10 MAYIS 2021 PAZARTESİ SAYI: 356 Türkiye'nin İlk Günlük Dijital Otomobil Gazetesi

OTOMOBİL GAZETESİ

KARAVAN ÖZEL SAYI



TÜRKİYE KARAVAN CENNETİ OLABİLİR Mİ?

Bu soruyu Otokoç Otomotiv Genel Müdürü ve TOKKDER Başkanı İnan Ekici'ye sorduk. Otokoç Otomotiv bünyesindeki AVİS Karavan organizasyonunun mimarlarından Ekici ile Karavan ve Türkiye'deki Karavan Turizmi hakkında özel bir röportaj yaptık. İşte karavan turizmi hakkında bilmek isteyeceğiniz her şey…

CITROEN C4 SATIŞA SUNULDU!..



Kapanma nedeniyle online siparişler alınıyor.



SKODA FABIA'NIN YENİ YÜZÜ ORTAYA ÇIKTI!

CITROEN C4 SATIŞ İDDİASIYLA GELDİ!

Citroen C4'ün online yapılan basın toplantısında konuşan Citroen Türkiye Genel Müdürü Selen Alkım satış rakamları ve hedefleri doğrultusunda önemli açıklamalarda bulundu.



"BU sene hedefimiz 40 bin adet. Aslında bu bir rekor. Çünkü Citroen'in Türkiye'de faaliyet gösterdiği yıllar içerisinde hiçbir zaman aslında 31 bin adetin üzerine çıkmadı. Nemo'nun çok ciddi satış adetleri gösterdiği dönemlerde bile 30-31 binin üzerine hiçbir zaman çıkılmadı. Biz bu sene 40 bin adede koştuğumuzu söylüyoruz. Dolayısıyla Citroen'in Türkiye'deki tarihi içerisinde en fazla satış adedini gerçekleştireceğimiz yıl, bu sene olacak."

MAYIS AYINA ÖNGÖRÜMÜZ; 40-45 BİN

"Kapanma hep birlikte ilk defa deneyimleyeceğimiz bir şey. Geçen sene Covid-19 sürecinde hafta sonları sokağa çıkma yasakları vardı, vesaire ama şimdi ilk defa tam bir kapanmadan bahsediyoruz. Ama ben bayilerimizin gerçekten çok profesyonelce bu süreci yönettiklerini söyleyebilirim. Zaten geçen seneki Cumartesi-Pazar kapanmalarından dolayı bir deneyim kazanmışlardı. Biz 1 Mayıs itibariyle bütün fiyatlarımızı onlara açıkladık. Web sitemizde fiyat bilgimiz yer aldı, iletişimimize başladık. Onlar da 1 Mayıs'tan itibaren sanki showroomlarında çalışıyormuş gibi; evlerinden görüntülü görüşmeler yaparak, dış talepleri daha verimli bir şekilde yöneterek, daha fazla telefon araması yaparak, bu süreci çok güzel bir şekilde yönetiyorlar. Ve Mayıs ayına ilişkin bizim öngörümüz; 40-45 bin bandında gerçekleşmesi. Ancak buradaki kaybın Haziran ayında telafi edileceğini düşünüyoruz. Citroen olarak Mayıs'taki toplam satış adedimiz ise Nisan'a paralel olarak gerçekleşecektir. Pandemi olmasaydı, bu kapanma süresi bu kadar sert bir şekilde uygulanmak zorunda olmasaydı, biz Nisan ayı pazarını 70 bin bandında görüyorduk."

SATIŞLARIMIZIN YÜZDE 10'U C4'TEN GELECEK

"Yeni Citroen C4'ün, Haziran ayından itibaren bütün potansiyelini göstermeye başlayacağını düşünecek olursak; Haziran'dan Aralık ayının sonuna kadar yaklaşık 4 bin adetlik bir satış hedefi belirledik. Toplam yılda yüzde 9'luk bir segment payı oluştururken, Haziran-Aralık'ta yüzde 12'lik bir segment payı oluşturuyor gibi gözüküyor. Toplam satışlarımızın da yüzde 10'unu C4'ten gerçekleştireceğiz."



Citroen Türkiye Genel Müdürü Selen Alkım

MESLEKTAŞIMIZ

LEVENT ÇEZİK'i KAYBETTİK!..

