geliyoruz!



 **ONLINEALSAT**

www.onlinealsat.com

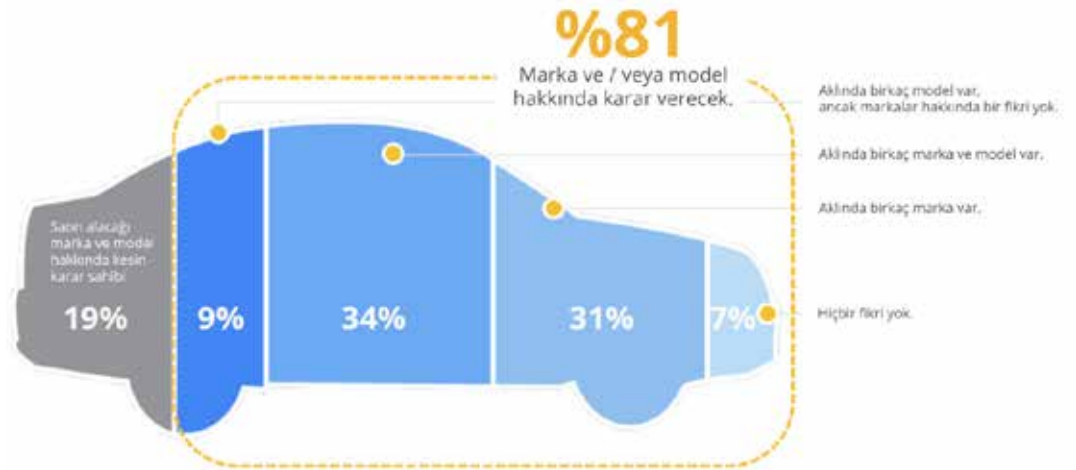
Doğru dijital pazarlama yaparak ek satış imkanı



Müşteriyi içine alan ve etkileyen HİZMET ortamı sağlamaya başlamanın ilk adımı artık internetten başlıyor. Otomotiv perakendesi de hizmet demektir. Bu yüzden, dijitale methiyeler düzerken bir yandan da ondan uzak duruyorsanız, muhtemelen önemli kayıplarınız var. İşinizin kontrolünü bir an önce dijital konularda da ele almalısınız. Zira geleceğinizi tahmin etmenin en kolay yöntemi budur.



Marka veya model sadakati bitiyor.



Showroom ziyaretleri azalıyor.



Önce kendinize şu soruyu sorun;

Dijital pazarlamayla ilgili ÖZERK bir planınız var mı?

Yoksa bu işi tamamen distribütörünüzün yönetimine ya

da şirketinizde bu konulara hevesli arkadaşlara mı bıraktınız? Böyle yaptıysanız, belki kötü değil, ama eksik yapıyorsunuz.

O zaman da şunu sormalısınız; "Eksik yapma lüksüm var mı?".

Çok fazla marka, çok fazla model, çok fazla yetkili satıcı ve çok fazla reklam var. Kalabalıktan ne yaparak ayrışacaksınız?

Büyük Showroom'lar, showroumlarda sessiz satıcılar ve otomobil posterleri, gazete ilanları, sms ile duyurular ya da mangal eşliğinde test sürüşü günleri sizi diğerlerinden ayırtırmaya yeter mi? Hayır!

Önümüzdeki dönemde sizi diğerlerinden ayırtıracak tek aksiyon, doğru kişiye, doğru zamanda, doğru mecradan vereceğiniz cezbedici mesajdır. Buna da ben "dijital pazarlama" diyorum.

Sizin showroom'unuza gelmeden internette araştırma yapan "dijitalleşen müşteri"yi ancak dijital pazarlama ile yakalayabilirsiniz. Ona erişmek, cazip önerilerinizden bahsederek etkileşime geçmek ve test sürüşü yapmak üzere showroom'a davet edebilmek için en etkili yol dijital pazarlamadır.

Peki, bunun bize katkısı ne olacak, ne için dijital müşteriye yakalamalıyım diyorsanız, size bundan böyle bu köşeden somut verilerle konuşuyor olacağız.

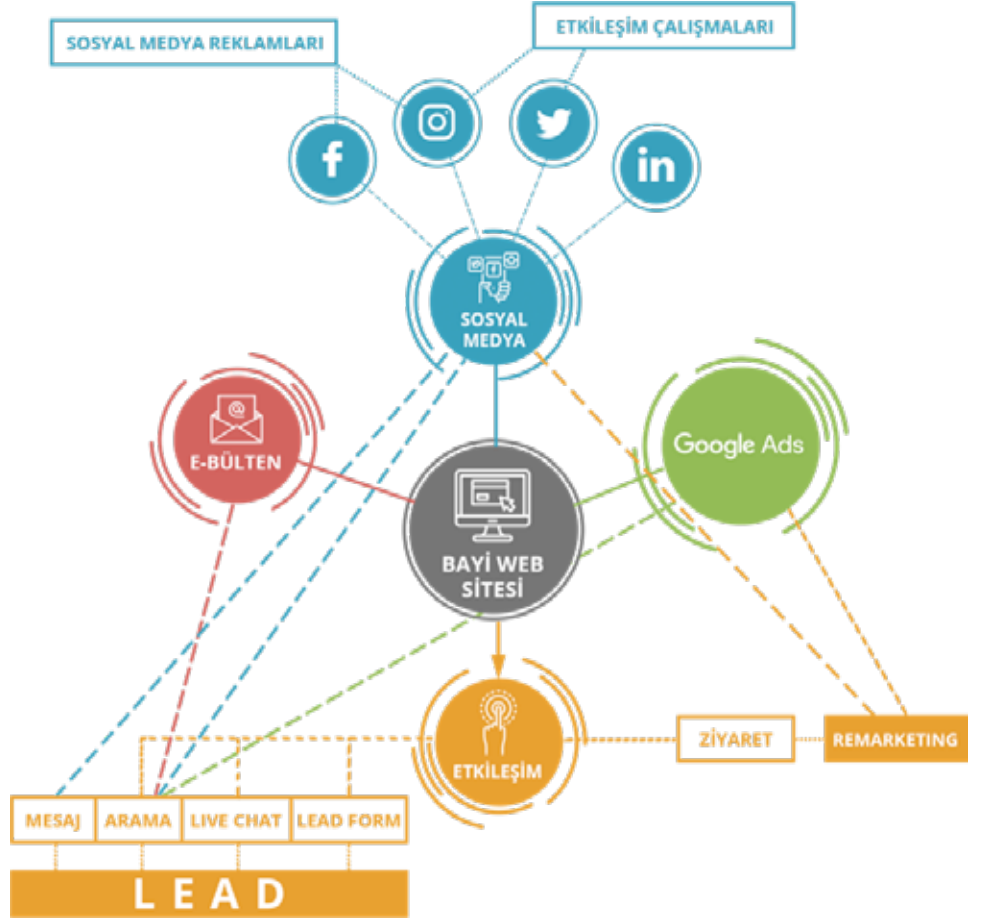
Önce bu dijitalleşen ve sonunda da sizinle bağlantıya geçen müşteriye bir isim verelim.

İnternette size ulaşarak adını, soyadını, e-mail adresini ve telefon numarasını aldığınız sıcak müşteriye ya da başka bir deyişle müşteri adayına, bundan böyle "LEAD" diyeceğiz.



Yaptığımız çalışmalarda tespit ettiğimiz üzere; vasat bir yönetim şekliyle, Lead'den satışa dönüşüm oranınız, araç satışında %2, servis tarafında %40 civarında olabilir.

Fakat erişimden satışa kadar geçen süreçte, yani pazarlama hunisindeki her bir aşamayı özenle geliştirerek, araç satışında %10,



servis tarafında %90 dönüşüm yakalayabilirsiniz.

Yani bir ayda irtibata geçip bilgilerini alabileceğiniz 100 kişinin 10'una araç satma ihtimaliniz var. Az mı?

100 servis müşterisinden 90'ına iş emri açabilirsiniz. Kötü mü?

Üstelik rakipler dijitalde kötüyse bu size çok büyük bir avantaj sağlar. Ayrıca bir de şöyle düşünün: Dijital müşteri sonsuz evrendedir, sadece sizin mahallede değil! İşte bu somut sebeplerle dijital müşterinin peşine düşmelisiniz.

Hem tesislerinizde gerçekleştirmekte olduğunuz hizmetlerinizle hem de dijital yoluyla doğru pazarlama yaparak kalabalıktan ayrışmalısınız.

Peki, doğru pazarlama ne demektir, bir de buna bakalım.

ETKİLİ - doğru kişiye, doğru zamanda, doğru mecradan, doğru mesajı vermek, VERİMLİ - azami etkiye asgari bütçe ile ulaşmak, ŞEFFAF - ölçülebilir, anlaşılabilir ve dolayısıyla yönetilebilir olmak.

Yukarıdaki bu 3 özellik gerçekten var ise, ben buna "doğru pazarlama"

diyorum, sizlerin de kontrol listesinde bunlar mutlaka olmalıdır.

Unutulmamalıdır ki, otomotiv bayisi için pazarlamanın tek bir amacı olmalıdır, o da daha fazla LEAD üretmektir. Ne havalı bir web sitesi sahibi olmak, ne diğerleri yapıyor ben de yapayım, ne de distribütör istedi yaptık gibi gayeler doğru değildir. Tek bir amacınız olmalı, o da kendi Lead'inizi üretmek ve daima daha fazla üretmek. Yapacağınız dijital pazarlamanın yegane amacı bu olmalıdır.

Artık rekabette baskınlığın yolunun bayilerin de dijital evrende aynen marka gibi bilinçli ve tabii ki marka ile uyumlu hareket etmesinden geçtiğini iyi biliyoruz.

Günümüz rekabet şartlarında ÖZERK'lik kaçınılmaz bir hareket şeklidir...

Yetkili satıcılar da dijital pazarlama amacıyla kurulmuş web siteleriyle:
- Aktif dijital pazarlama yapabilmeli,
- Sosyal medya kanallarını marka ile uyumlu yönetmeli,
- Distribütör gibi lead toplamalıdır.

Öyle bir andayız ki, ya evrileceğiz ya da devrileceğiz. Bence, geleceğe hızlıca evrilmeyi başarmalıyız.

Otomotivde dijitalleşme nesnelerin internetinden geçiyor

IDC Türkiye'nin (International Data Corporation) hazırladığı "Geleceğe Hazırlanan Türkiye'deki Otomotiv Şirketleri Dijital Dönüşümün Potansiyelini Nasıl Kullanabilir" başlıklı araştırma raporu, ileri teknoloji çözümlerini entegre ettiği ürün ve servisleri ile farklı sektörlerin dijital dönüşüm ortağı olmayı sürdüren KoçSistem'in katkıları ile yayımlandı.

KoçSistem, katkılarıyla IDC Türkiye tarafından otomotiv sektörüne yönelik hazırlanan "Geleceğe Hazırlanan Türkiye'deki Otomotiv Şirketleri Dijital Dönüşümün Potansiyelini Nasıl Kullanabilir" başlıklı araştırma raporu yayımlandı.

Türkiye otomotiv sektöründeki dijital dönüşümü ele alan sektörel araştırma raporunda, dünyada otomotiv sektöründe yaşanan dijital dönüşümün, bu dönüşümün yolunu açan yeni teknolojilerin; nesnelerin interneti, büyük veri ve veri analitiği ile robotik çözümleri üzerinden mercek altına alınıyor. Türkiye'de otomotiv sektöründe yaşanan gelişmeler, mevcut durum ve ihtiyaçların da analiz edildiği raporda, ayrıca IDC Türkiye ofisinin otomotiv sektörüne özel yaptığı araştırma ve anketlerden de çarpıcı sonuçlar paylaşılıyor.

IDC Türkiye Raporu'na ilişkin açıklamalarda bulunan KoçSistem Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı Evren Dereci: "Dünyada ve Türkiye'de tüm sektörler çarpıcı bir değişim sürecinden geçiyor. Devrimsel yenilikleriyle her dönemde üretim başta olmak üzere iş dünyasına liderlik eden otomotiv sektörü de dijital dönüşümün güçlü etkisinin en hızlı görüldüğü sektörlerin başında geliyor. Bu doğrultuda IDC Türkiye iş birliği ile otomotiv sektörünün uçtan uca dönüşümünde önemli faydalar sağlayacağına inandığımız bu araştırma raporunun hayata geçmesine katkı sağlamaktan ötürü mutluyuz. Türkiye'de otomotiv sektörünün dijital

dönüşümdeki mevcut durumunu gözler önüne sermek, ileride varılacak noktayı ve tüm sektörün dönüşümü için atılması gereken temel adımları göstermek, dönüşüm yolculuğunun farklı aşamalarındaki otomotiv şirketlerine tarafsız bir rehber oluşturmak amacıyla yola çıktık. Bu amaç doğrultusunda, IDC Türkiye analistleri tarafından farklı kurum ve kuruluşlarla görüşülerek hazırlanan çalışmanın, ülkemiz otomotiv sektöründe dijital dönüşüm için önemli bir başucu kaynağı olacağına inanıyoruz" dedi.

IDC Türkiye Ülke Direktörü Nevin Çizmecioğulları, KoçSistem katkılarıyla hazırladıkları araştırma raporundan çıkan sonuçlar kapsamında, "Otomotiv sektörü oyuncularını, dijital dönüşüm ve inovasyon yolculuklarını, ancak doğru bilişim ve yan sanayi ekosistemi ile sağlıklı sürdürebilir, yerel ve global pazarda rekabetçi olabilir, kârlılıklarını artırabilir" dedi.

Otomotiv sektöründe, dijital dönüşümü doğru ve güvenilir bir stratejik ortakla hayata geçirmenin verimli ve sonuç odaklı ilerleme açısından kritik öneme sahip olduğunun altını çizen rapor; sektörde ileri teknolojileri temel alan dijital dönüşümün tedarikten perakendeye kadar her alanda gerçekleşmesi gerektiğini vurguluyor. Rapor, otomotiv sektöründe dijital dönüşüm sürecine giren veya bu süreci tamamlama aşamasında olan Orijinal Parça Üreticileri'nin (OEM) yanı sıra otomotiv tedarik sanayii firmalarına, bayi ve distribütörlere yol haritası sunuyor.

Dijital dönüşümde doğru yol arkadaşı ile rekabet avantajı

Zamanında ve bütçeye uygun hızlı kazançlar için güvenilir bir teknoloji partnerinin seçilmesi gerektiği belirtilen raporda, Türkiye'deki otomotiv endüstrisinin; dijital dönüşümü, hem yerel hem de küresel pazarlarda rekabetçi konumda olabilmek için altyapılarını ve süreçlerini güncelleme ve yenileme fırsatı olarak görmesi gerektiğine dikkat çekiliyor. Yeni ve ileri teknolojiler, sektördeki değer zincirinin temellerini sarsarak daha fazla inovasyon, maliyet tasarrufu, verimlilik ve daha iyi bir iş birliği imkânı sunuyor. Bu sayede şirketler, teknolojinin gerisinde kalmayarak rekabet avantajı sağlayabiliyorlar.

Değişen tüketici tercihleri dijital dönüşüm için hem zorlu hem de iyi bir fırsat

Raporda, otomobil tüketicilerinin, artık spesifik özelliklere, stile ve performansa daha fazla dikkat ettiği vurgulanırken; OEM'lerin bu ihtiyaca standart model özelliklerinin üzerinde opsiyonel donanımları artırarak cevap verdikleri belirtiliyor. Bu durum, OEM'ler açısından süreci daha zorlu hale getirirse de otomotiv tedarikçileri için iyi bir fırsat olarak değerlendiriliyor. Böylece, başarılı bir dijital dönüşüm içerisinde tedarikçiler; tedarik zinciri süreci üzerinden bütün şartları yerine getirerek OEM için kaliteli çözümleri ve güvenilir stratejik ortaklıkları sayesinde tercih edilen kurumlar haline geliyor.

Müşteri deneyimleri ve talepleri üzerinden şekillenen otomotiv endüstrisinin nihai tüketiciye ulaşan perakende alanında da dijital dönüşümü gerekli kıldığı değerlendirilmesinin yapıldığı raporda, müşterilerin dijital alanda daha sofistike tercihler yapmaya ve araç satın alma deneyimini daha veri odaklı talep etmeye başladıkları belirtiliyor.

KoçSistem, teknoloji trendlerini entegre ettiği çözüm ve ürünler ile otomotiv sektörünün dijital dönüşüm yolculuğunda stratejik ve güvenilir gelecek ortağı olmayı sürdürüyor. Tedarik zinciri alanındaki projelerin yanı sıra üretim süreçlerinin de dijitalleşmesinin önünü açan KoçSistem, satış sonrası hizmetler alanındaki projeler ile de müşteri deneyimi oluşturarak servis/bayi süreçlerinde uçtan uca çözüm sağlıyor.

Rapordan çarpıcı veriler...

IDC Dünya Dijital Dönüşüm Harcama Rehberi'ne göre dünyada dijital dönüşümüne harcanan paranın 2021 yılı itibarıyla 2,1 trilyon dolar değerini geçerek 2016 ile 2021 yılları arasında pazarı yüzde 17,9'luk bir yıllık bileşik büyüme oranıyla büyütmesi bekleniyor.

- IDC, 2020'nin sonuna kadar bütün üretim tedarik zincirlerinin üçte birinin analitik-güdümlü bilişsel özellikler kullanacağını ve böylece maliyet verimliliğini yüzde 10 oranında, hizmet performansını ise yüzde 5 oranında artıracığını öngörüyor.

- IDC, 2020 yılına kadar G2000 şirketlerinin yüzde 30'unun ürün yenilik başarısı oranlarını ve organizasyonel verimliliklerini artırmak üzere Nesnelerin İnterneti'ne (IoT) bağlı ürün ve varlıkların dijital ikizlerinden gelen verileri kullanacağını ve buna bağlı olarak yüzde 25'e kadar kazanım elde edeceğini öngörüyor.

- IDC Dünya Çapında Nesnelerin İnterneti Harcama Rehberi'ne göre üretim operasyonu, dünya çapında 85,7 milyar USD'lik pazar büyüklüğü ile nesnelerin interneti alanında en büyük kullanım alanına sahip.

- IDC'nin tedarik zincirlerindeki dijital dönüşüm hakkında yaptığı bir küresel ankete göre ankete katılan şirketlerin yaklaşık yüzde 47'si, yeni dijital teknolojileri ve süreçleri hayata geçirebilmek için tedarik zinciri

operasyonlarını dönüştürmek amacıyla çoklu BT sistemlerine başvuruyor.

- IDC, 2019 yılına kadar büyük üreticilerin yüzde 75'inin operasyonlarını ve işletme modellerini nesnelerin interneti ve analitik tabanlı durumsal farkındalık ile güncelleyerek risklerini ve pazarlama süresini azaltacaklarını öngörüyor.

Raporda paylaşılan IDC'nin 2018 Türkiye Otomotiv Endüstrisi Anketi'ne göre;

- Türkiye'deki otomotiv endüstrisi CIO'larının üçte birinden fazlası IoT'nin gelecek yıllarda işleri değiştirecek güçte bir dönüşüm getirmesini bekliyor.

- Müşteri deneyimlerinin ve memnuniyetinin artırılmasının ve BT operasyonlarının iyileştirilmesinin Türkiye'nin otomotiv endüstrisindeki büyük veri ve analitik yatırımlarının arkasındaki en büyük itici güç olduğu belirtiliyor.

- Türkiye'deki otomotiv endüstrisinin sadece çok küçük bir kısmı IoT ve büyük veri & analitik çözümlerini hayata geçirmiş olsa da ankete katılanların neredeyse hepsinin 2020'ye kadar bu tarz çözümlere yatırım yapma planları bulunuyor.



Delphi Technologies ticari araçların geleceğini şekillendiriyor

Delphi Technologies, ticari araçlar için geliştirdiği elektrikli çözümler sayesinde geleceğe ışık tutuyor. Verimlilik, hafiflik ve entegrasyon kolaylığına odaklanan ve IAA 2018’de de yenilikçi motor yönetim sistemleri ve elektrikli yaşama hazırlık çözümlerini gün yüzüne çıkaran Delphi Technologies, Polonya ve Çin’de açılacak yeni fabrikalarıyla elektrikli araçlar için çözümler geliştirmeye devam edecek.

Otomotiv ekipman üreticileri için geleceğe yönelik önemli çözümler geliştiren Delphi Technologies, ticari araçları geleceğe taşıyacak elektrikli sistemler üzerine yaptığı geliştirmelerle sektöre yön vermeye devam ediyor. Elektrikli araçların şimdiden geleceğe hazırlanması için güçlü motor yönetim sistemleri ile elektrikli yaşam için uygulanabilir ve düşük maliyetli çözümler geliştiren Delphi Technologies, verimlilik, hafiflik ve entegrasyon kolaylığına odaklanıyor. Delphi Technologies’in ticari araçların elektrikle geleceğe hazırlanması için özel olarak geliştirilen ürün portföyü; invertörler, yüksek voltajlı DC-DC dönüştürücüler, 48 Volt DC-DC dönüştürücüler, aktarma organları kontrol sistemleri ve yerleşik şarj sistemleri olmak üzere geniş bir yelpazeyi kapsıyor. Elbette tüm bu bileşenleri yazılım, motor yönetimi, entegrasyon ve yüksek kaliteli üretim uzmanlığı tamamlıyor. Şirket, araçların elektrikle geleceğe hazırlanma çözümlerini Polonya ve Çin’de şu anda inşa edilen yeni tesislerde geliştirecek ve bu tesislerde üretime başlayacak. Tesisler faaliyete geçtikten sonra, Blonie’de bulunan Polonya tesisi, DC-DC dönüştürücüler, invertörler ve kontrol üniteleri üretecek.

“Hafiflik ve kompakt yapı çok önemli”

Sektörün en köklü şirketlerinden olan Delphi Technologies, araçların elektrikle geleceğe hazırlanması konusunda stratejiler geliştiriyor. Buna iyi bir örnek olan Viper yüksek voltajlı güç



anahtarı, invertör içindeki temel bileşen özelliklerinden üstün termal yönetimini bünyesinde barındırıyor. Aküden gelen doğru akımı, elektromotoru beslemek üzere alternatif akıma çeviren invertörler, araçların elektrikle geleceğe hazırlanma teknolojilerinin en önemli yapı elemanlarından olmasının yanı sıra, bunların verimliliğinin araç performansı üzerinde çok önemli bir etkisi oluyor.

“Menzil ve şarj süresi ticari araç kullanıcıları için binek araçlara kıyasla çok daha kritik ve hassas bir mesele.” diyerek değerlendirmesine başlayan Delphi Technologies Ticari Araç Satış Müdürü Richard Green sözlerine şu şekilde devam

ediyor: “Yolcu veya yük taşınması gereken kullanıcılar için kritik öneme sahip araç elektrifikasyon bileşenleri geleneksel olarak hafif ve kompakt değiller. Yenilikçi çözümümüz Viper, elektrikli güç ve aktarma organlarında çok önemli olan güvenilirliği ve termal yönetimi büyük ölçüde geliştiren bir mimariye sahip. Sonuç olarak, Delphi Technologies Viper gibi yenilikler sayesinde invertörümüz rakiplerinden yüzde 30-40 daha küçük ve daha hafif.

Şirketin teknoloji yol haritasının ayrıntılarına da değinen Green, küresel mühendislik ekibinin ticari araç müşterileriyle halihazırda 800

Volt’a kadar elektrikli sistemler üzerinde çalıştığını söylüyor. “Daha yüksek voltajlar, daha küçük ve daha hafif elektrikli teknoloji çözümlerine izin veriyor. Bu da araç kapasitesini artırırken daha hızlı şarj edilmelerini sağlayarak kullanıcıların hayatını kolaylaştırıyor ve iş performansını yükseltiyor” yorumunda bulunan Green, “Ayrıca, teknoloji yol haritamızda, silikon karpit yarı iletkenlere dayanan güç elektroniği, verimlilikte yepyeni bir adımı beraberinde getirecek. Bu da, Delphi Technologies’in yüksek performanslı bu sistemlerde pazarda ilklerden biri olmasını sağlayacak” diyerek sözlerini tamamlıyor.





Kardelen Otomotiv - Honda-Toyota Diyarbakir
Genel Koordinatör
HÜSEYİN TETİK

Kelebeklerin gerçek ömrü

Çok temel bir örnekle; "Sizce kelebeğin ömrü gerçekten 1 gün müdür?" sorusu tüm çevremizde onaylanacak kalıplaşmış bir cevaba sahiptir. Oysaki bu bilgi en temel doğru bilinen yanlışların başında gelmektedir. Zira ömrü en az olan bakır kelebeklerin ile kanatları mavi küçük desenli kelebeklerin ömürleri 7 ila 10 gün arasında değişmekle beraber, göçmen kelebeklerin, örneğin Sultan'ların ömrü 6 aydan 12 aya kadar sürebilmektedir.

Ömrümüzün son yirmi yılı doğru bildiğimiz yanlışlar(!) ile donatılmış durumda. 2000'li yılların sonlarına doğru yaşadığımız 4. endüstri devrimi, yani sanayi ve operasyonların dijitalleşmesi hamlesi, günlük hayatımızı da yakından etkiliyor. Bilgiye ulaşmanın kolaylığı, çağımızda 'bilgi hazımsızlığı' rahatsızlığını bizlere sundu. Artık edindiğimiz bilgiyi işleyemiyor, sindiremiyoruz; ya hiç zihnimize almıyoruz; ya da kalıp halinde iade ediyoruz. Zihinlerimiz, bilgiyi tutmama konusunda bir direktif almışçasına işlevini yerine getirmeye çalışıyor. Eskiden kalan bazı bilgilerimiz ise araştırmanın da önünü kapatıyor ve köklü bir inanç ile kayıt ediliyor zihinlerimize.

Çok temel bir örnekle; "Sizce kelebeğin ömrü gerçekten 1 gün müdür?" sorusu tüm çevremizde onaylanacak kalıplaşmış bir cevaba sahiptir. Oysaki bu bilgi en temel doğru bilinen yanlışların başında gelmektedir. Zira ömrü en az olan bakır kelebeklerin ile kanatları mavi küçük desenli kelebeklerin ömürleri 7 ila 10 gün arasında değişmekle beraber, göçmen kelebeklerin, örneğin Sultan'ların ömrü 6 aydan 12 aya kadar sürebilmektedir.

Doğru bilinen yanlışlar...

Otomobil perakendeciliğinin iletişim stratejilerine de göz atarsanız, son 20 yılda köklü değişikliklerin olduğunu görebilirsiniz. 2000'li yıllar öncesi markalar bir iletişim stratejisi hazırlar; oldukça büyük bütçeler ile öncelikle outdoor ya da televizyon ve radio gibi

geleneksel mecralar denenir; bu sırada ciddi pazarlama saha araştırmaları yapılır, arta kalan bütçe ile de gerilla pazarlama örnekleri kullanılarak yerel ve bölgesel kanallarda baskılı materyaller, cadde, sokak ve avm'lerde zorla tüketici ile buluşturulmaya çalışılırdı. Kokusal pazarlamayı keşfimizin geçmişi dahi 10 yılı bile bulmuyor ne yazık ki...

Oysa dijitalleşmenin de etkisi ile iletişim stratejileri, günümüzde ölçülebilir bir hal aldı ve yapmış olduğumuz tüm yanlışları bir bir açığa çıkardı. Sürecin başlangıcı billboardlardaki görsellerin farklı yerlerine göz teması yakalayan kameraların yerleştirilmesi ile idi; sonuç ise, bize, reklamdaki kampanya yazısına değil, ürüne değil, reklamın dikkat çekici ünlüsüne ya da karakterine bakılıp sonrasında gözün tekrar yola konulduğunu, yani bu denli yüksek meblağlara katlandığımız iletişim seçeneklerinin görüldüğü kadar verimli olamayabileceğini gösterdi.

Sektöre uzun yıllarını vermiş; ancak yalnızca 5 yıldır iletişim stratejilerinden uzak kalmış bir pazarlama iletişimi uzmanı bile bugün yeniden sektöre atılsa 'Cast Away' filmindeki Chuck Noland gibi bir hayata hazır olmalıdır. Daha yalın bir söylem ile 'Sudan çıkmış balığa dönecektir.'

Tek çare : Özneden nesneye dijitalleşme !

Bugün yaşamımızı olduğu gibi iş hayatımızı ve stratejilerimizi de dijital süreçler yönetiyor. İletişimin büyük çoğunluğunu dijitalle aktarmaya başladık



bile; tüm bilgi ve arşivlerimiz de bulutta saklı, hatta tüm anılarımız... Yaşadıklarımızı hatırlayabilmemiz için plaza dili ile, mailboxlarımızı kontrol etmemiz gerekiyor, aksi takdirde hatırlayamayabiliyoruz.

Peki, bu yaşananlar kötü mü? Bilakis... 'Keşke bu dünyaya yeni adım atıyor olsaydım' diye düşünüyor insan. Yaşananlar ve yaşanması olası gelişmeler o kadar heyecan verici ki. Yalnızca 10 yıl önceyi düşünelim: Hangi fotoğrafçının helikopter kiralayıp fotoğraf çekme hayali vardı; ya da hangi gezgin evinin salonunda uzanırken Orange County caddelerinde istediği yöne cep telefonu aracılığı ile gidebilecekti.. Peki ya hayatınızı belirleyecek bir sınava odanızdan katılmanız... Çok değil, 10 yıl önce hayal bile edemediklerimiz bugünün sıradan alışkanlıkları ile karşımızda duruyor. Ve aslında görüyoruz ki korktuğumuz dijitalleşme süreçlerini yaşamamız aslında zorunluluğumuz!

Dijitalleşme bir tercih değil, zorunluluktur!

Otomobil yöneticileri olarak dijitalleşme ve yenilenme sürecinin sahadaki en aktif temsilcileri bizler olmak zorundayız. Sektörün uluslararası örneklerini yakından izleyerek hem kendimizi, hem işimizi hem de plazalarımızı daha dijital ve kolay ulaşılabilir hale getirmeliyiz. Eğer kendimiz, eşimize ya da sevdiklerimize mektup yazmıyor isek, plazalarımıza gelen misafirlerimize de basılı evraklar vererek bir iletişimde bulunmayı hayal etmemeliyiz.

Ya da bu yazıyı okuyan tüm okurlarımızın internet bankacılığını kullandığı su götürmez bir gerçektir. O halde biz, günlük yaşamımızda devreye soktuğumuz tüm bu uygulamaları neden misafirlerimize sunmuyoruz ki?

Bu arada, dijitalleşme dendiğinde yalnızca teknolojik alt yapıyı da kast etmemekteyiz. Tüm süreçlerimizin dijital nesneleri kullanarak daha kârlı, ya da daha büyük fırsatlara açık ve hızlı hale getirilmesi de dijital dönüşüm

süreçlerinin başında geliyor.

Hali hazırda sektörümüzün temsilcileri çok kısa süre sonra paylaşımlı ya da otonom araçların satışlarına başlayacak; ya da arıza durumlarında teknik destekler vermeye başlayacağız. Bu nedenle, gelecek çok uzak gözükse de hızlı akan zamana hazırlıklı olmamız ve tüm temelleri bugünden atmamız gerekiyor.

Özetle, doğru bildiklerimizi sorgulamalıyız; değişime ayak uydurarak gelişmeleri izlemeye gayret etmeliyiz. İzleyemiyorsak izleyenlerden profesyonel destekler almalıyız. Çünkü zaman artık çok daha hızlı akıyor ve geride kaldığımızda bıraktığı izler yıkıcı olabiliyor. Bilim insanlarının ölümsüzlüğü araştırdığı çağımızda, bizler de işlerimizin ve zihinlerimizin çağa uyumunu araştırmaya koyulsak iyi olmaz mı? Platon'un deyişine atıfla, 'Karanlıktan korkan bir çocuğu kolaylıkla affedebiliriz; ancak hayattaki gerçek trajedi, yetişkinlerin aydınlıktan korkması' değil midir?





İşte harbi müjde: Yeni otomotiv yatırımı

Alman otomobil devi Volkswagen AG ile ABD'li Ford Motor'un daha önceden anlaşmaya vardığı ortak araç üretme projesini Detroit Auto Show'da resmi olarak duyurması bekleniyor

Araç pazarında yaşanan durgunluk, Çin, Avrupa ve ABD arasında yaşanan ticaret savaşları ve bunun getirdiği ek vergi yükümlülükleri sonrası, dev firmalar maliyetlerin azaltılması yönünde çalışmalar yapmaya başlamıştı. Bunun yanında teknolojinin gelişimi ve emisyon standartlarına uyma zorunluluğu, firmaları farklı strateji bulmaya itti.

Ford'un tepe yöneticisi (CEO) Jim Hackett, 2017 Mayıs ayında göreve geldikten sonra birçok zorlukla karşılaşmıştı. Zarar ettiği gerekçesiyle binlerce işçiyle yollarını ayıracaklarını açıklayan dev firma, bazı modellerin üretimini de durdurma kararı almıştı. Ford'un Avrupa'da üretim yaparak bu pazarı daha kârlı hale getirmeyi amaçladığı düşünülüyor.

TAYSAD Başkanı Kanca: Anlaşma kesin, üretim Türkiye'de yapılacak

Öte yandan Taşıt Araçları Tedarik Sanayicileri Derneği (TAYSAD) Başkanı Alper Kanca, Volkswagen'in Türkiye'de Ford ile ortaklaşa minibüs üretmesine ilişkin geçtiğimiz gün bir açıklama yaptı.

Kanca, "Volkswagen, minibüs üretme konusunda Ford Otosan ile hemen hemen anlaşmış durumda. Bu kesin. Türkiye'de üretilen Ford Transit'lerin üretildiği fabrikalarda Volkswagen minibüsleri üretilecek. Bu birçok şeyi değiştirecek, birçok Alman'ın kafasındaki algıyı değiştirecek. Biraz da hükümetin özel teşvikler vermesi gerekiyor. Kamuoyunun bu konuda duyarlı olması gerekiyor." dedi.

Alman otomobil devi Volkswagen AG ile ABD'li Ford Motor'un daha önceden anlaşmaya vardığı ortak araç üretme projesini Detroit Auto Show'da resmi olarak duyurması bekleniyor.

Geçtiğimiz Haziran ayında stratejik ortaklık anlaşması imzalayan iki dev firma elektrikli ve otonom araçları önümüzdeki süreçte birbirlerinin fabrikasında üreterek maliyeti azaltmayı hedefliyordu. Alman ve ABD'li şirket ayrıca panelvan ve diğer ticari araçların üretimini de birlikte gerçekleştirecek.

Üretim Gölcük'e kayabilir

İki firma bu ortaklığın mali birleşim ya da hisse paylaşımı şeklinde olmayacağını ve sadece üretimde iş birliği yapılacağını altını çizdi. Ortaklık sonrası Volkswagen modelleri olan Crafter ve Transporter'ın üretiminin, Ford Otosan'ın Transit ve Custom araçlarını ürettiği Türkiye'deki Gölcük fabrikasında gerçekleşmesi bekleniyor. İki firma araç üretiminde yapılan iş birliğinin yanı sıra farklı projelerde de ortak hareket etmeyi planladıklarını açıkladı.

PEUGEOT SUV 3008

HİÇBİR SUV BU KADAR İLERİ GİTMEDİ



YENİ NESİL PEUGEOT i-COCKPIT®
FULL DİJİTAL GÖSTERGE PANELİ
PANORAMİK SUNROOF
İLERİ SÜRÜŞ GÜVENLİK SİSTEMLERİ

MOTION & EMOTION



PEUGEOT

Peugeot SUV 3008 ortalama yakıt tüketimi 4.0 L/100km - 5.7 L/100 km, CO₂ salınımı 105 g/km - 129 g/km arasındadır. İlanda kullanılan görsel, Türkiye ürün gamı ile farklılık gösterebilir.

PEUGEOT TAVSİYE EDER: **TOTAL**

[instagram.com/peugeotturkiye](https://www.instagram.com/peugeotturkiye)

twitter.com/PeugeotTurkiye

[facebook.com/peugeotturkiye](https://www.facebook.com/peugeotturkiye)

CAN

Plaza: Şerif Ali mah. Turgut Özal Bulvarı No: 206 Ümraniye / İSTANBUL Tel: (0216) 466 85 55 (pbx)
Showroom: Küçükbakkalköy mah. Vedat Günyol cad. Ataşehir Girişi No:1 Shell Benzinlik içi
Ataşehir / İSTANBUL Tel: (0216) 469 27 77

www.canotomotiv.com
info@canotomotiv.com

Sakarya'nın ihracatı 51 ilin toplamını "solladı"

Türkiye'nin otomotiv ihracatında önemli yere sahip olan Sakarya, Ocak-Kasım döneminde ihracatını geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 7,6 artırdı.

Türkiye'nin otomotiv ihracatında başı çeken iller arasında yer alan Sakarya, yılın 11 aylık döneminde hem ihracatını geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 7,6 artırdı hem de 51 ilin toplam ihracatından daha fazla dış satım gerçekleştirerek, ülke ekonomisine katkı sağladı.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) verilerinden derlediği bilgilere göre, İstanbul, Kocaeli, Bursa, İzmir, Ankara ve Gaziantep'in ardından ihracat sıralamasında 7. sıradaki yerini koruyan Sakarya'nın, geçen yılın Ocak-Kasım döneminde 4 milyar 728 milyon 206 bin dolar olan dış satımı, bu yılın aynı döneminde yüzde 7,6 artışla 5 milyar 90 milyon 887 bin dolara ulaştı.

Başta otomotiv sektörü olmak üzere demir ve demir dışı metaller, iklimlendirme sanayi, kimyevi maddeler ve mamulleri, çelik ve çimento endüstrisiyle Türkiye'deki 51 ilin toplam ihracatından daha fazla dış satım gerçekleştiren Sakarya, Türkiye'nin bu yıl ocak-kasım dönemindeki toplam ihracatının yüzde 3,4'ünü karşıladı.

11 aylık dönemlerde 2013'te 2, 2014'te 2,4, 2015'te 1,7, 2016'da 2, 2017'de 4,7 milyar dolar ihracat yapan Sakarya, geçmiş 5 yıla oranla ihracatını yüzde 49 artırmayı başardı.

Toyota, Türk Traktör ve Otokar gibi önemli firmalarıyla İstanbul, Bursa ve Kocaeli'nin ardından en fazla otomotiv ihracatı yapan 4. il olan Sakarya'nın, Ocak-Kasım dönemindeki toplam ihracatının yüzde 93'lük kısmı, sadece bu alanda gerçekleşti. Geçen yılın aynı dönemine göre 326 milyon 804 bin dolarlık artışla bu sektördeki ihracat payını yüzde 7,41 yükselten kentte, bu yıl otomotiv sektöründe 4 milyar 737 milyon 976 bin dolar ihracat yapıldı.

Sakarya'nın ihracat sıralamasında ikinci sırayı, geçen yıla göre yüzde 7,4'lük düşüş yaşansa da demir ve demir dışı metaller oluşturdu. Geçen yılın 11 aylık döneminde 75 milyon 137 bin dolar olan ihracat, bu yılın aynı döneminde 69 milyon 549 bin dolar olarak kayıtlara geçti.

Önemli sanayi kuruluşlarına ev sahipliği yapan kentte, 41 milyon 544 bin dolarla "kimyevi maddeler ve mamulleri" üçüncü,

40 milyon 142 bin dolarla "iklimlendirme sanayi" üçüncü, 39 milyon 876 bin dolarla "makine ve aksamları" dördüncü, 30 milyon 992 bin dolarlık ihracatla "çimento cam seramik ve toprak ürünleri" beşinci sırada yer aldı.

Yılın 11 aylık döneminde geçen yıla göre en fazla ihracat artışı ise "halı" sektöründe meydana geldi. Buna göre, geçen yıl 127 bin dolar olan halı ihracatı, yüzde 369 artışla bu yıl 595 bin dolar seviyesine ulaştı.

En çok ihracat Almanya'ya

Ocak-Kasım döneminde çok sayıda ülkeye ihracat yapan Sakarya, bu yıl en çok ihracatı 519 milyon 31 bin dolarla Almanya'ya yaptı. Söz konusu dönemde bu ülkeye yapılan ihracat, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 18,81 arttı.

Sakarya'nın en fazla ihracat yaptığı ikinci ülke, yüzde 13,52 artış oranıyla Fransa oldu. Bu ülkeye geçen yıl yapılan 436 milyon 816 bin dolarlık ihracat, bu yılın aynı döneminde 495 milyon 876 bin dolara çıktı.