OTOMOTİV ve bilişim sektöründe 20 yıldır editörlük yapan, otomobilhaber.com.tr ve ekonomiguncel.com haber sitelerinin sahibi, OGD üyesi Levent Çezik geçen hafta sonu vefat etti. Korona hastalığı nedeniyle vefat eden Çezik'e rahmet, yakınlarına da sabır diliyoruz... 1973 doğumlu gazeteci Levent Cezik gazetecilik mesleğine 1996 yılında Aksam Gazetesi'nde başladı. Çezik, daha sonra Tercüman Gazetesi'nde mesleğe devam etti ve burada Otomotiv editörlüğü görevini de üstlendi. Tercüman gazetenin kapanmasından sonra iş hayatına şahsına ait Gündem



PR, İletişim ve Danışmanlık şirketiyle devam eden Çezik, aynı zamanda www.otomobilhaber.com.tr isimli siteyi de yayin hayatına başlattı. Otomotiv Gazeteciler Derneği üyesi olan Çezik, 2 çocuk babasıydı.

SKODA FABIA YENİ YÜZÜNÜ GÖSTERDİ

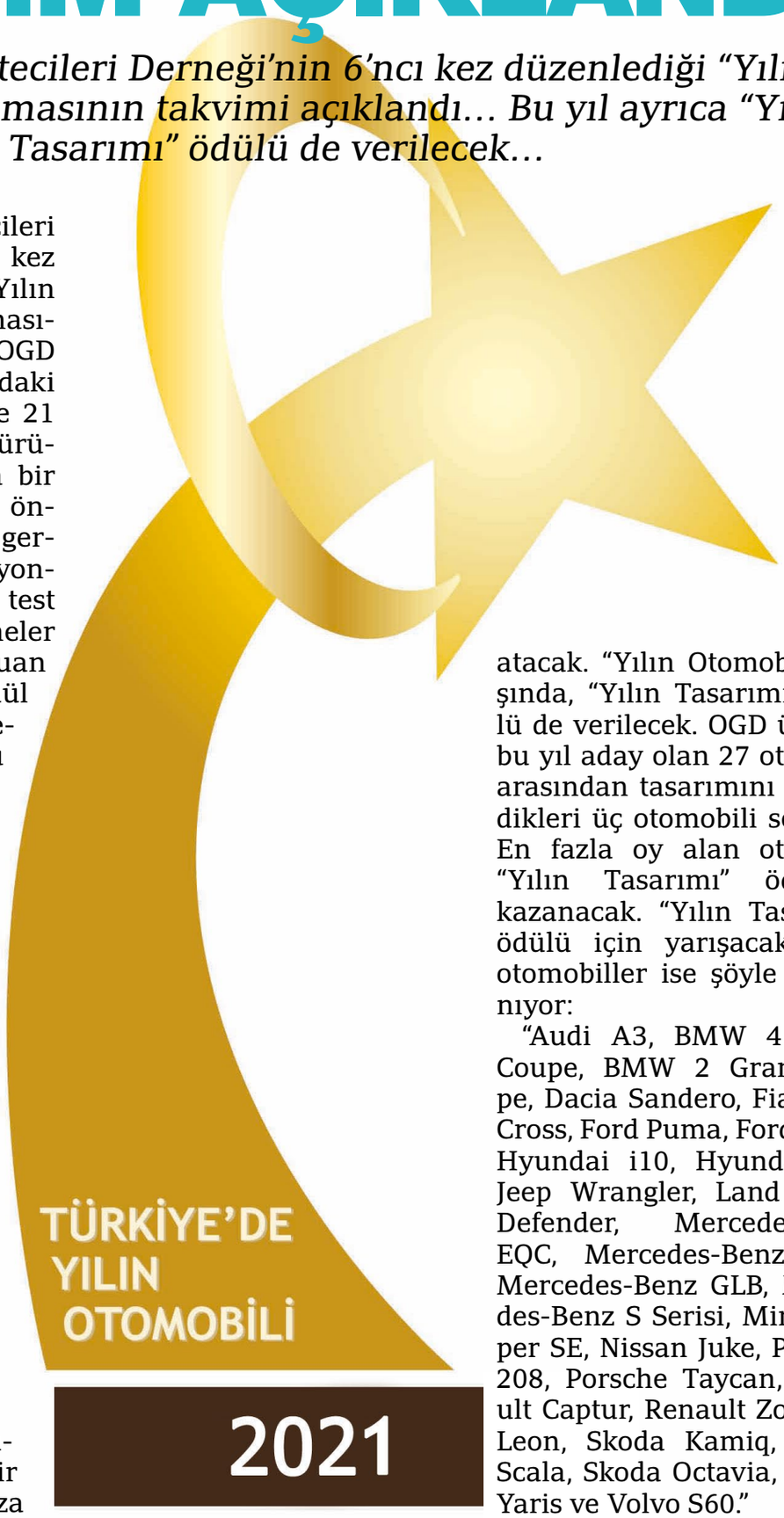
SKODA, B segmentindeki popüler modeli FABIA'nın dördüncü neslini, online olarak gerçekleştirilen dünya prömiyeriyle tanıttı.