Otomotiv ihracatını 5 il sırtladı

Geçen yılı 31,6 milyar dolarla tüm zamanların en yüksek ihracat rakamıyla kapatan Türk otomotiv sektörünü, milyar doların üzerinde dış satıma imza atan İstanbul, Bursa, Kocaeli, Sakarya ve Ankara sırtladı

Türkiye İhracatçılar Meclisi ve Uludağ Otomotiv Endüstrisi İhracatçıları Birliğinden (OİB) edinilen bilgilere göre, 2017'yi 28,5 milyar dolarlık ihracatla kapatan otomotiv sektörü, geçen yıl yüzde 11'lik artışla 31,6 milyar dolara ulaşarak Cumhuriyet tarihinin en yüksek dış satımını gerçekleştirdi.

Geçen yıl 207 ülke, serbest bölge ve özerk bölgeye ihracat yapan sektör, yıl bazında ihracatta üst üste 13'üncü kez birinci oldu.

Türk otomotiv sektöründe milyar dolarlık ihracat yapan il sayısı 4'ten 5'e yükselirken, geçen yıl yapılan 31,6 milyar dolarlık ihracatın yüzde 92'si İstanbul, Bursa, Sakarya, Kocaeli ve Ankara'dan gerçekleştirildi.

Birincilik Bursa'dan İstanbul'a geçti

İstanbul'dan geçen yıl yapılan otomotiv ihracatı 2017'ye göre yüzde 46'lık artışla 5 milyar 745 milyondan 8 milyar 389 milyon dolara ulaştı. İstanbul, bu ihracat rakamıyla otomotiv sektöründe en fazla dış satım gerçekleştiren il oldu.



İhracatta ikinci sırada yer alan ve "Otomotiv sektörünün kalbi" olarak nitelendirilen Bursa'nın dış satımı, bir önceki yıla göre yüzde 17,6 düşerek 8 milyar 862 milyondan 7 milyar 295 milyon dolara geriledi.

Kocaeli'nin geçen yılki ihracatı da 2017'ye göre yüzde 19,6 arttı. 2017'de 5 milyar 668 milyon dolar ihracat yapan Kocaeli, dış satımını geçen yıl 6 milyar 780 milyon dolara yükseltti.

Sakarya'dan yapılan ihracat ise bir önceki yıla göre yüzde 6,6 artarak 4 milyar 867 milyon dolardan 5 milyar 187 milyon dolara çıktı.

Ankara ihracatta milyar doların üstüne çıktı

Otomotiv ihracatında 5. sırada yer alan Ankara'dan geçen yıl yapılan dış satım ise 2017'ye göre yüzde 27 artış gösterdi.

Başkentte önceki yıl 906 milyon dolar olan ihracat, geçen yıl itibarıyla 1 milyar 152 milyon dolara yükseldi.

Türk otomotiv sektöründe İzmir, Manisa, Konya, Kırşehir, Adana, Çankırı, Hatay ve Tekirdağ ise 100 milyon doların üzerinde ihracat gerçekleştiren iller oldu.

“2030’da her 10 aracın 3’ü elektrikli olacak”

İstanbul Ekonomi Zirvesi’nin Otomotiv ve Mobilite Çözümleri panelinde konuşan NISSAN Türkiye Genel Müdürü Sinan Özkök, Geleceğin otomotiv teknolojileri ve NISSAN’ın mobilite çözümlerini anlattı.



**NISSAN Türkiye Genel Müdürü
SİNAN ÖZKÖK**

Bu yıl ikincisi düzenlenen İstanbul Ekonomi Zirvesi’nin altıncı oturumunda otomotiv sektörünün güncel dinamikleri, geleceği ve yerli otomobil konuşuldu.

Pegasus Hava Yolları Yönetim Kurulu Başkan Danışmanı Berrak KUTSOY moderatörlüğünde gerçekleşen oturumda NISSAN Türkiye Genel Müdürü Sinan ÖZKÖK konuşmacı olarak yer aldı. Panelde sektördeki son gelişmeler masaya yatırıldı.

NISSAN Türkiye Genel Müdürü Sinan Özkök, NISSAN’ın elektrikli araçlar, otonom sürüş ve mobilite çözümleriyle Dünyanın öncü otomotiv markası olduğuna değinerek “Önümüzdeki 10

yılda, son 15 yılda gördüğümüzden çok daha büyük değişimler göreceğiz. Bu değişim baş döndürücü bir hızda olacak ve çok çabuk hayatımıza girecek. Çok değil, 2030 yılına geldiğimizde her 10 araçtan 3’ü elektrikli, her 4 araçtan biri ise otonom sürüş özelliğine sahip olacak. 2025 yılına geldiğimizdeyse dünyada internet bağlantısı olmayan araç kalmayacak.” dedi ve sektörü bekleyen değişimin altını çizdi.

“Türkiye Elektrikli Araç Pazarı Gelecek Vaad Ediyor”

“Türkiye’de elektrikli araç pazarı rakamsal olarak şu anda çok düşük seviyelerde fakat Türk tüketicisinin bu

alana ciddi bir yönelimi var. Her yıl bu elektrikli satış adedinin arttığını görüyoruz. Gerekli altyapı konusunda çalışmaların tamamlanmasıyla bu pazar Türkiye’de hızla büyüyecek. Bizim çok dinamik ve değişime açık bir nüfusumuz var. Bu kitle elektrikli otomobile ve geleceğin otomobil teknolojilerine çok hızlı uyum gösterecek” diyen Özkök; “Biz NISSAN olarak Türkiye’nin elektrikli araçlar konusundaki çalışmalarını destekliyoruz ve üzerimize düşeni yapmaya hazırız. Bu alandaki öncü rolümüzü gerek deneyimlerimizle gerekse ürünlerimizle Türkiye’ye taşımayı arzuluyoruz. Yakın zamanda otonom sürüş özellikleriyle dikkat çeken, dünyanın en çok satan elektrikli modeli LEAF’i Türkiye’ye getirmeyi hedefliyoruz.” dedi.

Otomotiv yan sanayi hedef yükseltiyor



TOSB Başkanı
ÖMER BURHANOĞLU

Gebze'deki Taysad Organize Sanayi Bölgesi üye firmaları bu yıl otomotiv yan sanayisinde 90 milyon euro'luk yeni yatırım yapacak. TOSB Başkanı Ömer Burhanoglu yerli araç girişim grubunu bölgeye çekmek için temasların sürdüğünü söyledi.

Türkiye otomotiv sektörü 2019'da 32 milyar dolarlık ihracat hedefliyor. Geçtiğimiz yıl bu ihracata 10 milyar dolarlık katkı sağlayan otomotiv yan sanayi ise bu yıl ihracat hedefini 12 milyar dolara çıkardı. Otomotiv yan sanayi ihracatının 1.5-2 milyar doları ise Gebze'de kurulu TOSB'dan (Otomotiv Yan Sanayi İhtisas Organize Sanayi Bölgesi) geliyor. Bölgede faaliyet gösteren 106 otomotiv yan sanayi firmasının bu yıl da yeni yatırımlar yapacağını söyleyen TOSB Yönetim Kurulu başkanı Ömer Burhanoglu yatırım miktarının 90 milyon euro'lar civarında olacağını açıkladı.

Yerli girişimcilerle görüşüyoruz

Türkiye'nin Otomobil Girişim Grubu CEO'su Gürcan Karakaş ile temas halinde olduklarını, yerli araç projesinin belirli aşamalarını bölgelerine çekmeye çalıştıklarını belirten Burhanoglu otomotivde gelecekte elektrikli araçların, otomasyon ve dijitalleşmenin önemli yer tutacağını ifade etti. Sektörün globalde yeni dönemde otomasyon, dijitalleşme, mobilite, bağlanabilirlik, alternatif yakıt sistemleri ile 3.5 trilyon dolarlık

bir pazar oluşturacağını kaydeden Burhanoglu, "Biz de yan sanayiciler olarak kendimizi yeniliklere hazırlıyoruz. Bunu başararsak 10 yıl içinde TOSB olarak bu yeni pazardan yüzde 1.5 pay alarak ihracatımızı 50 milyar dolara çıkarabiliriz" dedi.

TOSB İnovasyon Merkezi

Otomotiv Yan Sanayi İhtisas Organize Sanayi Bölgesi'nde kurdukları TOSB İnovasyon Merkezi'nin faaliyete geçtiğini de söyleyen Burhanoglu; "TOSB'u inovasyon merkezi haline getirmek için buradaki firmaların ve çalışanların yeni teknolojileri deneyimlemesi adına bir ortam hazırladık. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın desteklediği TAYSAD, TOSB ve MARKA'nın birlikte hazırladığı bu proje ile kamu kuruluşlarının, üniversitelerin ve özel sektörün bir araya getirilmesi hedefleniyor" dedi. OİB, Boğaziçi, Koç, Sabancı, Okan Üniversiteleri, TÜBİTAK gibi kurumların destek verdiği İnovasyon merkezi projesinde kuluçka merkezleri, start-up firmalar, girişimciler bir araya gelerek iş birliği yapıyor. İnovasyon Merkezi'nde şu anda yaklaşık 200 kişi çalışıyor.



Otomotiv sektöründen Cumhuriyet tarihinin ihracat rekoru

Geçen yıl, bir önceki seneye göre yüzde 11 artışla 31,6 milyar dolarlık ihracata imza atan Türk otomotiv endüstrisi, kendi sektöründe Cumhuriyet tarihinin ihracat rekorunu kırdı

Türk otomotiv endüstrisi geçen yıl, bir önceki seneye göre yüzde 11 artışla 31,6 milyar dolarlık ihracata imza atarak, kendi sektöründe Cumhuriyet tarihinin ihracat rekorunu kırdı. Geçen yılı da rekorla kapatan otomotiv sektörü, yıl bazında ihracatta üst üste 13'üncü şampiyonluğuna ulaştı.

Uludağ Otomotiv Endüstrisi İhracatçıları Birliği (OİB) verilerine göre, 2017'deki 28,5 milyar dolarlık ihracat rekorunu Ocak-Kasım 2018 itibarıyla tazeleyen otomotiv sektörü, 2018 yılın tamamında da yüzde 11 artışla 31,6 milyar dolarlık ihracata imza attı.

Yazılı açıklamada görüşlerine yer verilen OİB Yönetim Kurulu Başkanı Baran Çelik, rekorlarla dolu bir yılı daha geride bıraktıklarını vurguladı.

2018'de başarılarını taçlandırdıklarını belirten Çelik, "Otomotiv sektörü olarak sadece 31 milyar dolarlık ihracat hedefimizi geçmekle kalmadık yine Cumhuriyet tarihinin rekorunu da tazeledik." ifadelerini kullandı.

Çelik, geçen yıl ağustos ve Aralık dışındaki tüm aylarda ihracat artışı kaydettiklerini hatırlatarak, "Geçen yıl aylık bazda 2,63 milyar dolarlık ihracat ortalaması yakaladık. Binek otomobiller dışındaki ana mal gruplarında çift haneli artış oldu. Almanya 4,75 milyar dolarla en fazla ihracat yapılan ülke konumunu, AB ülkeleri de 24,6 milyar dolar ihracat ve yüzde 78 payla en büyük pazarımız

olma özelliğini sürdürdü." açıklamasında bulundu.

Bu yılki hedeflerinin 2018 yılında ulaşılan ihracat rakamını geçmek olduğunun altını çizen Çelik, şunları kaydetti: "AB pazarındaki büyüme yavaşlıyor. Brexit süreci ve küresel ticaret savaşları önümüzde risk faktörü olarak duruyor. Özellikle bu yılın ilk yarısında parite kaynaklı ihracat kaybı yaşanması da muhtemel. Dolayısıyla 2019 yılı için önümüzde bazı zorluklar gözükmüyor. Ancak otomotiv endüstrisi olarak tüm zorlukları aşarak bu yılı da ihracat artışıyla kapatmayı hedefliyoruz. Bu doğrultuda 2019 yılında ihracat hedefimizi 32 milyar dolar olarak belirledik. Riskleri azaltmak ve alternatif pazarlar geliştirmek üzere çalışmalarımız hız kesmeden sürüyor. Rusya'dan Brezilya'ya, Güney Afrika Cumhuriyeti'nden Fas'a, Çin'den Sırbistan'a kadar pek çok ülkeye yönelik milli katılım fuar organizasyonlarımız ve sektörel ticaret heyetlerimiz devam edecek."

Binek otomobillerin 2018 ihracatındaki payı yüzde 40

OİB verilerine göre, 2018 yılında binek otomobiller grubunun ihracatı bir önceki yıla göre yüzde 5 artarak 12 milyar 441 milyon dolar olurken toplam ihracattan aldığı pay yüzde 40'ı buldu. Otomotiv yan sanayisinde yüzde 12, eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlarda yüzde 10, otobüs-minibüs-midibüs grubunda yüzde 13 artış kaydedildi.

Geçen yıl Almanya 4 milyar 752 milyon dolar ihracatla en büyük pazar oldu. Fransa'ya yüzde 11, İspanya'ya yüzde 10, Belçika'ya yüzde 18, Slovenya'ya yüzde 28 Polonya'ya yüzde 21, Hollanda'ya yüzde 19 ve Romanya'ya yüzde 28 ihracat artışı yaşanırken ABD'ye yüzde 21, İran'a da yüzde 52 düşüş görüldü.

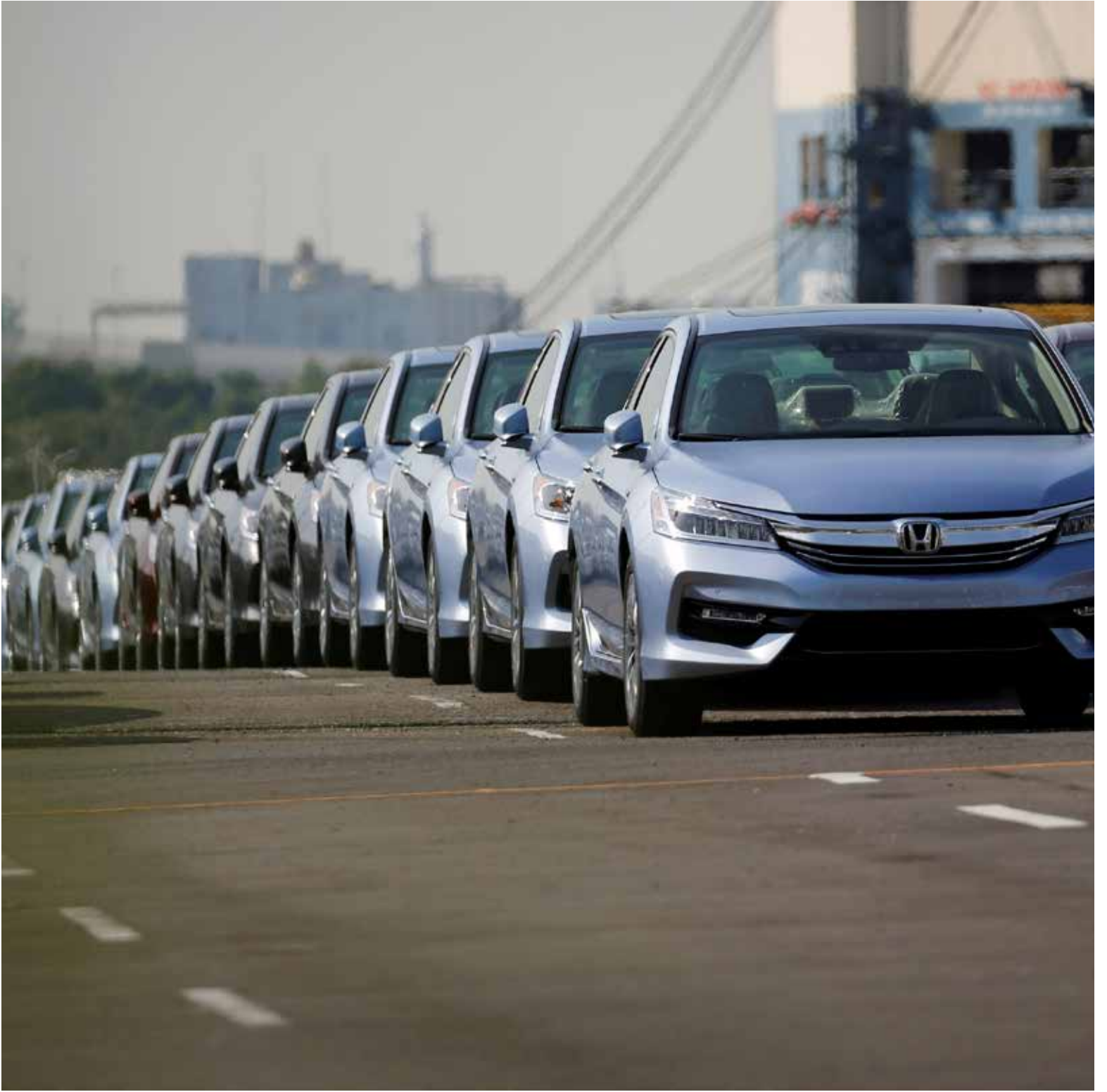
Aralık'ta otobüs-minibüs-midibüs ihracatı yüzde 24 arttı

Aralık 2018'de otomotiv endüstrisi ihracatı 2 milyar 473 milyon dolar olurken sektörün Türkiye ihracatından aldığı pay ise yüzde 18 olarak gerçekleşti.

Ürün grupları bazında bakıldığında otomotiv yan sanayi ihracatı Aralık'ta yüzde 7 azalarak 783 milyon dolar olurken binek otomobil ihracatı yüzde 1 artarak 995 milyon dolar, eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar ihracatı yüzde 11 azalarak 402 milyon dolar, otobüs-minibüs-midibüs ihracatı da yüzde 24 artarak 193 milyon dolar oldu.

Aralık'ta otomotiv yan sanayisinde en büyük pazar olan Almanya'ya ihracat yüzde 7 azalırken yine önemli pazarlardan İtalya'ya yüzde 19, Romanya'ya yüzde 46, İran'a yüzde 88 düşüş yaşandı. Buna karşılık ABD'ye yüzde 37, Fas'a yüzde 17, Cezayir'e yüzde 96, Irak'a yüzde 43 artış kaydedildi.

Binek otomobillerde en büyük pazar olan Fransa'ya ihracat yüzde 16 artarken Birleşik Krallık'a yüzde 71, İspanya'ya



yüzde 15, İsveç'e yüzde 37, Hollanda'ya yüzde 19 artış, İtalya'ya ise yüzde 30, Almanya'ya yüzde 15, ABD'ye yüzde 34, Slovenya'ya da yüzde 20 düşüş yaşandı. Eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlarda en büyük pazar olan Birleşik Krallık'a ihracat yüzde 15 düşerken yine önemli pazarlardan İtalya'ya yüzde 51, Slovenya'ya yüzde 22, İspanya'ya yüzde 45 düşüş, Fransa'ya yüzde 21, Hollanda'ya yüzde 44, ABD'ye ise yüzde 43 artış yaşandı.

Otobüs-minibüs-midibüs ürün grubunda en büyük pazar olan Almanya'ya ihracatta yüzde 14 artış görülürken, bu ürün

grubunda Fas'a yüzde 22 Fransa'ya yüzde 16 artış, İtalya'ya yüzde 13, Polonya'ya yüzde 63 düşüş oldu.

Almanya, Aralık'ta en büyük pazar olma konumunu sürdürdü

Ülke bazında bakıldığında, Aralık ayında toplam 338 milyon dolar ihracat gerçekleştirilen Almanya yine en büyük pazar olma konumunu sürdürdü. Diğer en büyük pazarlardan Fransa'ya yüzde 10 artışla 275 milyon dolar, Birleşik Krallık'a yüzde 12,5 artışla 253 milyon dolar ihracat kaydedildi.

Hollanda'ya yüzde 23, İsrail'e yüzde 16, İsveç'e yüzde 19, Rusya'ya yüzde 14 ihracat artışı yaşanırken İtalya'ya yüzde 33, Slovenya'ya yüzde 24, Danimarka'ya yüzde 30, İran'a yüzde 91 düşüş oldu.

Ülke grubu bazında en büyük pazar olan AB'ye ihracat Aralık ayında yüzde 2 azalarak 1 milyar 828 milyon dolar oldu. AB ülkelerinin toplam ihracattan aldığı pay ise yüzde 74 olarak gerçekleşti. Yılın son ayında alternatif pazarlardan Afrika ülkelerine ihracat yüzde 23 arttı, Orta Doğu ülkelerine ise yüzde 25 geriledi.

OYDER Sigorta tarafından tüketicie sağlanacak imkanlar

OYDER Sigorta'nın ileriye dönük planları sadece satış odaklı olmaktan öte, düzenli ve tatminkâr bir servis/hasar alt yapısının kurulmasına odaklanmaktadır.



**OYDER Yönetim Kurulu
Sigorta Sektörü Danışmanı
BURAK REİS ÖZEN**

Otoban Dergisi'nde sigortacılıkla ilgili yazılar yazmam istenildiği zaman, uzun bir süre ilk yazımın konusu ne olmalı diye düşündüm.

Aslında, OYDER Yönetim Kurulu Başkanı Sayın Murat Şahsuvaroğlu, Genel Sekreter Sayın Özgür Tezer ile Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Sayın Halef Günay, Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Sayın Turgay Mersin, Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Sayın Ömer Koyuncu, Muhasip Üye Sayın K. Altuğ Erciş, Yönetim Kurulu Üyesi Sayın Şemsi Durdu, Yönetim Kurulu Üyesi Sayın Aykut Pektekin, Yönetim Kurulu Üyesi Sayın Turan Mutlu, Yönetim Kurulu Üyesi Sayın Kemal Tepret' in katılımları ile 27 -29 Kasım günleri arasında gerçekleştirilen Paris ve Zürih gezisinin analizinin bu yazımın konusu olmasına karar verdim. Yaklaşık bir yıldan beri kurulması

planlanan OYDER Sigorta A.Ş.'nin değerlendirme çalışmaları hakkında yapılan toplantılarda en çok yoğunlaşılan konu OYDER Sigorta'nın yurt dışı bağlantıları ile tercih edilecek Reasürans programı hakkında olmuştur.

Bu gezide ise bu konuda dünyanın 1 Numaralı Reasürans Şirketi olan Swiss Re ile Axis, MSI Amlin, Arch Re gibi Türk Piyasasını son derecede iyi tanıyan ve muhtelif şirketlerle iş birliği içinde olan bu firmaların üst düzey yöneticileri ile OYDER Yönetim Kurulu Başkan ve üyeleri yüz yüze görüşme ve fikir teatisinde bulunma imkanını elde etmiş oldular.

Bütün gezi boyunca tüm organizasyon, kurulması planlanan OYDER Sigorta'nın birlikte çalışma konusunda tercih etmiş olduğu ve ülkemizde 20 sigorta şirketi ile 220.000.000 USD'lik bir kapasite ile çalışan ve Dünya üzerinde de 2 milyar USD'lik bir kapasiteyi yöneten Nasco France tarafından organize edilmiş ve tüm gezi süresince Genel Müdür Sayın Ghassar Jabour ve Türkiye Sorumlusu Sayın Bora Kutluğ, OYDER ekibine eşlik etmişlerdir.

27 Kasım'da Paris de Nasco Merkezinde yapılan toplantıda Nasco CEO su Sayın Joe Azar , 29 Kasım'da da Swiss Re Merkezinde Sayın Robert Koster ile yapılan toplantıda, OYDER Yönetim Kurulu Başkanı Sayın Murat Şahsuvaroğlu ve OYDER Üyelerinin yapmış olduğu görüşmeler sonucunda ileriye dönük konularda el sıkışmış olmalarının OYDER Sigortanın gelecekteki başarıları konusunda önemli bir başlangıç noktası olduğunu ifade etmek isterim.

Kasım ayı başlarında, İstanbul'da GIC Re General Insurance Company of India) yetkilileri ile yapılan toplantı sonuçları ile yukarıda yazdığımız gezi sonuçları tamamen birbirleri ile örtüşen ve OYDER Sigorta'nın doğru yolda olacağını belirten görüşlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Buluşulan ortak payda Satış, Servis, Sigorta üstünlüğünün getireceği kazanımların elit bir personel yapısı ve dijital ağırlıklı bir yazılımla desteklenen bir alt yapı ile tamamen OYDER Sigorta tarafından yönetilen hızlı ve etkin bir hasar sisteminin ve tabii ki doğru fiyatlamaların tüm yabancı paydaşlar tarafından telaffuz edilmiş olmasıdır.

Şimdilik alt yapı hazırlıkları planlanan bu şirketin kuruluşu ile birlikte, ülkemizin oto sigortacılığında bir çığır açacağı yolundaki beklentilerin gerçekleşmesine adım adım yaklaşılmaktadır.

Günün şartlarına ve tüketicinin beklentilerine uygun her türlü imkânın sağlanması planlanan çalışma modeli aynı zamanda ülkemizdeki hasar tazmininde yaşanan birçok eksiklik ve aksamaların önüne geçecek şekilde dizayn edilmektedir.

2018'in son çeyreğinde yaşanan ve tamamen ülkemize yapılan dayatmaların eseri olarak ortaya çıkan ekonomik darboğaz ve döviz dalgalanmaları özellikle otomotiv sektörünün bu gibi çalkantılara tahammülsüz olduğunu göstermiştir.

Şahsıma katılma imkânı tanınan birkaç bölgesel toplantıda bizzat saygı değer

OYDER üyelerinin ağızından kendileri için en güç olanın teknik elemanlarını kaybetmeyi gerektirecek gelişmeler olduğunu üzümlere dinledim.

Aslında mevcut sigorta potansiyellerinin bir çatı altında toplanacağı ve yıldan yıla yenilemeler ve OYDER Sigorta tarafından

tüketicilere sağlanacak imkanlarla oluşturulacak bir uzun soluklu sigorta portföyünün sistemin kesintiye uğrayacağı durumlarda dahi servisleri yoğun şekilde çalıştıracağı gözden kaçırılmamalıdır.

OYDER Sigorta'nın ileriye dönük planları sadece satış odaklı olmaktan öte, düzenli

ve tatminkâr bir servis/hasar alt yapısının kurulmasına odaklanmaktadır.

Bir diğer yazıda buluşmak dileği ile bol kazançlı günler ve esenlikler dilerim.

Saygılarımla,



Otomotivde 9 ülkeye “milyar dolarlık ihracat”

Geçen yıl ihracatta Cumhuriyet tarihinin rekorunu kıran Türk otomotiv sektörünün 1 milyar dolar ve üzerinde dış satıma ulaştığı ülke sayısı önceki seneye göre 7'den 9'a yükseldi. Almanya 4 milyar 752 milyon dolarla ilk sırada yer alırken, diğer 8 ülkeye 1 milyar 112 milyon ile 3 milyar 268 milyon dolar arasında ihracat yapıldı. Hollanda, 905 milyon dolarla en fazla ihracat yapılan 10. ülke oldu.

Ihracatta geçen yıl 31,6 milyar doları yakalayarak tüm zamanların rekorunu kıran Türk otomotiv sektörünün 1 milyar dolar ve üzerinde dış satıma ulaştığı ülke sayısı 7'den 9'a yükseldi.

Otomotiv Endüstrisi İhracatçıları Birliğinden (OİB) aldığı bilgiye göre, Türk otomotiv sektörü, geçen yıl 207 ülke, serbest bölge ve özerk bölgeye ihracat yaptı.

Geçen yıl önceki seneye göre yüzde 11 artışla 31,6 milyar dolarlık ihracata imza atarak kendi alanında Cumhuriyet tarihinin ihracat rekorunu kıran sektör, yıl bazında ihracatta üst üste 13'üncü şampiyonluğuna da ulaşmış oldu.

Otomotiv ihracatında en büyük pay yine AB ülkelerinin oldu. 2018'de AB ülkelerinin Türk otomotiv sektörü ihracatındaki payı, 24,6 milyar dolarla yüzde 78 olarak gerçekleşti.

Geçen yıl AB pazarındaki büyümenin düşük oranlarda da olsa devam etmesi, otomotiv ihracatına olumlu yansıdı. 2018'de AB'ye yönelik ihracat yüzde 12 arttı.

9 ülkeye ihracat 1 milyar doların üzerine çıktı

2018'de AB üyesi 8 ülke ile ABD, 1 milyar dolar ve üzerindeki otomotiv ihracatı yapılan pazarlar oldu.

Geçen yıl, 2017'ye göre yüzde 8,8'lik artışla 4 milyar 752 milyon dolar ihracat yapılan Almanya, en fazla dış satım yapılan ülkeler arasında birinci sıradaki yerini korudu. Bu

ülkenin Türk otomotiv sektörü ihracatındaki payı yüzde 15 olarak gerçekleşti.

Bu ülkeyi yüzde 3,8 artış ve 3 milyar 268 milyon dolar ihracat ile İtalya, yüzde 10,9 yükseliş ve 3 milyar 235 milyon dolar ile Fransa, yüzde 6,8 artış ve 2 milyar 941 milyon dolarla İngiltere, yüzde 9,6 yükseliş ve 1 milyar 785 milyon dolarla İspanya, yüzde 18 artış ve 1 milyar 409 milyon dolarla Belçika takip etti.

Slovenya ve Polonya ise bu yıl ilk kez 1 milyar doların üzerinde ihracat yapılan ülkeler arasına katıldı. Slovenya'ya yüzde 28 artışla 1 milyar 161 milyon, Polonya'ya yüzde 21 artışla 1 milyar 138 milyon dolar dış satım yapıldı.

AB üyesi ülkeler dışında sadece ABD'ye 1 milyar doların üzerinde otomotiv ihracatı gerçekleştirildi. ABD'ye ihracat önceki yıla göre gerilese de 1 milyar 112 milyon dolar oldu.

En fazla ihracat yapılan ülkeler arasında 10'uncu sırada ise Hollanda yer aldı. Bu ülkeye dış satım, yüzde 19 yükselerek 905 milyon dolara ulaştı.

Uludağ Otomotiv Endüstrisi İhracatçıları Birliği (OİB) Yönetim Kurulu Başkanı Baran Çelik, Türkiye ihracatının lideri otomotiv endüstrisi açısından iyi bir yıl geçirildiğini söyledi.

Geçen yıl aylık bazda ortalama 2,63 milyar dolarlık bir ihracata imza attıklarını dile getiren Çelik, şunları kaydetti: "Endüstri, Mart ayında tarihinde ilk kez 3

milyar doların üzerinde bir ihracata imza attı. Ayrıca Nisan ve Ekim'de 2,9 milyar dolar, Şubat, Mayıs, Temmuz ve Kasım'da 2,8 milyar dolar ile aylık bazda çok yüksek ihracat rakamlarına ulaşıldı. 2018 yılında yüzde 11 artışla 31,6 milyar dolar ihracata ulaşıldı ve geçen yıl 28,5 milyar dolar ihracat ile kırılan rekor bu yıl 11 ayda geride bırakıldı. Böylece otomotiv endüstrisi Cumhuriyet tarihinin ihracat rekorunu yenileyerek, üst üste 13. kez ihracat lideri olarak yılı tamamladı."

En fazla ihracat yapılan 10 ülke

Türk otomotiv endüstrisinin, 2018'de en fazla ihracat yaptığı ilk 10 ülke ve değişim oranları şöyle:

ÜLKE 2017 (milyar dolar) 2018 (milyar dolar) Değişim (yüzde)

Almanya 4,366 4,752 8,8

İtalya 3,147 3,268 3,8

Fransa 2,916 3,235 10,9

İngiltere 2,753 2,941 6,8

İspanya 1,628 1,785 9,6

Belçika 1,189 1,409 18,4

Slovenya 0,906 1,161 28,1

Polonya 0,938 1,138 21,3

ABD 1,408 1,112 - 20,9

Hollanda 0,760 0,905 19

Hep birlikte; daha nicelerine!

2018 Yılında Otomobil için 47 Milyar TL Kredi Kullandık

Bireysel ve tüketici kredileri 2018 yılında toplamda 518 milyar TL büyüklüğüne ulaşırken, otomotiv alımı için kullanılan kredi miktarı 47 milyar 498 milyon TL olarak gerçekleşti.



ALJ Finans Genel Müdürü
SONER IRMAK

Otomotiv sektöründe tüketiciler kredi kullanımı için finansman şirketlerini tercih ederken, otomobil kredisi kullanımında finansman şirketlerinin payı yüzde 56'ya ulaştı. 2017 yılında bu oran yüzde 53 olarak gerçekleşmişti.

ÖTV indirimi sektörü canlandırdı

2018 yılının son 2 ayında hayata geçirilen ÖTV indirimi uygulamasının otomotiv sektöründe canlanmaya yol açtığını belirten ALJ Finans Genel Müdürü Soner Irmak şunları söyledi:

"Özellikle yılın son 2 ayında pazarda yaşanan hareketlilik, finansman şirketlerine de yansdı. Bu dönemde sıfır araba almak isteyen tüketicilerin ve şirketlerin kredi kullanımı artış gösterdi. Böylelikle 2018 yılında bireysel otomobil kredileri stoğu 16 milyar 279 milyon TL, ticari otomobil

kredileri stoğu ise 31 milyar 220 milyon TL olmak üzere toplam 47 milyar 498 milyon TL olarak gerçekleşti. Toplam otomotiv kredileri stoğunun yüzde 56'lık dilimi finansman şirketleri tarafından sağlandı. Bireysel otomotiv kredilerinde ise bu oran yüzde 60 olarak gerçekleşti. ALJ Finans olarak değerlendirdiğimizde ise 2018 yılında 17 bin 368 araç için toplamda 743 milyon TL kredi kullandırdık. ÖTV indiriminin uygulandığı Kasım-Aralık ayında 5 bin 454 araç için 190 milyon TL kredi temin ederken, yıllık kredi adedimizin yüzde 31'lik kısmı son 2 ayda gerçekleşti."

ÖTV indiriminin devamının sektör için olumlu bir karar olduğunu sözlerine ekleyen Irmak "2019 yılında otomotiv pazarının 400-450 bin adet civarında gerçekleşebileceğini öngörüyoruz. Kredi faiz oranlarının düşmesi, otomotiv markalarının tüketicinin satın alma gücüne yönelik gerçekleştireceği kampanyalar, bu tahminleri yükseltebilir. ALJ Finans olarak 2019 yılında yeni araç kredilerindeki payımızı korumanın yanında, 2. el otomobil satışlarının finansmanını desteklemeye devam etmek ve 2.el araç kredisi hacmimizi artırmak istiyoruz." dedi.



İşte Avrupa'nın en çok satan elektrikli otomobili!

Nissan Leaf, Avrupa'da 2018 yılının en çok satan elektrikli otomobili oldu. 2018 yılında 40 binin üzerinde satan Leaf, Norveç'te yılın en çok satan otomobili olma başarısını gösterdi.



Norveç, son yıllarda Avrupa'da elektrikli araca geçişin öncü ülkesi olarak öne çıkıyor. Özellikle bu durum göz önünde bulundurulduğunda ülkede Nissan Leaf en çok tercih edilen otomobil oldu. Norveç'te 12 binden fazla kullanıcı tercihlerini Leaf'ten yana kullandı. Ancak modelin başarısı sadece Norveç ile sınırlı kalmadı.

Piyasaya sürüldüğü 2010 yılından bu yana dünya çapında 380 bin adetlik satış performansı ile da dünyanın en çok satan elektrikli otomobili unvanına sahip. Leaf, Avrupa'da 2018 sonuna kadar 40 bin 699 satış adedine ulaştı!

Leaf artan menziliyle 2019'da da Liderliğin Güçlü Adayı

CES 2019'da yenilenen versiyonu Leaf E-Plus ile müşterilerine güç ve menzil açısından daha fazla seçenek sunan Nissan 2019 yılı için de dünyanın en çok tercih edilen elektrikli markası olma yolunda ilerliyor. Nissan Leaf, 322 km'ye varan sürüş menzili, sessiz çalışan motoru, yumuşak ve hassas gaz pedalı ile birçok müşterinin ihtiyacını karşılarken, E-Plus %40'ın üzerinde bir artış ile 458 km'lik bir sürüş menzilini kullanıcısına sunuyor.

Otomobil 160 KW(215 hp) güç, 340 Nm tork üreterek, aracın yüksek hızda sürüş esnasında daha çabuk ivme almasını sağlıyor. Böylece 80 km/s'den 120 km/s'ye çıkış yaklaşık %13 daha hızlı gerçekleşiyor.



5 milyonluk Ferrari Türkiye'de...

Efsane spor otomobil üreticisi Ferrari'nin en önemli modellerinden biri olan 488 Pista, Türkiye'ye adım attı. Sadece 2 adet Türk müşterinin sahip olacağı otomobil 5 milyon 147 bin 805 TL'lik fiyata sahip! Ayrıca otomobilin ÖTV'si tam olarak 2.684.644 TL!



Fer Mas'ın temsil ettiği Ferrari, merakla beklenen yepyeni modelini ülkemizde satışa sundu. Ferrari 360 Challenge, 430 Scuderia ve 458 Speciale'deki V8 geleneğinin son temsilcisi olan Ferrari 488 Pista, yarış pistlerinde boy gösteren Ferrari 488 Challenge'dan aldığı birçok teknik özellik, donanım ve teknolojiyle tam anlamıyla gündelik hayatta kullanılabilir bir yarış otomobili

olarak geliştirildi. Ferrari 488 Pista, ilk iki müşterisine Şubat ayı içerisinde teslim edilecek.

Otomobilin teknik özelliklerinden ziyade fiyatı ve vergileri daha da dikkat çekiyor. 488 Pista'yı Türkiye'de satın alan ilk iki şanslı kişi 5 milyon 147 bin 805 TL'lik etiket fiyatını göze aldılar. Bu fiyatın 2.684.644 TL'sinin %160'lık ÖTV

ve 785.258 TL'sinin %18 KDV olduğunu da hatırlatmakta fayda var. Bu otomobilin senelik Motorlu Taşıtlar Vergisi (MTV) ise 25 bin 54 TL!

Ferrari 488 GTE ve 488 Challenge yarış otomobillerinden türetilen 488 Pista, 488 GTB'den 90 kg daha az olan 1280 kg'lık ağırlığına karşın 50 HP daha güçlü olan motoruyla da dikkat çekiyor.



Ferrari

488 PISTA

Performans

Son hız
340 km/h

0-100 km/h
2.85 s

0-200 km/h
7.60 s

Kg/Hp
1.78

Motor

Tipi: **V8 - 90°**

Hacim: **3902 cm³**

Maksimum güç: **720 Hp (8000 rpm)**

Maksimum tork: **770 Nm (3000 rpm)**

Litre/Hp: **185**



Aktarım ve Vites Kutusu

7 ileri F1 çift kavramalı şanzıman

Lastikler ve Frenler

Ön lastik: **245/35 ZR20 J9.0**

Ön fren: **398 x 223 x 38 mm**

Arka lastik: **305/30 ZR20 J11.0**

Arka fren: **360 x 233 x 32 mm**

Boyut ve Ağırlık

Uzunluk: **4605 mm**

Genişlik: **1975 mm**

Yükseklik: **1206 mm**

Dingil mesafesi: **2650 mm**

Islak ağırlık: **1385 Kg**

Kuru ağırlık: **1280 Kg**

Ağırlık dağılımı: **%41.5 ön - %58.5 arka**

Yakıt kapasitesi: **78 Lt**



Groupe PSA, rekor kırarak büyüdü

Avrupa'nın ikinci en büyük otomobil üreticisi Groupe PSA, ekonomik ve jeopolitik etkilerin gölgesinde gelişmiş ücretlendirme politikası, başarıyı tetikleyen çekirdek model stratejisi, hafif ticari araç sınıfında yeni ürün tanıtımları ve Avrupa liderliği sayesinde satışlarını beş yıldır üst üste artırıyor.

2018 yılında satışlarını dünya çapında %6.8 artırarak yeni bir rekora imza atan Groupe PSA, toplamda 3.9 milyon satış adedine ulaştı. İki yıl içinde 70 bölgesel lansman gerçekleştiren Groupe PSA, tüm ana pazarlarda (Fransa, İspanya, İtalya, Büyük Britanya, Almanya) ve Türkiye'nin içinde bulunduğu Orta Doğu/ Afrika bölgesinde satışlarını 1 ile 5 puan arasında artırdı. Grup, diğer bölgelerde de stratejik yatırımları ve istikrarlı büyümesi ile dikkat çekerken, hafif ticari araç pazarında elde ettiği 564 binin üzerinde satış adedi ve %18.3 pazar payı ile yeni bir rekora ulaştı.