Segmenti içerisinde en geniş otomobil olan FABIA, artırılmış konfor özellikleri, birçok gelişmiş güvenlik ve asistan sistemleriyle birlikte iddiasını daha da artırdı. Modüler MQB-A0 platformu üzerine yapılan Yeni FABIA, SKODA markasının yüksek fonksiyonellik, geniş iç hacim, Simply Clever özelliklerini daha ileriye taşıyarak yenilendi. SKODA ürün gamında 20 yılın üzerinde bir model olan FABIA, son jenerasyonuyla birlikte evrimleşerek her alanda geliştirildi. 22 yılda 4.5 milyondan daha fazla satış adediyle birlikte FABIA, SKODA markasının temel modellerinden biri haline geldi. FABIA, OCTAVIA'nın ardından en çok üretilen SKODA modeli olma unvanıyla da öne çıkıyor.



YILIN OTOMOBİLİ YARIŞMASINDA TAKVİM AÇIKLANDI!

Otomotiv Gazetecileri Derneği'nin 6'ncı kez düzenlediği "Yılın Otomobili" yarışmasının takvimi açıklandı... Bu yıl ayrıca "Yılın Tasarımı" ödülü de verilecek...



OTOMOTİV Gazetecileri Derneği'nin (OGD) 6'ncı kez düzenlediği "Türkiye'de Yılın Otomobili-2021" yarışmasının takvimi belirlendi. OGD üyeleri haziran ayındaki ikinci oylama öncesinde 21 Mayıs Cuma günü test sürüşü için İstanbul Park'ta bir araya gelecek. Pandemi önlemlerine uygun olarak gerçekleşecek organizasyonda, 7 finalist otomobil test edilecek. Değerlendirmeler sonucunda en fazla puan alarak kazanan aday, ödül töreninin gerçekleşeceği 29 Haziran Salı günü sosyal medyadan canlı yayınlanacak programda açıklanacak. ALJ Finans, Bridgestone, Intercity, Shell Helix Motor Yağları ve TÜVTÜRK sponsorluğunda gerçekleştirilen "Türkiye'de Yılın Otomobili" için

- Dacia Sandero Stepway,
- Fiat Egea Cross,
- Hyundai i20,
- Peugeot 208,
- Renault Captur,
- Skoda Octavia
- Toyota Yaris yarışıyor.

YENİ YARIŞMA "YILIN TASARIMI ÖDÜLÜ"

OGD, bu yıl altıncısı düzenlenen yarışmada bir başka yeniliğe daha imza atacak. "Yılın Otomobili" dışında, "Yılın Tasarımı" ödülü de verilecek. OGD üyeleri, bu yıl aday olan 27 otomobil arasından tasarımını beğendikleri üç otomobili seçecek. En fazla oy alan otomobil "Yılın Tasarımı" ödülünü kazanacak. "Yılın Tasarımı" ödülü için yarışacak aday otomobiller ise şöyle sıralanıyor:

"Audi A3, BMW 4 Serisi Coupe, BMW 2 Gran Coupe, Dacia Sandero, Fiat Egea Cross, Ford Puma, Ford Kuga, Hyundai i10, Hyundai i20, Jeep Wrangler, Land Rover Defender, Mercedes-Benz EQC, Mercedes-Benz GLA, Mercedes-Benz GLB, Mercedes-Benz S Serisi, Mini Cooper SE, Nissan Juke, Peugeot 208, Porsche Taycan, Renault Captur, Renault Zoe, Seat Leon, Skoda Kamiq, Skoda Scala, Skoda Octavia, Toyota Yaris ve Volvo S60."

KARAVAN'A DAİR HER ŞEY!

Otokoç Otomotiv Genel Müdürü İnan Ekici ile "Karavan dünyası ve Türkiye'deki Turizmi" hakkında özel röportaj yaptık. Ekici aynı zamanda Türkiye'deki filo kiralama şirketlerini de bünyesinde barındıran TOKKDER'in de başkanı olduğu için konuyla her açıdan çok ilgili… İşte Türkiye'deki karavan dünyasıyla ilgili en doğru bilgi, rakam ve açıklamaları bu röportajımızda bulabilirsiniz.

Bu dönemde karavana talep nasıl?