Groupe PSA ürünleri 2014 yılından beri her sene prestijli otomotiv yarışmalarında final listelerinde yer alıyor. Bu sene "2019 Yılı Ticari Aracı" ödülünü Peugeot Partner Van, Citroen Berlingo Van, Opel Combo Van ile aldı. Geçtiğimiz yıl Citroen C3 Aircross'u takiben bu sene Peugeot Rifter, Citroen Berlingo ve Opel Combo Life "Best Buy Car of Europe 2019 AUTOBEST" ödülünü kazandı. Groupe PSA teknolojisi 3 silindirli motoruyla üst üste dördüncü kez "Uluslararası Yılın Motoru" ödülünü aldı.

Bütün markaları için "Araçların Elektrikle Geleceğe Hazırlanması" stratejisini sunan Groupe PSA; DS markasından başlayarak Plug-in Hibrit ve tamamen elektrikli modellerini 2019 yılında müşterileriyle buluşturacak.

Groupe PSA Avrupa'daki pazar payını %17.1'e çıkardı

Peugeot markası, Avrupa pazarında SUV lideri olurken, İspanya'da birinci

sırada konumlandı. Fransa'da ise en fazla binek araç satan marka oldu. Citroen, son yedi yılın en yüksek satış rakamını yakalarken; Opel X ailesi ile DS markası ise DS 7 Crossback modeli ile büyümesini sürdürdü. Grup, pazar performansının üstüne çıkarak tüm ana pazarlarda artış gösteriyor: Fransa (+2,6 puan), İspanya (+4,2 puan), İtalya (+3,9 puan), Büyük Britanya (+4,8 puan), Almanya (+3,7 puan).

Orta Doğu – Afrika: Groupe PSA Bölgede Büyümeye Devam Ediyor

Grup bölgede yaşanan çeşitli zorluklara rağmen Orta Doğu – Afrika'daki pazar payını artırmaya devam ediyor. (Fas (+1.7puan), Tunus (+1puan) Mısır (+3.1puan),Türkiye (0,7 puan)). 2019 yılında, Fas'taki Kenitra üretim tesisinin üretime başlaması ise bu bölge için önemli bir kilometre taşı olacak.

Çin ve Güney Doğu Asya: Bölgede Yeni Stratejiler Üzerinde Çalışılıyor

Grup, düşüşte olan Çin binek araç pazarındaki mevcut sorunların üstesinden gelmek için ortaklarıyla eylem planları üzerinde çalışıyor. Araçların elektrikle geleceğe hazırlanma stratejisi kapsamında Fukang markası ve ardından PCD[1] ile 2019 yılından itibaren gelecek olan elektrikli modeller uygulamaya konulacak.

Grup, Güney Doğu Asya'daki satışlarını 2017'ye göre iki katına çıkarırken; Naza Corporation Holdings (Malezya) ile ilk ortak girişim üretimlerini 2019'da Peugeot 3008 ve 5008 ile yapmaya başlayacak.

Latin Amerika: Bölgedeki Zorluklar Otomotiv Sektörünü Etkiliyor

Bölgenin iki büyük ülkesi olan Brezilya ve Arjantin'de yaşanan ekonomik zorluklar satışları etkilese de Groupe PSA, Pan-Amerika (Şili, Uruguay, Meksika, Kolombiya, Ekvator) bölgesindeki satışlarını %13.3 oranında artırdı.

Hindistan – Pasifik: Japonya'da Kayda Değer Artış

Japonya'daki %9.2 artış Grubu bu bölgenin de en önemli oyuncularından birisi haline getirdi. CK Birla Grubu ile ortaklaşa geliştirilen Hindistan'daki üretim süreci ise devam etmekte.

Avrasya: Satışlar İstikrarlı Olarak Artıyor

Bölgede özellikle Ukrayna'da gerçekleşen %7 satış artışı ile desteklenen istikrarlı büyüme devam ediyor.

Groupe PSA CEO'su Carlos Tavares: "İstikrarı giderek dengesizleşen bir ortamda çekirdek model stratejimizin titiz bir şekilde uygulanmasıyla başarılı olduk. B2B veya B2C müşterilerimize hitap eden ürün özellikleri tüm markalarımız için fiyatlandırma güç politikamızı desteklerken, şu anda elektrikli araç stratejimizi uyguluyoruz. Çeviklik ve yenilikçi ruh, yaklaşmakta olan zorlukların üstesinden gelmek ve müşteri memnuniyetini artırmak için her zamankinden daha önemli "dedi.



Gücümüzün kaynağı , yıllar boyunca hiç değişmedi.

İnoto olarak, kurulduğumuz günden bu güne kadar bizi ayakta tutan en önemli güç; onlardan aldığımız güven. Sizi onlara ulaştırırken, onları da güven dolu yarınlara ulaştırmak için çalışıyoruz.



Anbar Mah. Osman Kavuncu Bulvarı No: 566 Melikgazi / KAYSERİ T:0352 311 51 11

www.inoto.com.tr

NISSAN, %8,2 pazar payı ile rekor kırmaya devam ediyor

NISSAN Türkiye, Ekim ayındaki %7,7 pazar payını Kasım'da %8,2'ye çıkararak tüm zamanların rekorunu kırdı. Ayrıca NISSAN Türkiye, SUV pazarında da pazar payını %29'a çıkararak açık ara liderliğini pekiştirdi.

Japon otomotiv devi NISSAN, Türkiye'deki 25. yılını rekorlarla taçlandırıyor. Binek araçlarda 4 bin 557 adetlik satış performansı gösteren NISSAN Türkiye, pazar payını %9,8'e çıkarırken marka sıralamasında 3. sırada yer aldı. Toplam pazarda ise gerçekleştirilen 4 bin 762 adetlik satış ile %8,2 pazar payı elde eden NISSAN Türkiye, marka sıralamasında 6. sırada yer aldı. Ekim ayında pazar payını %7,7'ye çıkaran NISSAN Türkiye, Kasım ayındaki performansı ile hem toplam pazarda hem de binek araçlarda rekor tazelemiş oldu.

Her 3 SUV'den biri NISSAN

QASHQAI, X-TRAIL, JUKE modelleriyle Türkiye'de SUV segmentinin lideri NISSAN'ın QASHQAI ve X-TRAIL modelleri, kendi segmentinde Kasım ayının en çok satan modelleri oldu. Türkiye'de SUV segmentinde Kasım ayında 14 bin 88 araç satılırken NISSAN bu segmentte elde ettiği satış performansı ile pazar payını artırarak %29'a çıkardı. NISSAN'ın D-SUV segmentindeki modeli X-TRAIL, kendi segmentinde %70 pazar payı elde ederek tüm segmentlerde en çok satan 7. model oldu. Sınıfının öncüsü ve lideri kompakt SUV modeli QASHQAI ise, Kasım ayında tüm pazarda en çok satan 4. model oldu. NISSAN'ın Kasım ayı performansını değerlendiren NISSAN Türkiye Genel Müdürü Sinan ÖZKÖK, "Kasım ayında satılan 10 binek araçtan biri, SUV segmentinde ise satılan 3 araçtan biri NISSAN. Elde ettiğimiz pazar payı Türkiye'deki 25 yıllık tarihimizin en yüksek oranı. Geçen ayı da rekor ile tamamlamıştık ve bu ay rekorumuzu tazeledik. Yılın ilk 10 ayında 9.3 milyonluk

satış performansı ile dünyanın en çok satan otomotiv grubunun bir parçası olarak, Türkiye'de de başarılı işlere imza atıyoruz. ÖTV ve KDV indirimlerinin tümünü müşterilerimize yansıtıyoruz. Buna ek olarak, sıfır faizli, 70 bin liraya varan finansman desteği ve diğer kampanyalarımız ile müşterilerimizin ihtiyaçlarına karşılık veriyoruz. Ekim

ayının ardından Kasım ayında da elde ettiğimiz pazar payı ile görüyoruz ki, yaptığımız kampanyalar ve ürünlerimiz müşterilerimiz tarafından çok fazla beğeniliyor. Bugüne dek sürdürdüğümüz anlayışı Aralık ayı boyunca sürdüreceğiz ve müşterilerimize en ideal koşulları sunarak tüketici faydasını en üst seviyede tutacağız." dedi.



Otomotiv endüstrisinde kadın istihdamı

Bursa İş Kadınları ve Yöneticileri Derneği'nin (BUIKAD) düzenlediği İş'te Sohbetler'in konuğu Beyçelik Holding CEO'su ve Uludağ İhracatçı Birlikleri Koordinatör Başkanı Baran Çelik oldu.

Sheraton Otel'de düzenlenen toplantıda BUIKAD üyeleri ile iş dünyası dernekleri temsilcileri de hazır bulundu. Toplantının açılışında konuşan BUIKAD Başkanı İpek Yalçın, cinsiyet eşitsizliği konusunda Türkiye'nin 149 ülke arasında 130'uncu sırada yer aldığına işaret etti. Yalçın, Türkiye'de 20 milyona yakın kadının istihdama dahil olmadığına işaret ederek, "Aynı rapora göre bu şekilde devam edersek kadınların erkekler ile eşit hakka sahip olması için 108 yıl, eşit ücrete sahip olması için 202 yıl gerekli. Bu bizim değil, çocuklarımızın bile göremeyeceği bir süre. İnsan eksikli, çağdaş ve ekonomik açıdan aydınlık bir geleceğin kadınların katılımıyla olacağını unutmamalıyım. Bunun bir kadın problemi değil, toplum problemi olduğunu bilerek kadın-erkek ayırt etmeden iş insanları olarak bu görevi üstlenmeliyiz" dedi.

"Kadınları otomotiv sektörüne kazandırmak önemli"

Uludağ İhracatçı Birlikleri Koordinatör Başkanı Baran Çelik de Türkiye'de tüm sektörlerde kadın istihdamının yüzde 31, otomotiv endüstrisinde yüzde 25, imalat sanayinde ise yüzde 23 olduğuna dikkat çekti. Gelişmiş ülkelerde bu oranın yüzde 31'in üzerinde olduğuna işaret eden Çelik, "Bizim için maalesef verimli bir oran yok. Toplumsal cinsiyet eşitliği eğitimlerini yaygınlaştırarak her kademeden her pozisyondaki kişilere bu eğitimler verilmeli. Ayrıca kadınları genç yaşlarda meslek belirleme aşamasındayken otomotiv sektörüne kazandırmak çok önemli" diye konuştu. Çelik ayrıca Beyçelik Holding olarak bu alanda hayata geçirdikleri uygulamalardan da örnekler verdi.



“Yılın Otomotiv Şirketi” Oyak Renault oldu

Oyak Renault, yılın en prestijli iş dünyası ödülleri arasında gösterilen, Boğaziçi Üniversitesi Mühendislik Kulübü’nün organize ettiği Boğaziçi İş Dünyası Ödülleri’nde “Yılın Otomotiv Şirketi” seçildi.

Türkiye’nin en büyük otomobil üreticisi Oyak Renault, Türkiye’nin en eski öğrenci kulübü olarak bilinen Boğaziçi Üniversitesi Mühendislik Kulübü’nün kariyer etkinliği “Management Study with Executives (MSE) 2018” kapsamında organize edilen Boğaziçi İş Dünyası Ödülleri’nde “Yılın Otomotiv Şirketi” seçildi.

Boğaziçi İş Dünyası Ödülleri her yıl “Management Study with Executives” (MSE) iş dünyası, yöneticilik ve liderlik konferansı dahilinde, üyeler ve mezunlar arasında yapılan anketler sonucunda belirleniyor. Hem birey hem de kurum özelinde 16 farklı kategoride yapılan ve halka açık düzenlenen anket sonucunda Oyak Renault, “Yılın Otomotiv Şirketi” kategorisinde birinci oldu.

10 Aralık’ta Boğaziçi Üniversitesi Albert Long Hall’da gerçekleştirilen etkinlik kapsamında ödülü Oyak Renault adına Oyak Renault Genel Müdürü Antoine Aoun aldı. Oyak Renault olarak ödüle layık görülmekten duyduğu mutluluğu dile getiren Aoun, “Türkiye’nin en prestijli okullarından biri olan Boğaziçi Üniversitesi’nin Mühendislik Kulübü tarafından “Yılın Otomotiv Şirketi” olarak ödüllendirilmek Oyak Renault adına bizim için büyük bir mutluluk ve gurur kaynağı. Halka açık yapılan anket sonucunda, binlerce kişinin oylaması ile Oyak Renault “Yılın Otomotiv Şirketi” seçildi. Türkiye’nin en büyük otomobil üreticisi olarak, Ar-Ge ve inovasyona dayalı gücümüzü donanımlı mühendislerimiz sayesinde geliştiriyor, 50 yılı aşkın tecrübemiz ve yetkin insan kaynağımızla otomotiv sektöründe yaşanan dönüşüme yön veriyoruz. Oyak Renault olarak genç yetenekleri

şirketimize çekmek ve onlara uluslararası çapta kariyer fırsatı sunmak üzere Ar-Ge ve inovasyona yönelik yatırımlarımızı tüm hızıyla sürdürüyoruz. Bizleri bu ödüle layık gördüğünüz için çok teşekkür ediyoruz” diye konuştu.

Management Study with Executives (MSE), Boğaziçi Üniversitesi Mühendislik

Kulübü’nün bu yıl sekizincisini düzenlediği; üç gün boyunca katılımcıların yönetici olma yolunda atılması gereken adımları alanında uzman insanlardan öğrenebildiği ve birebir sorularını yöneltme imkan bulduğu, Türkiye’nin en prestijli kariyer etkinliklerinden biri olma özelliğini taşıyor.



2018 ODD Gladyatör ödülleri; En hızlı büyüyen otomobil markası: DS Automobiles

Otomotiv Distribütörleri Derneği'nin (ODD) markaların satış ve iletişim alanındaki başarılarını ödüllendirmek üzere organize ettiği dokuzuncu ODD Satış ve İletişim Ödülleri, 4 Ocak 2019 tarihinde Four Seasons Bosphorus İstanbul'da yapıldı. Gecede 18 dalda dağıtılan ödüller sahiplerini buldu.

Satış Ödülleri, ODD'nin veri tabanına işlenen satış adetlerine göre belirlendi. İletişim ödülleri halk oylamasıyla belirlenirken, diğer kategoriler ise alanlarında uzman jüri üyeleri tarafından değerlendirildi.

Güçlü bir rekabete sahip olan ödül töreninde DS Automobiles, En Hızlı Büyüyen Otomobil Markası ödülünün sahibi oldu.

Lüks Fransız DS'den satış atağı

Fransız lüks anlayışını otomobile taşıyan DS markası, Koluman Motorlu Araçlar A.Ş. bünyesindeki Monde Motorlu Araçlar A.Ş tarafından "executive bayi" olarak temsil edilmeye başladıktan sonraki 3 ay içinde 100 adetlik DS 7 Crossback satışı gerçekleştirdi.

Monde Motorlu Araçlar A.Ş Yönetim Kurulu Başkan Vekili Altuğ Erciş, lüks özellikleri ve tasarımıyla büyük beğeni toplayan DS 7 Crossback satışlarıyla büyük bir başarıya imza attıklarını belirterek "DS ürün gamına her yıl yeni modeller ilave edilecek. Daha da önemlisi tüm DS modellerinin elektrik versiyonları olacak. 2019 yılının 2'nci yarısından itibaren SUV DS 7 Crossback'in hibrit versiyonunu da Türkiye pazarına sunacağız. Mart ayından itibaren DS 3 Crossback'in Türkiye lansmanı ile birlikte satışına başlayacağız. Bunları DS sedan modellerimiz izleyecek. Bu yeni modellerimizle birlikte 2019 yılı için 500-600 adetlik satış hedefimiz var" şeklinde konuştu.

Anadolu yakasında da DS showroamları açmayı planlıyoruz" dedi.

Erciş yaptıkları araştırmalarda DS markasını tanıyanların oranının önceleri çok düşük olduğu da söyleyerek "Gün geçtikçe bu oran yükseliyor. Bu segmentte marka bilinirliğini yukarılara taşımak hiç kolay bir iş değil. Satışla birlikte, markanın çok daha geniş kitlelerce tanınıyor olması için çalışmalarımızı ara vermeden sürdürüyoruz" şeklinde konuştu.

Fransız markalarının lüks perakendecilik işinde çok iyi olduklarını da dile getiren Erciş şunları söyledi;

"Koluman olarak Türkiye'de lüks segmentte Mercedes'i de temsil ediyoruz. Buradaki tecrübe ve birikimimiz, çalışma anlayışımız ve vizyonumuz ile müşteri beklentilerini lükste çok iyi yakaladığımızı düşünüyorum. Bu doğrultuda DS için her ay performans değerlendirmesi ve gizli müşteri çalışmaları yapıyoruz. Bu çalışmalarda yüzde 95 oranında müşteri memnuniyeti sağladık. Böylelikle büyük bir potansiyel için emin adımlar ile ilerliyoruz."

"Marka bilinirliği artıyor"

Monde Motorlu Araçlar A.Ş Yönetim Kurulu Başkan Vekili Altuğ Erciş, şu an için tek noktadan hizmet verdiklerini ve öncelikli hedeflerinin marka bilinirliğini yukarı taşımak olduğunu da sözlerine ekleyerek "İstanbul'un en merkezi yerinde bulunan Etiler'deki showroomumuz ile markamızı temsil ediyoruz.2019 Yılı'nın ikinci yarısından itibaren Ankara ve sonrasında da İzmir ile İstanbul'un



**Monde Motorlu Araçlar A.Ş
Yönetim Kurulu Başkan Vekili
ALTUĞ ERCİŞ**



Avrupa Birliği'nden dizel araç uyarısı

Dizel araçların Almanya başta olmak üzere pek çok Avrupa Birliği ülkesinde yasaklanmaya başlamasının ardından ortaya çıkan uygulamalar nedeniyle Avrupa Komisyonu otomobil üreticilerine ve Almanya'ya uyarıda bulundu.



Polonya'da bir dönem Ulaştırma Bakanlığı yapmış olan ve 2014 yılından beri AB'nin iç piyasa, endüstri, girişimcilik ve kobilere bakan komisyonunun üst düzey delegesi Elżbieta Bieńkowska, hava kirliliği nedeniyle Avrupa'nın daha gelişmiş ülkelerinin caddelerine çıkamayan modellerin, değişik tokuş teşvikleriyle AB'nin Doğu Avrupa'daki yeni üye ülkelere ihraç etme arayışından duyduğu endişeyi dile getirdi.

Çevreci grupların Şubat ayında Leipzig'de açtığı davayla kirliliğe neden olan dizel araçların men edilmesini sağlayan kararın ardından, Alman otomobil üreticileri ve hükümet arasında yeni bir uzlaşmaya varılmıştı. Alman hükümeti, üreticilerden tüketicilere donanım iyileştirmeleri ve takas teşvikleri sunmasını istemişti.

Eskisini getir yenisini al kampanyasından gelen kirli araçlar Doğu Avrupa'ya gönderiliyor

Alman üreticiler ise milyarlarca euro maliyeti olan retrofit (donanım iyileştirmeleri) yerine Euro 4 ve 5 tipi eski dizel araçların getirilmesi karşılığında 10 bin euro'ya kadar indirim sağlamaya başlamıştı. Gelen ikinci el eski tip dizel araçlar ise Doğu Avrupa ülkelerine ihraç edilmeye başlanıyor.

Volkswagen'in başını çektiği dizel skandalı sonrası otomotiv sektöründe dip yapan araç satışlarını arttırma yönündeki bu plan tepki çekiyor.

"İkinci el araç ihracatı hava kalitesi problemini batıdan doğuya taşımak anlamına geliyor. Alman hükümetinin dizel sürüş yasağını geçiştirme planı, sorunu daha da derinleştirebilir. Avrupa Komisyonu Delegesi Elżbieta Bieńkowska"

Geçen senenin verilerine göre, AB ülkelerinden sadece Bulgaristan'a 100 bin adet ikinci el araç ihraç edildiği ve bunlardan üçte birinden fazlasının ağır hava kirliliğine neden olan grubundan olduğu belirtiliyor.

Merkel uzlaşmayı savunuyor

Almanya Çevre Bakanlığı, otomobil üreticilerinin yeni nesil pahalı egzoz filtreleme sistemlerine olan direnişini kırmaya çalıştığını belirtse de Bieńkowska sorunun ulusal bir nitelik taşımadığını ve tüm Avrupa'nın sorunu olduğunu vurgulayarak "Miadı dolmuş araçlarla ne yapılacağına dair net bir karar verilmeli." dedi.

Almanya Şansölyesi Angela Merkel ise üreticilerle sağlanan uzlaşmayı savunarak, banliyö ve kırsal kesimlerden çalışmak

için şehir merkezine gelen binlerce dizel araç sahibini etkileyen Almanya'daki sürüş yasağının engellenmesinin gerekli olduğunu söyledi.

Merkel, daha önce otomobil üreticilerinin hileli cihazlarla yönetmeliklere uygun hale getirdiği dizel araç satışı yapan firmaların "yalancılık ve hilekârlık" olduğunu belirtmişti.

9 Ekim'de kritik toplantı

Hatırlanacağı üzere, 2015 yılında patlak veren skandalda Volkswagen emisyon testlerini manipüle eden yasa dışı yazılım kullandığını kabul etmiş ve 27 milyar dolar ceza ödemeye mahkum edilmişti.

AB Çevre Bakanları, 9 Ekim'de Lüksemburg'da başlayacak zirvede daha iddialı emisyon hedeflerini tartışacak. Zehirli nitojen oksit (NOx) salınımındaki düzenleştirmeleri daha da sıkılaştırmanın yanı sıra hafif ticari araçlar için karbon dioksit salınımını yüzde 45 azaltan düzenlemeler de gündem maddeleri arasında.

Geleceğin Otomotiv Mühendisleri Bu Okulda Yetiştiriliyor

Sakarya'da otomotiv alanında nitelikli ara eleman ihtiyacını karşılamak için 1. OSB'de kurulan lisede otomobilin motorunu sökme, takma ve katalog değerlerine göre ölçüm yapmayı uygulamalı olarak öğrenen öğrenciler, gelecekte iyi bir otomotiv mühendisi olup yerli otomobil üretimine katkı sunmak istiyor. Okul müdürü Fatih Şumnulu: "Geleceğin motorlu araçlar teknolojisi mühendisleri okulumuzdan çıkacaktır". Öğrenci Talha Ayvaz: "Hedefimiz burada iyi bir teknik elaman olup motorları tanıyarak iyi bir mühendis ve gelecekte yerli otomobilde söz sahibi olmak".

Türkiye'nin otomotiv üretiminde başı çeken iller arasında yer alan Sakarya'da, 1. Organize Sanayi Bölgesi'nde (OSB) kurulan Sakarya Ticaret ve Sanayi Odası Motorlu Araçlar Teknolojisi Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'nde geleceğin otomotiv mühendisleri yetiştiriliyor.

Nitelikli ara eleman ihtiyacını karşılamak amacıyla kurulan okulda, otomobilin motorunu sökme, takma ve katalog değerlerine göre ölçüm yapmayı uygulamalı olarak öğrenen öğrenciler, gelecekte iyi bir otomotiv mühendisi olup yerli otomobil üretimine katkı sağlamak istiyor.

Okul Müdürü Fatih Şumnulu, yaptığı açıklamada; hedeflerinin motorlu araçlar teknolojisi alanında öncelikle kalifiye ara eleman yetiştirmek olduğunu söyledi.

Eli tornavida tutan mühendisler yetiştirmek istediklerini vurgulayan Şumnulu, "Geleceğin

motorlu araçlar teknolojisi mühendisleri okulumuzdan çıkacaktır. Okulumuz, Türkiye'de az bulunan tematik okullardan birisi olup, aynı zamanda özel program ve proje uygulayan okullardan biridir. En dikkati çeken projemiz, Doğu Marmara Kalkınma Ajansı'ndan (MARKA) destek aldığımız, "Yeni Ufuk Otomotivde İmalat Sanayi" projemizdir." dedi.

"Öğrencilerimiz geleceğin mühendisleri olacak"

Öğretmen Hakan Ercan, kentte otomotiv endüstrisi sanayisinin çok geliştiğini ve ihracatta ana kalemi oluşturduğunu kaydetti.

Ailelerinin desteğini alan öğrencilerin severek okula gelmelerinden büyük mutluluk duyduklarını ifade eden Ercan, "Burada yetişen öğrencilerimiz geleceğin mühendisleri olacak. Otomotiv mühendisi

olacak ve yerli üretimlerde söz sahibi olacak konuma gelecek. Bunlar için mücadele ediyoruz. Öğrencilerimiz bu atölyede motorlu araçların temel ana organı olan otomotiv motorunu sökme, takma, katalog değerlerine göre ölçümlerini yapmayı yürütmektedirler. Bu alanda öğrencilerimize her daim yardımcı olmaktayız." diye konuştu.

Öğrenci Mustafa Haliloğlu, motoru en küçük parçasına kadar öğrendiklerini belirterek, "En büyük amacımız, Türkiye'de iyi bir elaman olarak yetişmek. Yerli ve milli otomotivde teknik bir mühendis, eleman olmak istiyorum. En büyük hayalim bu." dedi.

Öğrenci Talha Ayvaz ise "Hedefimiz burada iyi bir teknik elaman olup motorları tanıyarak iyi bir mühendis olmak ve gelecekte yerli otomobilde söz sahibi olmak. Buradan mezun olduğumuzda iş garantimiz de olmaktadır." ifadelerini kullandı.

Borsadaki otomotiv şirketlerinin kârı yerinde saydı

Borsa İstanbul'da otomotiv sektöründe faaliyet gösteren 8 şirketin satışları, yılın dokuz ayında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 15 artarken, toplam net kâr sadece yüzde 7 yükseldi.

Borsa İstanbul'da otomotiv sektörü şirketlerinin 9 aylık net kârı, satışlardaki yüzde 15 artışa karşın önceki yılın aynı dönemine göre sadece yüzde 7 yükselerek 2 milyar 362 milyon liraya ulaştı.

Borsa İstanbul'da otomotiv sektöründe faaliyet gösteren ve 2018'in 3'üncü çeyreğine ilişkin finansal tablolarını açıklamış olan 8 şirketin toplam net kârı, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 7 artarak 2 milyar 362 milyon liraya yükseldi.

Borsada işlem gören otomotiv şirketlerinden 4'ü yılın üçüncü çeyreğinde kâr açıklarken, 4'ü ise bu dönemi zararla tamamladı. Söz konusu dönemde Otokar'ın önceki yılın aynı dönemine göre kârdan zarara geçmesi dikkati çekerken, Karsan Otomotiv, Anadolu Isuzu ve Tümosan'ın da zararını artırdığı görüldü.

Ford Otosan 1 milyar 272,4 milyon lirayla en yüksek kâr açıklayan şirket olurken, aynı zamanda kârını önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 30 artırarak en iyi performans gösteren otomotiv şirketi

oldu. Ford Otosan'ın ardından kârını artıran ikinci şirket de yüzde 17 ile Tofaş Otomobil fabrikaları oldu. Ocak-Eylül döneminde 1 milyar 3,9 milyon lira kâr açıklayan Tofaş Otomobil Fabrikaları, 2017'nin aynı döneminde 858,5 milyon lira net kâr elde etmişti.

Otomotiv şirketleri arasında, 9 aylık finansal sonuçlarına göre kâr açıklayan diğer 2 şirketin ise önceki yılın aynı dönemine göre kârlarının azaldığı görüldü. Doğuş Otomotiv'in kârı yüzde 9 azalışla 129 milyon liraya, Türk Traktör'ün kârı da yüzde 23 azalışla 165,9 milyon liraya geriledi.

Ocak-Eylül döneminde zarar açıklayan otomotiv şirketleri ise 90,2 milyon lira ile Anadolu Isuzu, 85,9 milyon lira ile Otokar, 20,1 milyon lira ile Karsan Otomotiv ve 12,8 milyon lira ile Tümosan olarak sıralandı.

Otomotiv şirketlerinin toplam satışları 50 milyar lirayı aştı

Borsada işlem gören otomotiv şirketlerinin 9 aylık toplam satışları, geçen yılın aynı

dönemine göre yüzde 15 artışla 50 milyar 883,1 milyon liraya ulaşırken, Karsan Otomotiv'in satışlarını yüzde 60 artırması dikkati çekti. Aynı dönemde satışları azalan otomotiv şirketleri ise Doğuş Otomotiv, Otokar, Türk Traktör ve Tümosan oldu.

Karsan'ı satış artışında sırasıyla yüzde 46 ile Anadolu Isuzu, yüzde 36 ile Ford Otosan ve yüzde 11 ile Tofaş Otomobil Fabrikası izledi.

Otomotiv şirketlerinin toplam aktifleri 3'üncü çeyrekte 45 milyar 335 milyon liraya çıkarken, en yüksek aktife sahip otomotiv şirketi 14 milyar 853,6 milyon lira ile Tofaş Otomobil Fabrikaları oldu.

Öz kaynaklar kalemine bakıldığında ise otomotiv şirketlerin toplam özkaynaklarının önceki yılın aynı dönemine göre gerilemesi dikkati çekti. Yılın üçüncü çeyreğinde 9 milyar 621,2 milyon liraya gerileyen toplam özkaynaklar, geçen yılın aynı döneminde 9 milyar 932 milyon lira olarak kayda geçmişti.



Robot kuryeler geliyor

Continental, e-ticaret ağının her yıl büyümesi ve artan kentleşmeyle paralel olarak, otonom araç teknolojisinin sınırlarını genişletiyor. ABD'nin Las Vegas kentinde düzenlenen CES 2019 Fuarı'nda son yeniliklerini sergileyen Continental, paketleri müşterinin ayağına kadar götüren kurye robotlar ve sürücüsüz araçlarla yakın geleceğin akıllı şehirlerini bugünden tasarlıyor.

Dünyanın en büyük uluslararası lastik ve orijinal ekipman tedarikçilerinden Continental, Las Vegas 2019 CES Fuarı'nda yeni otomotiv inovasyonlarını ve teknolojilerini görücüye çıkardı. Sürücüsüz araçlarla entegre olan kurye robot ile eşya ve paketlerin daha etkili ve verimli bir şekilde dağıtımını sağlayan Continental'in elektrikli otonom geliştirme platformu CUBE, geliştirdiği teknolojilerle mobilite kavramını da bir üst seviyeye taşıyor.

Genellikle robot taksi veya kapsül olarak adlandırılan bu otonom araçlarla eşya teslimatı yapılarak, mevcut taşıma kapasitesinin daha fazla kullanılması ve zaman kayıplarının azaltılması hedefleniyor. Tahminler, eşya taşımacılığına olan ihtiyacın, nüfusun yoğun olduğu yerlerde yolcu taşımacılığı ihtiyacını bile geride bırakacağını gösteriyor. Sensör, çevre algılama ve modelleme, yerelleştirme, konumlandırma, durum analizi, karar alma ve mekatronik aktüatörler gibi ölçeklenebilir teknolojiler konusunda uzmanlığı ve çözümleriyle Continental, bu ihtiyacı karşılayacak çözümlere ve teknik bilgiye sahip olduğunu

bir kez daha teyit ediyor. Sürücüsüz araçlar ve kurye robotlarla etkili bir taşıma ekibi oluşturabileceklerini söyleyen Continental'in Sistemler ve Teknoloji, Şasi ve Güvenlik Bölümü Müdürü Ralph Lauxmann "Bu sinerji, farklı platformlar için benzer çözümler kullanan bütünsel teslimat konseptleri için heyecan verici bir potansiyel yaratıyor. Bu temel teknolojinin devamında, bu alanda bütün değer zinciri gelişecektir." diye konuştu.

Eşya ve paket teslimatı

Evlere eşya ve paket teslimi, her yıl artan e-ticaret satışları nedeniyle büyüyen, dinamik bir pazar. Bu segmentin büyümesiyle saat başı teslimat maliyeti büyük önem kazanıyor. Birden çok araştırmada, otomatik eşya tesliminin, işletmeden tüketiciye yapılan tüm teslimatlarda %80'e kadar çözüm olacağını tahmin ediliyor. Continental, geleneksel eşya teslimine ek olarak otonom eşya teslimini, geleceğin kentsel mobilitesinin ayrılmaz bir parçası olarak görüyor. Bir veya birden çok kurye robot taşıyabilen

CUBE ile eşya ve paket teslimatı tam anlamıyla otonomlaşıyor.

Ralph Lauxmann ayrıca, "Eşya teslimi otomasyonunun endüstriyellemesi için, güvenilir, dayanıklı, yüksek performanslı ve en uygun maliyetli teknoloji, yani otomasyonu otomotiv sektörüne mükemmel şekilde yansıtan bir bileşim gerekir. Continental'in ileri sürüş destek sistemleri ve araç otomasyonu alanında sektörün lider tedarikçilerinden biri olmasını sağlayan, bu uzmanlık profildir." diyor. Continental, kurye robotların dahil olduğu bu platformu daha da geliştirmek için otomotiv teknolojisi uzmanlığını robot üreticilerine aktarmaya ve ölçeklendirmeye hazır. Continental Kuzey Amerika Sistemler ve Teknoloji Direktörü Jeremy McClain, "Kurye robotlar için, otomotiv çözümlerimiz kadar gelişmiş ve dayanıklı bir teknoloji gerekecek. İnternet üzerinden alışverişin giderek yaygınlaşması ve mega şehirlerin büyümesiyle, paket teslimine özel çözümlere ihtiyaç duyulacak. Kurye robotlar ile birlikte sürücüsüz araçlar, bunun için mükemmel bir çözüm olabilir." şeklinde konuşmakta.

Türkiye, 2018 yılında 1,5 milyon araç üretti

Otomotiv Sanayii Derneği verilerine göre, 2018 yılında toplam üretim, bir önceki yıla göre yüzde 9 azalarak 1 milyon 550 bin 150 adet oldu.

Türkiye otomotiv sanayisine yön veren 14 büyük üyesiyle sektörün çatı kuruluşu olan Otomotiv Sanayii Derneği (OSD) verilerine göre, 2018 yılında toplam üretim, bir önceki yıla göre yüzde 9 azalarak 1 milyon 550 bin 150 adet olarak gerçekleşti.

OSD, 2018 yılına ait toplam üretim, ihracat ve pazar verilerini açıkladı. Açıklamaya göre, Türkiye otomotiv sanayii oldukça hareketli bir 2018 yılını geride bıraktı. Yılın hemen ortasında döviz kurlarında yaşanan gelişmelerle sıkıntılı bir süreçten geçen otomotiv sanayii, yılın son çeyreğinde atılan pozitif adımlar ve kapsayıcı teşviklerle rahat bir nefes aldı.

Yüzde 9 azaldı

2018 yılında toplam üretim bir önceki yıla göre yüzde 9 azalarak 1 milyon 550 bin 150 adet, otomobil üretimi ise yüzde 10 azalarak 1 milyon 26 bin 461 adet oldu.

Türkiye otomotiv pazarı 2018 yılını, bir önceki yıla göre yüzde 35 daralarak 641 bin 541 adet seviyesinde kapatırken, otomobil pazarı ise yüzde 33 daralarak 486 bin 321 adet ile yılı tamamladı.

Bu dönemde, toplam otomotiv ihracatı 32,2 milyar dolar olarak gerçekleşirken, otomobil ihracatı ise 12,4 milyar dolar ile yılı kapattı.

Ticari araç grubundaki başarılı üretim performansını sürdüren otomotiv sanayisinin 2018 yılındaki ticari araç üretimi yüzde 5 seviyesinde azaldı. Bu dönemde, hafif ticari araç üretimi yüzde 6 azalırken, ağır ticari araç üretimi yüzde 6 arttı.

Ticari araç pazarı ise 2017 yılı ile karşılaştırıldığında yüzde 41 daraldı. Aynı dönemde, hafif ticari araç pazarı yüzde 42, ağır ticari araç pazarı ise yüzde 33 daralmayla yılı tamamladı.

Son 3 yılda yüzde 60 seviyesinde

Ağır ticari araç grubunda göreceli olarak kısıtlı seviyede kalan bu azalış baz etkisi kaynaklı olup pazar daralması son 3 yılda yüzde 60 seviyesinde gerçekleşti.

OSD verilerine göre, toplam otomotiv ihracatı 2018 yılında bir önceki yıla göre adet bazında yüzde 1 azaldı ve 1 milyon 318 bin 869 adet olarak gerçekleşti. Otomobil ihracatı ise yüzde 5 azalarak, 875 bin 147 adet oldu.

Bu dönemde ihracat, paritedeki değişim sebebiyle dolar bazında yüzde 11 artarken, Euro bazında ise yüzde 6 arttı.

Buna göre, toplam otomotiv ihracatı 32,2 milyar dolar olarak gerçekleşirken, otomobil ihracatı 12,4 milyar dolar ile 2018 yılını kapattı. Euro bazında otomobil ihracatı ise aynı seviyede kalarak 10,5 milyar euro seviyesinde gerçekleşti.



“Yılın En İnovatif Otomotiv Markası” Mercedes-Benz oldu



İnternet ve teknoloji dünyasının en iyilerinin belirlendiği Webrazzi Ödülleri kapsamında Mercedes-Benz Türk, "Yılın En İnovatif Otomotiv Markası" ödülüne layık görüldü.

Webrazzi Ödülleri 2018 kapsamında "Yılın En İnovatif Otomotiv Markası" ödülü Mercedes-Benz Türk'ün oldu.



Bu yıl ilk kez açılan otomotiv kategorisinde "Yılın En İnovatif Otomotiv Markası" ödülünü, Mercedes-Benz Türk Kurumsal İletişim Müdürü Ezgi Yıldız Kefeli, Mercedes-Benz Otomobil Pazarlama İletişimi Müdürü Emre Kurt ve Mercedes-Benz Türk Kamyon & Otobüs Pazarlama İletişimi Müdürü Serra Yeşilyurt birlikte aldılar.

Kurumsal İletişim Müdürü Ezgi Yıldız Kefeli ödülü alırken yaptığı konuşmada, "Teknolojiyi, yeniliği, inovasyonu sadece ürün ve hizmetlerimizde değil, işimizin her alanında, attığımız her adımda kullanmaya özen gösteriyor ve bu alanda öncü olmaya devam ediyoruz. Değerli Webrazzi okurları tarafından bu kategoride en iyi marka seçilmek bizler için gurur verici oldu. Kendilerine çok teşekkür ediyoruz." ifadelerini kullandı.

Aday belirleme ve oylama süreci tamamen okurları tarafından belirlenen ve 32 kategoriden oluşan Webrazzi Ödülleri 2018'de toplam 433 bin 491 oy kullanıldı.

Audi ödüle doymadı!

Alman otomotiv devi 2018 Kasım ve Aralık aylarıyla, 2019'un ilk ayında dünyanın farklı ülkelerinde, farklı konulardaki yarışma ve değerlendirmelerde birçok ödül kazandı.

Kelley Blue Book'tan Audi Q5 ve Audi Q7'ye Best Buy

Kasım ayında ödüllerin ilki ABD'de düzenlenen 'Kelley Blue Book Ödülleri'nden geldi. ABD'nin önde gelen pazarlama yayınlarından Kelley Blue Book'un, ürün ve hizmetleri fiyat ve kalite açısından değerlendirdiği yarışma olan Best Buy'da Audi iki ödül birden aldı. Yarışmanın 2019 model yılı araçların değerlendirildiği bölümünde, Kompakt Lüks SUV kategorisinde Audi Q5, Orta Sınıf Lüks SUV kategorisinde ise Audi Q7, 'Best Buy' ödüllerine layık gördü. Audi Q5, yenilikçi teknolojisi, quattro dört tekerlekten çekiş sistemi ve verimliliğiyle üst üste ikinci kez 'Best Buy' ödülünü alma başarısını gösterdi. Yarışmada Audi Q7'de kalitesi ve lüks karakterinin yanı sıra, şık tasarımı, sessiz ve konforlu sürüşü özellikleriyle sınıfının birincisi seçildi.

Japonya'da lüks sınıfın en iyileri Audi A8 ve A7 Sportback

Dünyanın en önemli lifestyle yayınlarından biri olarak kabul edilen GQ'nun Japonya edisyonu, Audi'nin iki modelini birden 'Yılın Lüks Otomobilleri-Luxury Cars of the Year' ödülüne layık gördü.