"Evet talep çok. Bu dönemde telefon sayısı arttı, bu dönemde talep arttı; ama bunu karşılayabilmek maalesef bu kadar unutulmuş bir sektörde -karavan turizmini bir sektör olarak adlandırırsak ki dünyada öyle- ancak büyüklükler ve derinlik bu kadar olabiliyor. Bizim "kurum içi girişimcilik" projelerimiz oluyor, bununla ilgili birçok çalışma yapıyoruz; hem kurum içinden girişimcilik projelerini duyuyoruz. Kaldı ki senin de tecrüben var biliyorsun, kaç yılındaydı hatırlamıyorum ama bir yerde jüri üyeliği yapmıştın. Orada işte biz karavan gibi güzel fikirlerin peşinde koşuyorduk, sen de jüri üyesiydin zaten. Ama bu proje, bizim kurumumuz içindeki iş arkadaşlarımız tarafından önerilmiş bir projeydi. Aslında 2019 yılından önce fikir geldi, onayladık ve ilk faaliyete geçmemiz de zaten pandemi öncesi, pandemiyle alakasız. Dedik ki: "Bu sektör unutulmuş bir sektör, büyük fırsatlar var. Türkiye üç tarafı denizlerle çevrili, kültür turizmi zenginliğine sahip bir ülke. Biraz da Avrupa'ya bakıyorsun bu durumda başkaları ne yapıyor diye; başkaları zaten bizim yapmadığımız her şeyi yapmış.



Otokoç Otomotiv Genel Müdürü İnan Ekici



Karavan dünyasında rakamlara gelirsek, biraz rakamsal bilgi verir misin?

Dünyada 5 milyon karavandan bahsediyoruz, bu sayı daha yüksek ama film setlerinde kullanılanlardan bahsetmiyorum; turizme konu olan 5 milyon adetten bahsediyoruz. Avrupa'ya geldiğinde 2 milyonu konuşuyorsun; sadece Almanya ve Fransa'da zaten bunun çoğu. Karavan benim için çok özel bir konu; bunu ancak sizlerin sayesinde duyurabileceğiz. Ben hem TOKKDER Başkanı olarak, hem de bu firmanın genel müdürü olarak elimden gelen tüm çabayı sarf ediyorum. Ama basının desteği olmadan -hele böyle zor dönemlerde- bizim bu algıyı yaratma şansımız yok. Önceliklerde çok geride çünkü. Bu bana göre bir Türkiye sorunu; Avrupa'da 100 milyar



Kamp / Karavan Park Alanları Durumu

Kamp ve Karavan Park Alanları		
Ülke	2018	2019/2020
Fransa	8.018	8.044
İtalya	2.280	2.281
Almanya	3.024	3.055
İspanya	1.269	1.291
Türkiye	58	65

Bazı Avrupa Ülkeleri ve Türkiye'deki Standarda Uygun Kamp ve Karavan Alanları (2018 – 2019 / 2020)





** Türkiye'de minimum tabloda belirtilen adet kadar da standarda uygun olmayan kamp alanı bulunmaktadı

euroluk bir değer olan bu sektör, Türkiye'de sadece 300 milyon euro. Bunu da 300 milyon olarak düşünme; bunun üreticisinin yaptığı yatırım var, kira bedeli var, filmcilerin ödediği bedeller var... Böyle bir ekosistem; içerisine koyduğun nevresimin dahi bedeli var bunun içerisinde. Toplam büyüklüğü 100 milyar euro. Avrupa'nın turizm gelirinin yüzde 30'u, karavan turizminden besleniyor, Türkiye'yi hiç konuşmayalım. Ben yüzdeleri söylemiyorum, tutmaz çünkü. Bu benim şirketimin veya kiralama sektörünün açlığıyla ortaya çıkmış yeni bir alan değil; bu Türkiye'nin sorunu. En değerli katkı da şurada: Eğer ben karavan turizmini ya da ekosistemini güçlendirebilirsem; turizm gelirim artar. Üretimi Avrupa kalitesine ulaştıramamış yan sanayi gelişir ki buradan devler çıkar, Avrupa'ya binlerce karavan ihracatı çıkar. Türkiye'nin sonradan uygulanan üst yapıdaki başarılarına bir bakın. 20 yıl önce ambulans üretmeyi bilmezdik, şu an Avrupa'nın en kaliteli ambulansını üretiyoruz. Biz itfaiye aracı üretmeyi bilmezdik, şu an Avrupa'nın en büyük itfaiye aracı üreticileri Türkiye'de







ve kaliteli itfaiye aracı üretip dünyaya pazarlıyoruz. Biz VIP dizayn edilmiş ofis karavan üretemezdik oysaki şu an dünyanın en kaliteli üretimi Türkiye'de yapılıyor. Tabii bu kolay olmadı, 20 yılda oldu fakat karavan işi henüz başlamadı.

Peki bunun sebebi ne?

Vergi! Şöyle ki vergi yüksek olunca ulaşılmaz bir rakam çıkıyor önünüze. Bir Avrupalı'nın bindiği iki yüz-iki yüz elli bin liralık arabaya Türk yatırımcısı veya tüketicisi bir milyon lira üzerine biniyor örnek veriyorum. Bu hususi bir iş değil ki; yılın belirli günlerinde kullanabileceğiniz, sahiplikte ya da kiralamada bir ticari emtia aslında. Hususi olursa benim bugün şirkete karavanla gelmem gerekirdi ya da pazara, markete karavanla gitmem gerekirdi; ama ben gitmiyorum, o ayrı bir şey. Kurumlara ya da devlete de bir şey dememek lazım; burada yatırımcılar da aynı kabahate sahip, – yani bizler- otomotivciler de aynı kabahate sahip. Sen de buna ortaksın, kusura bakma ama, hiç yazmadın. Sen de benim kadar suçlusun. Bu noktada bakıldığında Türkiye'de yatırım yapılabilir rakamın çok üzerinde, çünkü N1 aslında bu aracın bazı yani ticari araç. Bunu üst yapıcıya götürdüğünüzde, içerisine karavanla ilgili donanımı koyduğunuzda bu M1 statüye geliyor yani hususi. Hususide ne var? Vergide bir matrah var, matrahla sorunumuz yok çünkü çok yüksek değil. Ama ne sorunumuz var? Motor. Bu araçlar ağır araçlar olduğu için 2000 cc üzerinde; o zaman % 220'yi görüyorsun. Bir de içerisine üst yapı yapıyorsun, o da etkileniyor bu % 220'den. Dolayısıyla hiçbirimizin aklına gelmedi çünkü hiç kimse bu fiyatlarla çalışmaz. Ben karavan turizmi yapıyorum, karavan kiralıyorum diye para kazanıyorum diye mi düşünüyorsunuz? Asla, ben geleceğe yatırım yapıyorum. Bugün zarar ediyorum. Çünkü bunun için bir ekip kurdum,

buna yatırım yapıyorum. Çok revenue yapmadan pazarlamaya destek oluyorum bütçesel anlamda, iletişim yapıyorum, zamanımı veriyorum. Ama gelecekte biraz önce saydığım o suçluların tamamı, yani bizler (sen, ben, devlet) bir araya gelip birbirimizi kutlayacağız. Neden? Çünkü o gün geldiğinde şunu göreceğiz: Uçağa atlayıp Bodrum'a inip on beş gün karavan kiralayan binlerce insanı göreceğiz. Bir gün gelecek şunu göreceğiz: Bazı bölgelerde evlerinde karavanı olan, sahipliği olan kişileri de göreceğiz ailesiyle. Bu bizim kültürümüze de çok uygun. Düşünsene bu kadar güzelliği görmüyoruz. Türkiye'de şu an nüfusa sorsan, desen ki: "Peribacalarını kaç kişi görmüş?" Kente inmemiş, taşrada birçok insan var; oysaki bu bir değer. Dolayısıyla bunlar bütünüyle o ekosistemi destekleyecek unsurlar. Bir gün şunu göreceğiz: Türkiye on bin tane karavan ihraç etti. İşte o zaman birbirimizi alkışlayacağız.



Peki bütün bunlar "ne" olursa olacak?

Vergi düşerse biz yatırım yapmaya hazırız, yapıyoruz da. Ama ne ile yapıyoruz? Beş yıl üstü vanların peşinde koşuyoruz kilometresi düşük olsun diye. Bulamıyoruz onu da çünkü ticari araç yüksek kilometre yapar. Müşteriye de kaliteli hizmet vermem gerekiyor. Şimdi Avrupa'dan turist geldi diyelim, verdin 8 yıllık karavanı. Kiralar mı? Mutlu olur mu? Her tarafından ses gelecek. Dolayısıyla adet az olunca üretim kalitesi de artmıyor. Kimse karavanın enerji makinelerine büyük yatırım yapmıyor, kimse karavanın su temizleme cihazlarına büyük yatırım yapmıyor, kimse karavanın duş küvetine yatırım yapmıyor. Böyle olmayınca da kalite ortaya çıkmıyor, inovasyon olmuyor, yenilik olmuyor; ithal parçayla karavan yapıyoruz. Yerlilik çok düşük, kalite yeni yeni yükseliyor bugünlerde. Peşinde koşmamız gereken şey sadece kiralama sektörü