Audi Q8, İspanya'da üçledi

Audi, Q8 modeliyle, İspanya'dan üç ödül aldı. İlk ödül, 30'dan fazla ülkede 150'den fazla gazete ve dergiye sahip Avrupa'nın en büyük yayıncılık





kuruluşlarından biri olan Axel Springer İspanya'dan geldi. Kuruluşa bağlı olarak yayınlanan ve Avrupa'nın en saygın otomobil dergilerinden Auto Bild'in İspanya edisyonu, 'Motor Awards 2018'de Audi Q8'i büyük ödüle layık gördü. Auto Bild España dergisi okurları, Audi Q8'i Büyük SUV kategorisinde birinci seçti.

İkinci ödül de yine Avrupa'nın önemli yayınlarından Top Gear'ın İspanya edisyonundan; derginin düzenlediği yarışmada Audi Q8 tasarımıyla birinciliği elde ederek 'Award for Design'ı kazandı.

Audi Q8'in İspanya'daki üçüncü ödülü, bir başka uluslararası yayının İspanya edisyonu Car&Driver dergisinden geldi. 24 yıldır düzenli olarak gerçekleştirilen yarışmada okuyucular, internette yaptıkları oylamayla Audi Q8'i büyük ödüle layık gördü.

Fransa'da Audi'ye altı ödül

Fransa'nın otomotivle ilgili ünlü mecralarından L'argus, Audi'yi iki ödüle layık gördü: Argus Award 2019'da 'Aile ve Premium SUV' kategorisinde Audi Q8 büyük ödüle layık görülürken, Audi Q5 de yüzde 93,8 müşteri memnuniyeti oranıyla 'First in Quality' ödülünü kazandı.

Fransa'da 1945 yılından bu yana dağıtım, onarım, satış sonrası hizmetler gibi konularda yayınlanan referans dergisi Auto Infos, Audi'yi karlılık kategorisinde birinci seçerek 'Award of Used Car Rentability' ödülünü verdi.

Fransa'daki bir diğer ödül, Auto Moto Dergisi'nden. Derginin düzenlediği Innovations Award 2018'de, Audi Q3, 'Yılın Otomobili – Car of the Year' unvanını aldı. Kompakt SUV'un ikinci jenerasyonu tasarımı ve geniş iç yapısıyla seçmenlerin beğenisini kazandı.

Audi'ye bir ödül de Fransız Trafik Bilgi Servisi'den geldi. Markanın en yeni modeli olan Audi e-tron, 'Coyote Awards 2019'da, 'Techo-Car 2019' ödülünü aldı. Model, sürücü desteği, konfor, bilgi-eğlence alanlarındaki yenilikçi teknolojisiyle bu ödüle layık görüldü.

Son ödül, high-tech ürün inceleme ve haberlerinin yer aldığı lesnumériques.com editörlerinden geldi; sitenin gerçekleştirdiği Les Etoiles sıralamasında, Audi A7 Sportback en iyi bağlantılı otomobil olarak onurlandırıldı.

Yenilik Zirvesi: "En İyi Konferans" kategorisinde birincilik elde etti

Markaların toplantı, seminer, fuar gibi etkinliklerdeki yaratıcılığı ve uygulama başarılarının yetkin ve bağımsız bir jüri tarafından değerlendirildiği BrandEX ödülü Audi'ye verildi.

2018 yılında ikincisi düzenlenen, ana teması mobilite olan (MQ-Mobility Quotient) ve 700'ü aşkın uluslararası düşünce liderinin yapay zeka, sanal gerçeklik, otonom araçlar ve elektrikli mobilite konularında görüş alışverişinde bulunduğu Audi MQ! İnovasyon Zirvesi, En İyi Konferans kategorisinde BrandEx Gold Ödülü'nü kazandı.



Hayaller sıfır gerçekler yaşı

Değerli Oyder Üyeleri,

2018'de hurda teşvikinin 2. el satışlarına etkisi sadece 93 bin adetti. 2. el otomobil satışlarında en önemli gösterge 2 ve üstünde el değiştiren araçlar, yani çoklu satışlar. Bu oran 10 ay sonunda yüzde 34.27'ye yükseldi. Yani 4 milyon 580 bin 621 adet 2. el otomobilin 1 milyon 559 bin 779 adedinin 10 ay içinde 2'den fazla satışı yapılmış. Bu oran son dönemde hızla artıyor. 2016 yılında yüzde 31.45 olan oran 2017'de yüzde 33.59'a bu yıl ise yüzde 34.27'e yükseldi. Sıfır otomobil satışlarının 250 bin adede düşmesinin beklendiği 2019'da bu oranın yüzde 40'a çıkmasını bekliyoruz.

Maalesef vergi indirimi devam etmez, faizler bu oranda kalırsa 2019'da 250 bin adetlik sıfır otomobil satılacağını düşünüyoruz. 2. el otomobil satışları da 2018 yılına paralel olarak gerçekleşir. Bizim tahminimiz 2019'da 2. elde model yıllarına bağlı olarak yüzde 4-5 büyüme olur. Yani sıfır otomobil satışları düşerken 2. elde küçük de olsa bir büyüme olacaktır.

1. Elde önce eş dost geliyor!

TÜRKİYE'deki otomobil kullanıcılarının ikinci el satın alma alışkanlıklarına yönelik önemli bir araştırmaya imza atan LeasePlan Türkiye, CarNext.com Araştırması Raporu'nu yayınladı. Rapora göre, Türkiye'deki kullanıcıların ikinci el araç satın alma nedenleri arasında yüzde 68 ile tanıdığı ve güvendiği birinin aracını satışa çıkarması en başta geliyor. Katılımcıların yüzde 36'sı uygun fiyat nedeniyle ikinci el ele yönelirken, ikinci el araçtan istenilen en temel beklentiler arasında yüzde 21 ile aracın hasarsız olması öne çıkıyor. İkinci el araç almanın endişeli ve yorucu bir süreç olduğunu rakamlarla ortaya koyan LeasePlan araştırması, yaşanan endişelerin başında yüzde 43 ile aracı uzak bir yerden almanın geldiğine dikkat çekiyor. İkinci el araç satın alan kullanıcıların yüzde 62'si ise bu süreçte oldukça yorulduğunu ve yıprandığı itiraf ediyor.

Karadeniz Dacia alıyor Doğu VW'ye biniyor

2018 yılı otomotiv sektörü için iyi başladı ancak iyi gitmedi. Peki iller bazında

markaların sıfır otomobil satışlarında durumu nedir? 2018 yılının sonuna geldiğimiz bu günlerde haritaya baktığımızda, toplam otomobil satışlarında Renault lider olsa da tüm segmentler toplamında Volkswagen G.Doğu ve Doğu Anadolu Bölgesi ağırlıklı 23 ilde lider durumda. Dacia, Karadeniz Bölgesi ağırlıklı 17 ilde lider olurken, Renault ise Marmara ve Ege Bölgesi ağırlıklı 11 ilde lider durumda. Listede Toyota 8 ilde, Fiat ve Honda ise 5 ilde lider oldu.

Corolla 24 ilde en çok satan model

10 ayda Türkiye'de satılan 437 bin 506 adet sıfır otomobilin yüzde 54.67'si C sınıfı otomobillerden oluştu. Yani bu sınıfta 239 bin 252 adet otomobil satıldı. C segmentinde iller bazında liderlikte Toyota Corolla ön sırada. Bu sınıfta 10 ayda en çok satan Renault Megane sadece 2 ilde lider olurken, Toyota Corolla 24 ilde zirvede. Honda Civic 23, Dacia Duster 12, Fiat Egea ise 10 ilde en çok satan model oldu. Bu da en çok satan otomobillerin ağırlıkta olarak Marmara bölgesinde satıldığını ortaya koydu. Sevgi ve Saygılarımla



RENAULT
Passion for life

Renault MEGANE Sedan

Beklenmedik ol.



Apple CarPlay™ ile kontrol sende.

Gün içinde gelen e-postalar, aramalar ve mesajlar...
Hiçbiri yanıtız kalmayacak.

Apple CarPlay™ ile akıllı telefonunu aracının ekranına yansıt;
gelen mesajları, e-postaları dinle ve tek tuşla cevapla.
Apple CarPlay™ ile her an, beklenmedik ol.

Renault'nun tercihi

renault.com.tr

Megane Sedan'ın ortalama CO₂ salımı 96-142 g/km, yakıt tüketimi 3,7-6,3 lt/100 km aralığındadır. Model üzerindeki aksesuarlar ile satılanlar farklılık gösterebilir. Ayrıntılı bilgi Renault Yetkili Satıcılarında.

MAİS
YETKİLİ SATICI

KEMAL TEPRETOĞULLARI

Kadıköy: Acıbadem Mah. Bağ Sokak No:19 Kadıköy/İstanbul Tel: (0216) 237 44 44

Ataşehir: Mustafa Kemal Mah. 3004 Cad. No:26 Ataşehir/İstanbul Tel: (0216) 327 44 44

İnsanlığın milyonlarca yıllık öyküsü İnsan Olmak kitabında

Mary ve John Gribbin, Alfa Yayınları'ndan çıkan "İnsan Olmak" kitabında insanın milyonlarca yıllık yolculuğunun öyküsünü anlatıyor.



Mary ve John Gribbin, Alfa Yayınları'ndan çıkan, insanın milyonlarca yıllık yolculuğunun öyküsünü anlattıkları "İnsan Olmak" kitabında bir Afrika kuyruksuz maymununun kıtayı terk etmesiyle başlayan bu belirleyici değişim ile evrensel değişim dinamiği arasındaki bağlantıyı ele alıyor. Bizi diğer kuyruksuz maymunlardan ayıranın sadece DNA'mızdaki yüzde birlik değişim olmadığını vurgulayan yazarlar, iklim değişikliğinin de bu farklılaşmada başat rol oynadığının altını çiziyorlar.

Milyonlarca yıldır dünyadaki canlıları etkilemiş olan küresel iklim değişikliği bizi biz yapan özelliklerimizi kazandırmanın yanı sıra, geleceğimizi de şekillendirecek.

Harvard Üniversitesi'nden Prof. E. O. Wilson, "Gribbinler, insan davranışlarını bütünsel olarak kavrayan kıskırtıcı sosyobiyoji kuramının problemlerini herkesin anlayabileceği şekilde açıklıyorlar" diyor.

Bambaşka bir festival: Chocolate Market

Zorlu PSM bu defa bambaşka bir festivale ev sahipliği yapıyor; Chocolate Market 9-10 Şubat'ta!

Kakao ağacının tohumlarından fantastik tatlara uzanan muazzam bir yolculuğa hazır mısınız? En sütlüsünden en bitterine, en fıstıklısından en fındıklısına sayısız çeşit çikolatanın sunumunun yapılacağı, Chocolate Market, 9-10 Şubat günlerinde Zorlu PSM'deki Fuaye, Sky Lounge ve Amfi alanına yerleşecek.

Workshop'lar, canlı performanslar, çocuklara özel atölyeler ve daha pek çok etkinliğin yer alacağı 20 farklı butik ve markanın katılımıyla gerçekleşecek Chocolate Market; çikolatanın fıstık, fındık, likör gibi farklı tatlarla buluşmasını karşı konulamaz sunumlar ile ziyaretçilere açacak.

Chocolate Market, ziyaretçilerine Sevgililer Günü'nde sevdiklerine alabilecekleri pek çok hediye seçeneği de sunuyor.



Gaziantep'te Hamam Müzesi'ne yoğun ilgi



Gaziantep'te ayrı bir öneme sahip olan, adına türküler yazılan ve geçmişten günümüze hamam kültürünü yansıtan Gaziantep Hamam Müzesi yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çekmeye devam ediyor.

Gaziantep'te geçtiğimiz yıllarda müzeye çevrilerak Hamam Müzesi yapılan ve Lala Mustafa Paşa tarafından 1557 yılında yaptırılan Paşa Hamamı vatandaşların ilgi odağı oldu.

Gaziantep'teki tarihi kültür yolu üzerinde bulunan ve geçmiş yıllardan günümüze kadar Türk hamam kültürünü yansıtan "Hamam Müzesi" özellikle hafta sonları ve tatil dönemlerinde yoğun mesai yapıyor.

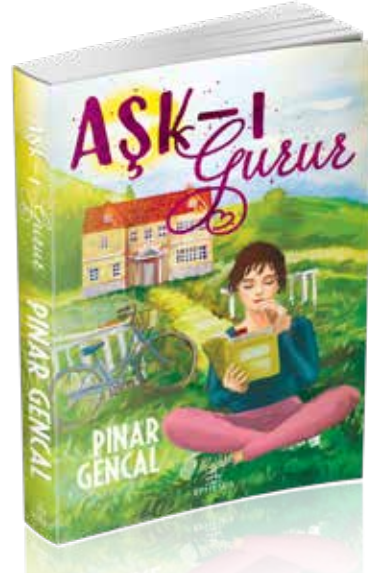
İçerisinde ince detaylarla işlenmiş bal mumu heykellerin bulunduğu müzede ilgi çeken diğer eşyalar ise peştamallar, gümüş takunyalar, tahta taraklar, eski sabunlar, hamam tasları ve Osmanlı dönemine ait sabun mühürleri olarak sıralanıyor.

2018 yılında yaklaşık 130 bin kişinin ziyaret ettiği müzeye Türkiye'nin her yerinden olduğu gibi şehre gelen yabancı turistler de yoğun ilgi gösteriyor.

Nevşehir'den Gaziantep'i gezmeye geldiğini belirten ve Hamam Müzesi'nin kendisini şaşırttığını vurgulayan Kurtuluş Atılı, "Ben öğretmenim ve Nevşehir'den geliyorum. Yani müze çok güzel. İçerisi çok güzel ve interaktif olmuş. Karşılıklı etkileşim kurulabilen güzel yerler yapılmış müzede. Ben de şahsen burada hamamla ilgili bilmediğim şeyleri de öğrenme fırsatı buldum. Yani gayet iyi ve başarılı olmuş. Kimin bu müzede emeği geçtiyse gerçekten tebrik etmek gerekiyor" diye konuştu.

Pınar Gencal'ın ikinci romanı Aşk-ı Gurur ile romantik komedi sevenlerden yine tam not alacak

Jane Austen'ın yazıldığı günden beri sevilerek okunan, pek çok dile çevrilip, televizyondan beyaz perdeye sayısız adaptasyonu olan klasik eseri Aşk ve Gurur, Türkiye'de geçse neler olurdu?



İngiltere'nin meşhur çay saatlerini, mini keklerini, şatafatlı elbiselerini ve görkemli balolarını unutun! Bunların yerini Facebook ve Instagram, zeytinyağı dolmalarla görücü usulü tanışmalar, selfie'ler ve converse'ler alıyor...

Aşk-ı Gurur'da Bay Darcy hiç olmadığı kadar kibirli, Elizabeth Bennet ise bildiğini okumaktan çekinmeyen, asi mi asi bir aktivist. Ama ikisinin de damarlarında Türk kanı akıyor! İsimleriye Günsel ve Orhan. Dahası Pınar Gencal'ın satırlarında yeniden hayat bulan hikâye bu sefer Büyüka'da, begonviller içinde, tarihi konakların şahitliğinde geçiyor.

"Bir gün aşkın gelip bizi bulacağına inanmaktan vazgeçersek, geriye inanmaya değer ne kalır ki?"

Hem muzip hem de tutku dolu bu eğlenceli kitabı hem ciltli hem de karton baskısıyla tüm kitapçılarda bulabilirsiniz.

Otomobil ve Hafif Ticari Araç Pazarı

2018 Yılında %35 Azaldı

Türkiye otomobil ve hafif ticari araç toplam pazarı, 2018 yılında bir önceki yıla göre %35,06 azalarak 620.937 adet olarak gerçekleşti. 2017 yılında 956.194 adet toplam pazar gerçekleşmişti.

Otomobil satışları, 2018 yılında bir önceki yıla göre %32,71 oranında azalarak 486.321 adet oldu. Geçen yıl aynı dönemde 722.759 adet satış yaşanmıştı.

Hafif ticari araç pazarı, 2018 yılında bir önceki yıla göre %42,33 azalarak 134.616 adet oldu. 2017 yılı aynı dönemde 233.435 adet satış gerçekleşmişti.

2018 yılı Aralık ayı otomobil ve hafif ticari araç pazarı 77.706 adet oldu. 136.240 adet olan 2017 yılı Aralık ayı otomobil ve hafif ticari araç pazar toplamına göre satışlar %42,96 oranında azaldı.

2018 yılı Aralık ayında otomobil satışları bir önceki yılın aynı ayına göre %38,97 azaldı ve 60.843 adet oldu. Geçen sene 99.694 adet satış gerçekleşmişti.

2018 yılı Aralık ayında hafif ticari araç pazarı 2017 yılının Aralık ayına göre %53,86 azaldı ve 16.863 adet olarak gerçekleşti. Geçen sene 36.546 adet satış yaşanmıştı.

2018 yılında 1600cc altındaki otomobil satışlarında %32,7 , 1600-2000cc aralığında motor hacmine sahip otomobil satışlarında %38,5 ve 2000cc üstü otomobillerde %34,6 azalış izlendi. 2018 yılında 155 adet elektrikli ve 3.899 adet hibrit otomobil satışı gerçekleşti.

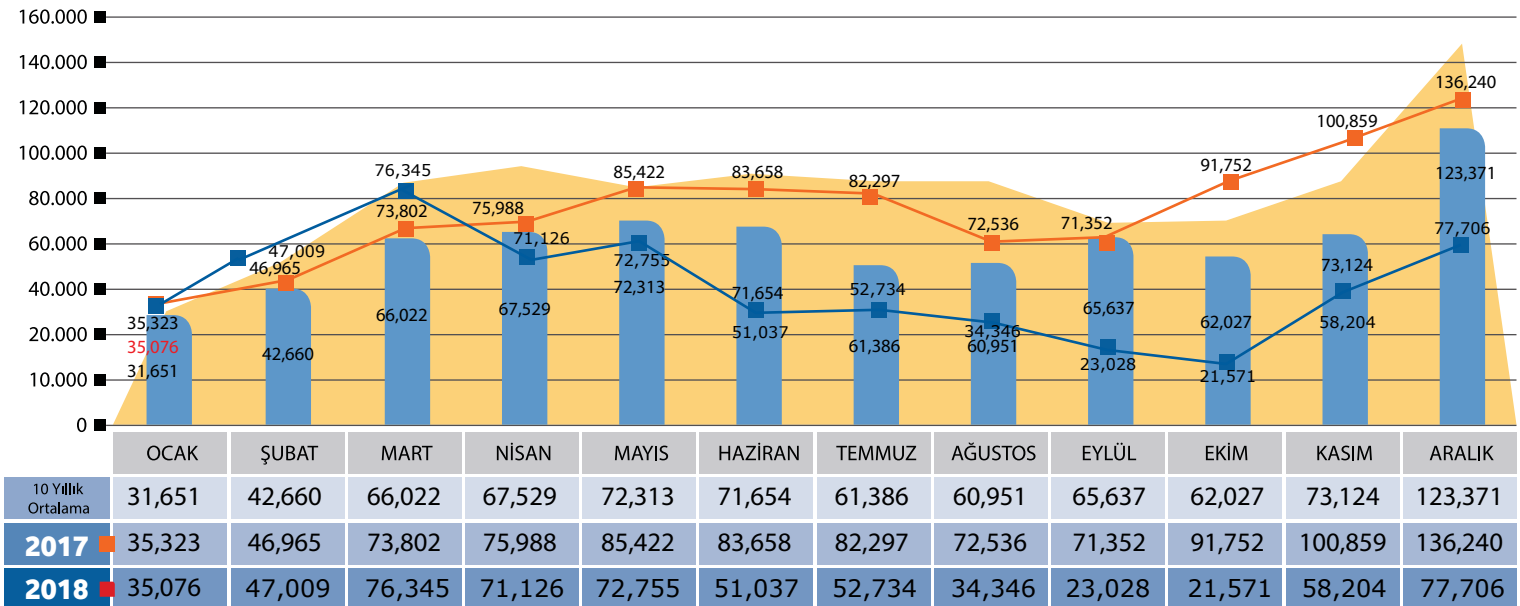
2018 yılında otomobil pazarında ortalama emisyon değerlerine göre en yüksek paya %39,84 oranıyla 100-120 gr/km arasındaki otomobiller 193.733 adet ile sahip oldu.

2018 yılında dizel otomobil satışlarının payı %58,09'a gerilerken, otomatik şanzımanlı otomobillerin payı %65,15'e yükseldi.