değil; bu ekosistemin çevresindeki bütün paydaşların bu fırsatların yararlanması. Otomotivciler, üst yapıcılar, karavan teknolojisini üreten şirketler, Türkiye'ye hiç gelmeyen ama hayatı boyunca karavanının dışında tatil yapmayan bir kitle var ve bunun farkında değil insanlar. Biz düşünüyoruz ki insanlar bazen karavanla gelir bazen de otele gelir. Büyük bir kitle karavan grubuyla tatil yapıyor, aralarında konuşuyorlar. On arkadaş, on aile bir araya gelip on tane karavan kiralayıp Route 66 yapıyorlar, İspanya'nın kıyılarını dolaşıyorlar, İtalya'yı dolaşıyorlar. Bunlar Türkiye'de yok, neden? Türkiye'nin turizm kapasitesi ne kadar yüksek? 38 milyar dolar mı? 32 milyar dolar mı? Hayır, değil; 100 milyar dolar. Zaten bakanlarımız da hep uzun vadede bu rakamları hedeflerler. Ama bunun için doldurmak lazım, eksikliklerimiz var. Benim de hem TOKKDER başkanı olarak hem başında bulunduğum şirket olarak peşinde olduğum şey şirketimin ya da TOKKDER'in sadece fırsatları değil bu ekosistemle öncü olabilmek, bir gün bu paydaşların hepsine teşekkür edilirse onlardan biri olabilmek. Umarım böyle bir giriş konuşması ile neden uzun zamandır bunu anlatıyoruz, onu özetlemiş oldum.

Aslında Türkiye'ye baktığımız zaman hem coğrafi olarak hem turizm olarak hem üç tarafının denizlerle çevrili olmasından Türk insanın karavana çok yatkın olabileceğini düşünüyorum. Bizdeki piknik kültürü bile bunun altyapısını oluşturuyor; Türk insanın karavanla daha yakın temasta olabilmesi için, bu anlattığınız şeylerin dışında; güven, karavan kampları, karavan rotaları açısından da altyapı açısından da çok hazır değiliz galiba. Bu konuda ne diyeceksiniz?

Kesinlikle çok doğru söylüyorsun. Hatırlar mısın bilmiyorum ama -ben elli üstüne geldiğim için hatırlayabiliyorum- çadır turizmi vardı. 1970-1980'lerde bir sahile gittiğiniz zaman ağaçların altında yüzlerce çadır vardı. Bunun bir kısmı yine ağırlıklı yabancıydı ama belki de hemen hemen eşit sayıda da Türk vardı. Türk ailesi ya da Türk tüketicisi doğada olmayı çok seviyor, kültürden geliyor. Dolayısıyla gezmeyi çok seviyor; ama fırsatları olmayabilir. Bu çünkü belli bir gelir grubunda olmayı ifade edebilir fakat şu da var: Türk insanı görmeden ürküyor. Yok ki Türkiye'de karavan turiz-

mi; görmüyor, ilham verici değil. Çünkü sokakta çok fazla yok. Ben inanıyorum ki yavaş yavaş gelişmeye başladığında biz yine özümüzdeki ruh haline dönüp, korkusuzca bu işin içerisine girip geçmişte bizim için keyif olan işlerin farklı metotlarla da yapılabilir olduğunu göreceğiz ve bu işlerden bir tanesi de bu. Altyapı zayıf, 140 tane karavan parkı var Türkiye'de; Almanya'da 8000 adet. 140'ın yarısı da karavan parkı değil yani güvenli değil, altyapısı uygun değil. Gidebileceğin, akşam arkadaşlarınla gittiğinde gitarını çalabileceğin belki 70 tane var. Yeterli değil.

Peki bu konuda, bakanlık düzeyindeki yetkililerle – ki Turizm Bakanı da aslında turizmci, aslında daha halden anlayacaktır ama- herhangi bir girişiminiz oldu mu?

Ben bakan beyle şahsen görüştüm TOKKDER Başkanı olarak. Arkasından benim çalışma arkadaşlarım Turizm Bakanlığı'nın tüm il bürokratlarıyla toplantı yapıp sunum yaptılar. Pozitif buldular, yapılması gerektiğini düşünüyorlar. Maliye Bakanlığı'yla gerekli girişimleri yaptık, Maliye Bakanlığı'na yazdık. Önümüzdeki günlerde Sanayi Bakanımızla -çünkü orada sanayi bakanımızı ilgilendiren bir araç tanımlama ihtiyacı var- o konuyu görüşüyor olacağız. Ama gündem o kadar yoğun ki istediğimiz şey haksızlık olur. Şu dönem müthiş bir zorluktan geçiyoruz pandemi ile ilgili. Dolayısıyla hızlılık biraz düşebilir hayata geçme anlamında; ama gittiğimiz her yerde basın, bürokrasi, bakanlıklar, sivil toplum kuruluşları, otomotivciler dahil. Çünkü bununla ilgili yaptığımız çalışmalarda ODD ve OSD'nin imzası var. Bilgilendirme ve ÖTV'nin düzeltilmesi talebinde OSD, ODD, TOKKDER ve OYDER beraber görüş bildirdi. Biz zamanını bekliyoruz çünkü şu an bütün konsantrasyon pandemi üzerine ve bunun yarattığı zorlukların çözümü üzerine. Oturup da hadi 5 yıllık plan yapalım demek, bu ruh haliyle ve bu ortamda, fazlaca olabilir. Ama ilk adım ÖTV'nin düzeltilmesi olabilir çünkü geçen sene Türkiye'de 800 adet karavan sokağı çıkmış yeni olarak. Bu 800 adetin sadece 5 tanesi sıfır kilometre. Varsayalım matrah 200 bin lira olsun; devletin bundan aldığı vergi kayda değer değil. Zaten devletin bir vergi kaybı yok çünkü bir tahsilatı da yok. Mantık dışı bir fiyat olduğu için kimse yatırım yapmıyor; ne bireyler ne kurumlar ne de turizm sektörü. Dolayısıyla zaten olmayan bir gelirden bahsediyoruz. Biz Maliye Bakanlığı'na da Gelirler Genel Müdürlüğü'ne de gönderdik, proje dosyamızda da sunduk, dedik ki: "Zaman kaybetmeyelim, şu ÖTV'yi aşağıya çekelim. Za-





ten gelirin yok, devletin hiçbir kaybı yok. Bilakis bu ÖTV geriye gelirse yüzde on beş veya yirmiye, –onu da sunduk araç tanımlamalarına bağlı olarak- birdenbire olmayan bir gelir, kayda değer bir gelir haline gelecek devlet açısından. Benim aklım biraz tüccar gibi çalışıyor; olmayan bir şey yarın olacaksa bugün harekete geçelim.

Yaklaşımlarını nasıl buldunuz? Karavan özelinde soruyorum çünkü otelciler karavana mesafeliler.

Büyük bir yanılgı bana göre, biraz önce söylediğim gibi alakası yok. Şöyle düşünürsek hata olur: ÖTV düştü, herkes karavan alacak. Zaten ben bugün karavanı alabiliyorum. İnan Ekici olarak karavan tatili yapmak istiyorum diyelim, beni kısıtlayan bir şey yok ki. Ben arkadaşlarıma söylerim, bana inanılmaz güzel bir araba bulurlar 5 yaşında. Biraz masraf yapar arabayı yenilerim, karavanımı yaparım. Kimse beni engellemiyor. 5 yaşın üstünde ÖTV uygulaması yok çünkü ikinci el araçta, öyle bir hakkınız var. Onun için 5 yaş üstü araç karavana çevrilebiliyor; nedeni de ÖTV'den kurtulabildiği için var olan uygulamalarda. Dolayısıyla benim söylemeye çalıştığım şey: Karavan turizmi yapan kişiler zaten sadece bu işi yapıyor, otel müşterisi değil. Belki tecrübe etmek için kısa dönemli, üç-beş günlük kiralayabilir. Ama Türkiye o kadar büyük ki hiç kimse gidip Belek'e karavanını koymayacak; Göreme'ye gidecek bir gün kalacak, oradan Çorum'a geçecek tarihi kalıntıları görmeye, oradan Karadeniz'e gidip görecek. Dolayısıyla çevreci, beton değil, hareket halinde; yolda gördüğünüz zaman bir yere gitmek için size ilham kaynağı oluyor, heyecanlandırıyor. Turizmi destekleyecek bu unsur.

Peki, Avis olarak sizin hem karavan parkınızı hem de diğer rakiplere oranla farklılığınızı öğrenebilir miyiz?

Yani, biz 10 adetle başladık, bu yıl 30 adede çıkacağız. Bunun içerisinde; moto karavan, çekme karavan ve en son bugünlerde teslimatını yapacakları off-road karavan var. Üç grup karavan modelimiz var. Dolayısıyla aslında karavanın her alanını kapsayan bir ürün grubuna sahip olacağız. Şu an iki ayrı modelimiz var ama, off-road karavan da geliyor. Bu durumda zaten ihtiyaç olunan karavan modellerini, -büyüklük olabilir, kullanım amaçlarına bağlı segmentasyon olabilir- tüm segmentleri almış oluyoruz. Dolayısıyla otuz karavan da sanıyorum bizi, günlük kiralama tarafında, pazar lideri yapar çünkü ortalama sekiz-on adetlik karavan sayıları var. Tabii ki film setlerinde kullanılan karavanlar ayrı uzmanlıklar, onları yapan firmalarda daha fazla sayıda olabilir. Çünkü o yeni bir iş değil, uzun yıllardır öyle bir endüstri var Türkiye'de. Yanlış hatırlamıyorsam Türkiye'de toplam 8000 adet karavan var; bunun 100-150 adedi günlük kiralama amaçlı, bizim gibi firmaların sağladığı bir park



OKUMAK İÇİN İLANI TIKLAYIN!