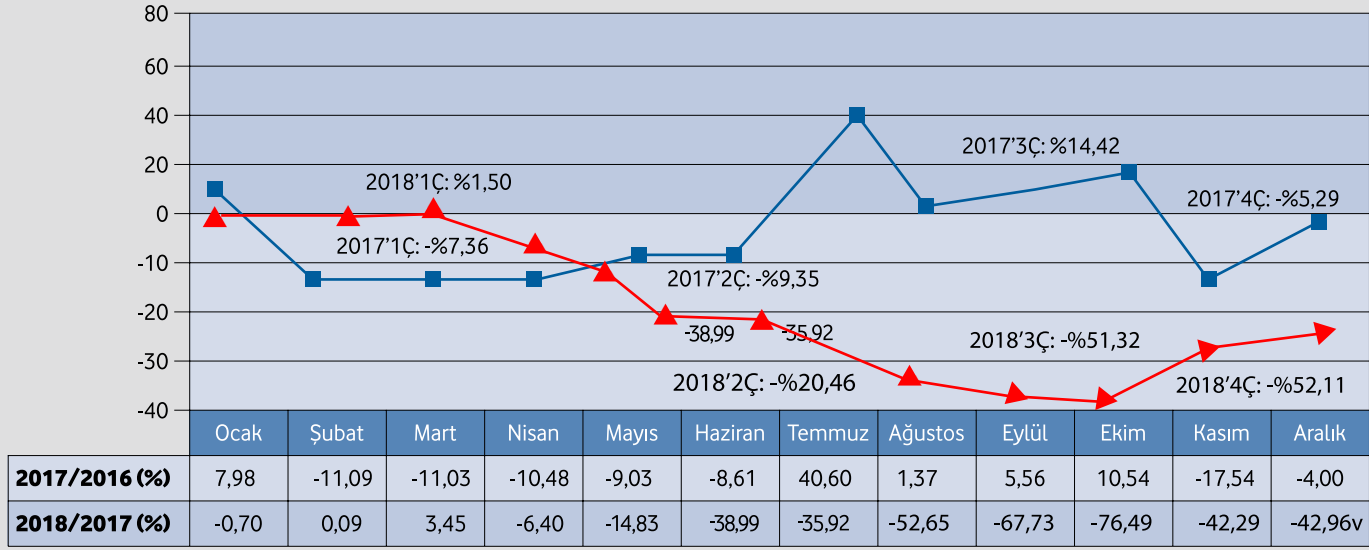
2018 yılında otomobil pazarı segmentinin %83,4'ünü vergi oranları düşük olan A, B ve C segmentlerinde yer alan araçlar oluşturdu. Segmentlere göre değerlendirildiğinde, en yüksek satış adetine %56,7 pay alan C (275.576 adet) segmenti ulaştı. Kasa tiplerine göre değerlendirildiğinde ise en çok tercih edilen gövde tipi yine Sedan otomobiller (%50,7 pay, 246.414 adet) oldu.

2018 yılında Hafif Ticari Araç Pazarı gövde tipine göre değerlendirildiğinde, en yüksek satış adetine %68,44 pay ile Van (92.125 adet), ardından %12,34 pay ile Kamyonet (16.608 adet), %10,79 pay ile Pick-up (14.521 adet) ve %8,44 pay ile Minibüs (11.362 adet) yer aldı.

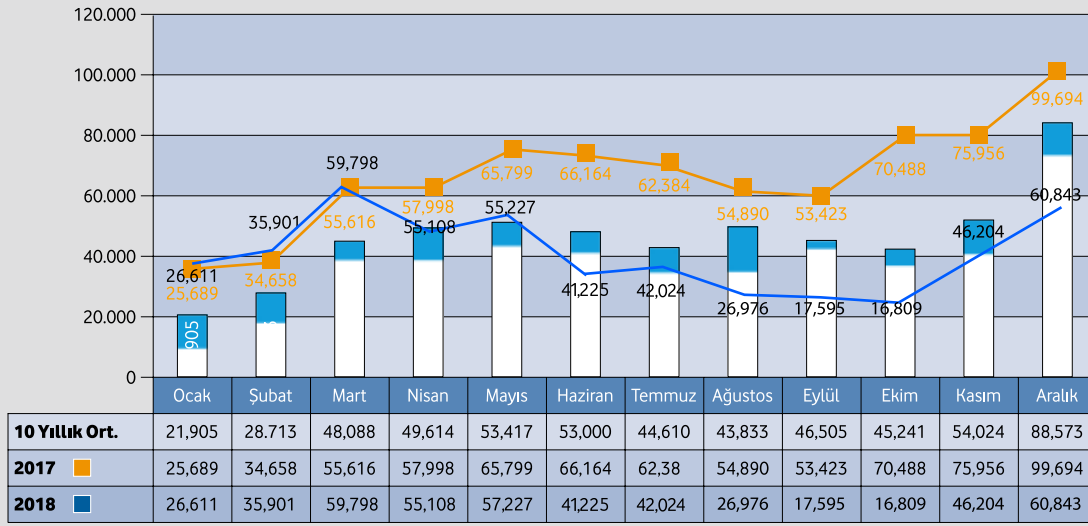
OTOMOBİL VE HAFİF TİCARİ ARAÇ PAZARI



OTOMOBİL VE HAFİF TİCARİ ARAÇ PAZARI AYLIK VE ÇEYREKLER GELİŞİMİ (%)



OTOMOBİL PAZARI

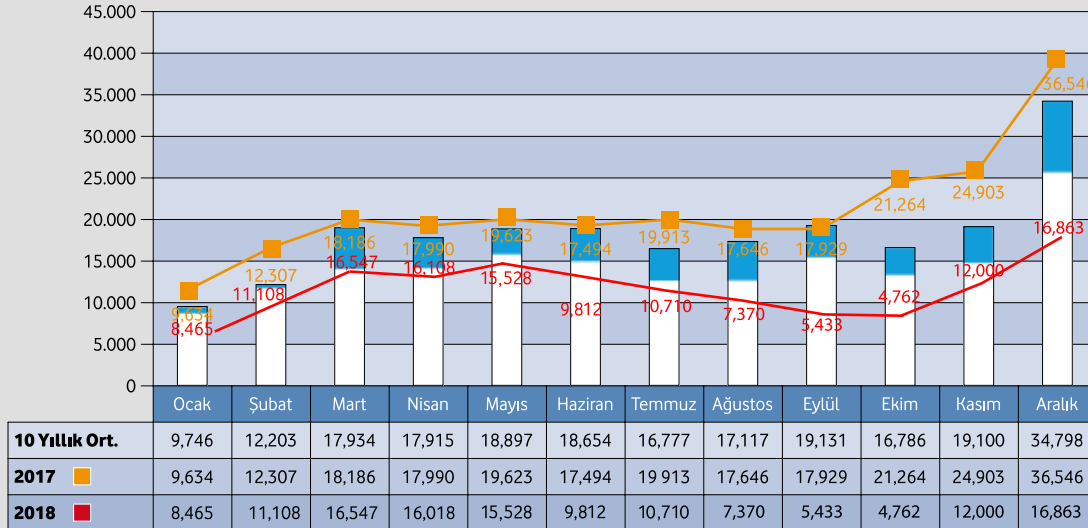


Türkiye Otomotiv pazarında, hafif ticari araç pazarı, 2018 yılında bir önceki yıla göre %42,33 azalarak 134.616 adet oldu. 2017 yılı aynı dönemde 233.435 adet satış gerçekleşmişti.

2018 yılı Aralık ayında hafif ticari araç pazarı 2017 yılının Aralık ayına göre %53,86 azaldı ve 16.863 adet olarak gerçekleşti. Geçen sene 36.546 adet satış yaşanmıştı.

Hafif ticari araç pazarı, 10 yıllık Aralık ayı ortalama satışlara göre %51,54 azaldı.

HAFİF TİCARİ ARAÇ PAZARI



PERAKENDE SATIŞLAR YERLİ / İTHAL DAĞILIMI: ARALIK-2018

Marka	Binek Araç			Hafif Ticari Araç			Toplam		
	Yerli	İthal	Toplam	Yerli	İthal	Toplam	Yerli	İthal	Toplam
ALFA ROMEO		23	23			0	0	23	23
ASTON MARTIN		1	1			0	0	1	1
AUDI		2.179	2.179			0	0	2.179	2.179
BENTLEY		2	2			0	0	2	2
BMW		1.595	1.595			0	0	1.595	1.595
CITROEN		550	550		426	426	0	976	976
DACIA		2.973	2.973		255	255	0	3.228	3.228
DS		22	22			0	0	22	22
FERRARI		0	0			0	0	0	0
FIAT	8.236	113	8.349	3.186	311	3.497	11.422	424	11.846
FORD	375	1.634	2.009	5.160	427	5.587	5.535	2.061	7.596
HONDA	3.030	391	3.421			0	3.030	391	3.421
HYUNDAI	522	1.441	1.963		161	161	522	1.602	2.124
INFINITI		0	0			0	0	0	0
ISUZU			0	257	206	463	257	206	463
IVECO			0		213	213	0	213	213
JAGUAR		45	45			0	0	45	45
JEEP		415	415			0	0	415	415
KARSAN			0	144		144	144	0	144
KIA		643	643		235	235	0	878	878
LAMBORGHINI		1	1			0	0	1	1
LAND ROVER		227	227			0	0	227	227
LEXUS		6	6			0	0	6	6
MASERATI		11	11			0	0	11	11
MAZDA		153	153			0	0	153	153
MERCEDES-BENZ		835	835		993	993	0	1.828	1.828
MINI		291	291			0	0	291	291
MITSUBISHI		143	143	15	434	449	15	577	592
NISSAN		3.567	3.567		484	484	0	4.051	4.051
OPEL		1.974	1.974			0	0	1.974	1.974
PEUGEOT		3.471	3.471		1.057	1.057	0	4.528	4.528
PORSCHE		37	37			0	0	37	37
RENAULT	7.236	3.388	10.624		912	912	7.236	4.300	11.536
SEAT		973	973			0	0	973	973
SKODA		2.630	2.630			0	0	2.630	2.630
SMART		5	5			0	0	5	5
SSANGYONG		41	41		36	36	0	77	77
SUBARU		249	249			0	0	249	249
SUZUKI		521	521			0	0	521	521
TOYOTA	2.911	237	3.148		345	345	2.911	582	3.493
VOLKSWAGEN		6.745	6.745		1.606	1.606	0	8.351	8.351
VOLVO		1.001	1.001			0	0	1.001	1.001
TOPLAM:	22.310	38.533	60.843	8.762	8.101	16.863	31.072	46.634	77.706

PERAKENDE SATIŞLAR YERLİ / İTHAL DAĞILIMI: 2018									
Marka	Binek Araç			Hafif Ticari Araç			Toplam		
	Yerli	İthal	Toplam	Yerli	İthal	Toplam	Yerli	İthal	Toplam
ALFA ROMEO	0	203	203	0	0	0	0	203	203
ASTON MARTIN	0	16	16	0	0	0	0	16	16
AUDI	0	13.295	13.295	0	0	0	0	13.295	13.295
BENTLEY	0	10	10	0	0	0	0	10	10
BMW	0	12.728	12.728	0	0	0	0	12.728	12.728
CITROEN	0	7.669	7.669	0	4.633	4.633	0	12.302	12.302
DACIA	0	26.193	26.193	0	3.725	3.725	0	29.918	29.918
DS	0	236	236	0	0	0	0	236	236
FERRARI	0	18	18	0	0	0	0	18	18
FIAT	40.404	1.264	41.668	25.371	3.019	28.390	65.775	4.283	70.058
FORD	3.051	20.697	23.748	38.897	2.783	41.680	41.948	23.480	65.428
HONDA	23.799	4.862	28.661	0	0	0	23.799	4.862	28.661
HYUNDAI	12.896	19.113	32.009	0	1.493	1.493	12.896	20.606	33.502
INFINITI	0	18	18	0	0	0	0	18	18
ISUZU	0	0	0	1.660	578	2.238	1.660	578	2.238
IVECO	0	0	0	0	1.598	1.598	0	1.598	1.598
JAGUAR	0	220	220	0	0	0	0	220	220
JEEP	0	2.430	2.430	0	0	0	0	2.430	2.430
KARSAN	0	0	0	960	0	960	960	0	960
KIA	0	7.694	7.694	0	1.947	1.947	0	9.641	9.641
LAMBORGHINI	0	3	3	0	0	0	0	3	3
LAND ROVER	0	1.248	1.248	0	0	0	0	1.248	1.248
LEXUS	0	56	56	0	0	0	0	56	56
MASERATI	0	55	55	0	0	0	0	55	55
MAZDA	0	1.005	1.005	0	0	0	0	1.005	1.005
MERCEDES-BENZ	0	14.445	14.445	0	7.993	7.993	0	22.438	22.438
MINI	0	1.373	1.373	0	0	0	0	1.373	1.373
MITSUBISHI	0	514	514	200	3.445	3.645	200	3.959	4.159
NISSAN	0	24.605	24.605	0	1.741	1.741	0	26.346	26.346
OPEL	0	20.960	20.960	0	0	0	0	20.960	20.960
PEUGEOT	0	24.905	24.905	0	5.247	5.247	0	30.152	30.152
PORSCHE	0	565	565	0	0	0	0	565	565
RENAULT	55.841	21.090	76.931	0	8.908	8.908	55.841	29.998	85.839
SEAT	0	10.383	10.383	0	0	0	0	10.383	10.383
SKODA	0	21.340	21.340	0	0	0	0	21.340	21.340
SMART	0	35	35	0	0	0	0	35	35
SSANGYONG	0	222	222	0	174	174	0	396	396
SUBARU	0	1.471	1.471	0	0	0	0	1.471	1.471
SUZUKI	0	2.878	2.878	0	0	0	0	2.878	2.878
TOYOTA	27.414	3.405	30.819	0	3.159	3.159	27.414	6.564	33.978
VOLKSWAGEN	0	49.749	49.749	0	17.085	17.085	0	66.834	66.834
VOLVO	0	5.943	5.943	0	0	0	0	5.943	5.943
TOPLAM:	163.405	322.916	486.321	67.088	67.528	134.616	230.493	390.444	620.937

2018 yılında otomobil pazarı motor hacmine göre incelendiğinde, en yüksek paya %96,17 oranıyla 1600cc altındaki otomobiller 467.693 adet ile sahip oldu. Ardından %2,71 pay ile 1600-2000cc aralığındaki otomobiller ve %0,28 pay ile 2000cc üstü otomobiller yer aldı. 2017 yılına göre, 1600cc altındaki otomobil satışlarında %32,7, 1600-2000cc aralığında motor hacmine sahip otomobil satışlarında %38,5 ve 2000cc üstü otomobillerde ise %34,6 azalış görüldü. 2018 yılında 85kW altı 80 adet ve 121kW üstü 75 adet, toplam 155 adet elektrikli otomobil satışı gerçekleşti.

2018 yılında 1600cc altı 550 adet, 1601cc≤1800cc (>50 kW) aralığında 3011 adet, 1801cc-2000cc aralığında 59 adet, 2001cc-2500cc (>100KW) aralığında 265 adet ve 2500cc üstü 13 adet hibrit otomobil satışı gerçekleşti. 2018 yılında toplam 3.899 adet hibrit otomobil satışı gerçekleşti.

Motor Hacmi	Motor Cinsi	2017'Yıl Sonu		2018'Yıl Sonu		Değişim	ÖTV	KDV
		Adet	Pay	Adet	Pay			
≤ 1600 cc	B/D	694.599	96,10%	467.693	96,17%	-32,7%	30, 35, 60	% 18
1601 cc ≤ 2000 cc	B/D	21.480	2,97%	13.202	2,71%	-38,5%	100, 110	
≥ 2001 cc	B/D	2.098	0,29%	1.372	0,28%	-34,6%	160	
≤ 85 kW	ELEKTRİK	42	0,01%	80	0,02%	90,5%	3	
86 kW ≤ 120 kW	ELEKTRİK	0	0,00%	0	0,00%		7	
≥ 121 kW	ELEKTRİK	35	0,01%	75	0,02%	114,3%	15	
≤1600 cc	HİBRİT	463	0,06%	550	0,11%	18,8%	60	
1601 cc - ≤ 1800 cc (<50 KW)	HİBRİT	0	0,00%	0	0,00%		110	
1601 cc - ≤ 1800 cc (>50 KW)	HİBRİT	3.704	0,51%	3.011	0,62%	-18,7%	60	
1801 cc - ≤2000 cc	HİBRİT	62	0,01%	59	0,01%	-4,8%	110	
2001 cc - ≤ 2500 cc (<=100 KW)	HİBRİT	0	0,00%	1	0,00%		160	
2001 cc - ≤ 2500 cc (>100 KW)	HİBRİT	266	0,04%	265	0,05%	-0,4%	110	
>2500 cc	HİBRİT	10	0,00%	13	0,00%	30,0%	160	
Toplam		722.759	% 100,0	486.321	% 100,0	-32,7%	Vergi Oranları	

2018 yılında otomobil pazarı ortalama emisyon değerlerine göre incelendiğinde, en yüksek paya %39,84 oranıyla 100-120 gr/km arasındaki otomobiller (193.733 adet) ve ardından %22,94 pay ile 120-140 gr/km arasındaki otomobiller (111.567 adet) sahip oldu.

CO2 Ortalama Emisyon Değerleri (gr/km)	2017'Yıl Sonu		2018'Yıl Sonu		Değişim
	Adet	Pay	Adet	Pay	
< 100 gr/km	111.652	15,45%	84.049	17,28%	-24,72%
≥ 100 - < 120 gr/km	324.232	44,86%	193.733	39,84%	-40,25%
≥ 120 - < 140 gr/km	174.561	24,15%	111.567	22,94%	-36,09%
≥ 140 - < 160 gr/km	92.508	12,80%	81.728	16,81%	-11,65%
≥ 160 gr/km	19.806	2,74%	13.905	3,13%	-23,03%
Toplam	722.759	100,00%	486.321	100,00%	-32,71%

2018 yılında dizel otomobil satışları geçen yıla göre %35,58 oranında azaldı. 2018 yılında otomobil satış adetleri, 2017 yılı ile kıyaslandığında, dizel payı %58,09'a (282.497 adet) geriledi.

Dizel	2017'Yıl Sonu		2018'Yıl Sonu		Değişim
	Adet	Segment İçindeki Pay	Adet	Segment İçindeki Pay	
A (Mini)	1	0,04%	0	0,00%	-100,00%
B (Entry)	144.001	66,26%	80.150	62,33%	-44,34%
C (Compact)	228.976	59,18%	155.477	56,42%	-32,10%
D (Medium)	54.521	61,08%	39.531	61,04%	-27,49%
E (Luxury)	7.561	33,19%	4.847	37,10%	-35,89%
F (Upper Luxury)	3.459	82,73%	2.492	83,37%	-27,96%
Toplam	438.519	60,67%	282.497	58,09%	-35,58%



Yepyeni ikinci el deneyimi



OTOSHOPS AİLESİNE KATILIN, GÜCÜNÜZE GÜÇ KATIN!



Yepyeni ikinci el deneyimini önce siz yaşayın, sonra müşterilerinize yaşatın.

Yenilikçi ürünleri ve farklı hizmetleri bir arada sunan, tedarik kaynakları ve teknolojiyi kurumsal güvenceyle birleştiren Otoshops, kurumsal ikinci el sektörünün dikkat çeken markası haline geldi.

Her geçen gün daha da büyüyen, şimdiden 12 ilde 18 satış noktasına ulaşan **Otoshops'a katılın, gücünüze güç katın.**



 otoshops.com

Otoshops'un sağladığı hizmetler hakkında ayrıntılı bilgiye otoshops.com web adresinden ulaşabilirsiniz. Yetkili Satıcılık atamaları Otoshops Marka yönetimi tarafından şirket standart ve kriterleri çerçevesinde değerlendirilip nihai karar verilmektedir.

Otoshops Genel Müdürlük

Cevizli Mah. E-5 Güney Yan Yol No: 2 Kuriş Kule Kat: 19 Kartal-İstanbul Tel: (0216) 939 15 00

Motor yağını yolculukta tanırsın.

Maxima, yıllardır Türkiye'nin tüm yollarında.
Güç, güven ve performans Maxima ile yanında.



maxima
MOTOR YAĞLARI



Petrol Ofisi