OTODERGİ TR

MAYIS SAYISI TURKCELL DERGİLİK'TE YAYINDA!

büyüklüğü şu an. Her bir kiralamadan sonra bizim araçlarımızın, detaylı temizlikten kaynaklı, minimum yirmi dört saat süreye ihtiyacı var. Günlük kiralamada alırsınız, yıkamaya verirsiniz, hijyenini yaparsınız, üç saatte geri alırsınız arabanızı ve yeniden kiralarsınız otomobil tarafında. Ama karavanda fiilen yirmi dört saate ihtiyaç var, o da yapabilirseniz. Çünkü hijyen yapılacak, ozon yapılacak, nevresimler değiştirilecek, havlular konulacak, yedekler konulacak. Yani bir otelcilik işi gibi de düşünebilirsiniz. Dolayısıyla biz bu işi iyi yaptığımıza inanıyoruz. İşi sadece bu olan bir ekibimiz var. Arkadaşlar çok özenle altyapıyı oluşturdular; çünkü bizim gibi büyük bir yapı, şu anda küçük olan bir sektör için, kurumsal imajını zedelemeyi asla istemez. Biz de bir tek şikâyet gelmesin diye kazandığımızdan daha fazlasını harcıyoruz.

2021'in geriye kalan zamanındaki hedefleriniz ve beklentileriniz neler? 2022'ye yönelik bir planınız var mı karavanla ilgili olarak, bir öngörünüz var mı?

Biz zaten 5 yıllık planı her zaman yapıyoruz ve karavan ÖTV'sinin değişmeyeceğini varsayarak bir büyüme planımız var; çünkü değişmeden onu öngöremiyoruz. Tabii buradaki büyümelerde: "VOV!" diyebileceğiniz binlerce adede çıkacağız diyemiyorum yani. İçimde bu işin Türkiye için çok değerli olduğu bilgisi ve gelecekte altyapının oluşturacağıyla ile ilgili bir umut var. Ben hem STK başkanı olarak hem de bu işi yapan, bir markası olan firma yöneticisi olarak bu işe baş koydum ve her zaman canlı kalması için yatırım yapmaya devam edeceğim ama küçük hareketlerle. Çünkü biliyorum ki asıl beklediğimiz değişiklikle beraber büyüklük farklılaşacak yüzdeler açısından. Yanlış hatırlamıyorsam yüz elli adede çıkacağız önümüzdeki üç-dört sene içerisinde, bu bizim şu anki planımız. Ama ekosistem gelişmesi için iki-üç yıla ihtiyaç var. Çünkü gerek STK'mız olarak gerek şirketim olarak gerek turizm sektöründeki diğer paydaşlarımızla beraber karavan-kamp işine de kafa yormam gerektiğini biliyorum. Dolayısıyla buradaki start-up firmalarını desteklememem gerektiğini biliyorum, görüşmelerimizde var zaten. Eğer dediğim gibi kurumlar, STK'lar, turizmin paydaşları; bir araya gelir, hız verici rol oynarsa başka başarıları konuşuruz. Dolayısıyla uğraşımız da bu yönde.



YAYIN SAHİBİ
ÇELİK YAYINCILIK İLETİŞİM VE ORGANİZASYON TİC LTD ŞTİ
GENEL YAYIN YÖNETMENİ
AHMET ÇELİK
YAZIİŞLERİ MÜDÜRÜ
ALEV ÖNER

GÖRSEL YÖNETMEN
ARZU KAYA
YAZIİŞLERİ EKİBİ
BUĞRA ÖZKAN
KATKIDA BULUNAN
UZAY ALP BERKSOY

YÖNETİM YERİ:
Kuşdili Cd. Efes Çarşısı
No: 188 Kadıköy-İstanbul

OTOMOBİL GAZETESİ'NDE YAYINLANAN YAZI, HABER VE FOTOĞRAFLARIN HER TÜRLÜ TELİF HAKKI ÇELİK YAYINCILIK İLETİŞİM VE ORG TİC LTD ŞTİ'ye AİTTİR. İZİN ALMADAN KAYNAK GÖSTERİLEREK DAHİ İKTİBAS EDİLEMEZ.

İletişim: info@otomobilgazetesi.com

OTOMOBİL GAZETESİ