'İnternetten araştırıp acenteden satın alıyoruz'

Generali Sigorta'nın yaptırdığı araştırma Türklerin sigorta profilini ortaya koydu. Trafik ve kasko sigortaları üzerine yapılan araştırmaya göre erkekler daha çok sigorta yaptırıyor, kadınlar ise teknolojide bir adım önde. **20** ■

İtalya'da sigorta şirketlerine 40 milyon liralık para cezası

Bu ay İtalya'yı ele alan David Kohen, 'Çizme'de Sigorta Denetleme Kurulu tarafından cezalandırılan çok sayıda şirketin, aşırı prim artışı veya ani fesihler nedeniyle toplam 40 milyon euroluk cezaya mahkum edildiğini bildirdi. **58** ■

Almanya'da sigorta bilinci çocuklara aileden geçiyor

Nermin Yıldırım'la "Sigortacı Her Yerde" bu ay Almanya'nın Köln şehrindeydi. Yıldırım, Almanya'da sigorta bilincinin de, diğer bazı alışkanlıklar gibi, aileden geçip topluma yerleştiğini aktardı. **33** ■

Türk Hava Yolları Güneş Sigorta ile uçuyor

Türk Hava Yolları'nın yeni uçakları da Güneş Sigorta tarafından sigortalandı. 2012 yılından bu yana THY'nin güvencesi olan Güneş Sigorta, 2014'te filoya katılacak 40 uçağı da yenilenen poliçe ile teminat altına aldı. **9** ■



Maliyet azaltmada geleneksel yaklaşımlar neden işlemiyor?

Şirketler genellikle kârlılıklarını artırmak için geleneksel maliyet azaltma yöntemleri uyguluyor. Ancak, bu geleneksel yaklaşımlar sürdürülebilirlikten uzak oluyor. Maliyet azaltma yöntemlerinin büyümeyi desteklemesi için şirketlerin bu konuya yeni bir bakış açısıyla yaklaşmaları gerekiyor. **24** ■



Hayat sigortaları değişen tüketiciye göre yeniden şekillenmeli **44** ■

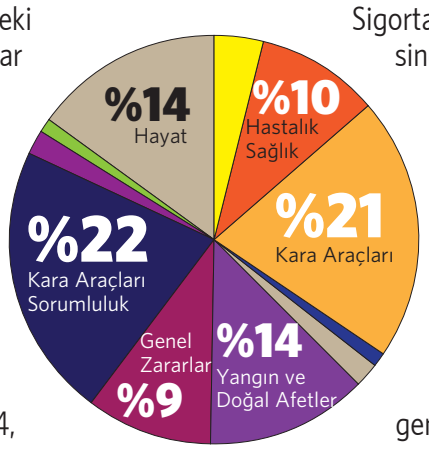
Türkiye'nin En Çok Satan Sektör Yayını

sigortacı gazetesi

ŞUBAT 2014 YIL: 29 / SAYI: 423 AYDA BİR YAYINLANIR

Yüzde 15 reel büyüme

2013 yılında sektördeki prim üretimi bir önceki yıla göre yüzde 22 oranında artarak 24 milyar 182 milyon liraya ulaştı. Reel olarak yaklaşık yüzde 15 oranında büyüme kaydedildi (TÜFE: 7.40, ÜFE: 6.97). 2012'de ise reel büyüme yüzde 9'da kalmıştı. 2013 yılında, 7 sigorta şirketi üretiminde milyar liralık prim üretimi barajını aştı. Üretimin 20 milyar 788 milyon liralık bölümü elementer branşlardan, 3 milyar 394 milyon liralık bölümü de hayat sigortalarından elde edildi. Hayat dışında yıllık büyüme oranı 21.4, hayat sigortalarındaysa yüzde 25.2 olarak gerçekleşti.



Sigorta sektörünün 2013 yılındaki bu büyümesindeki lokomotif rolü 5 milyar 386 milyon liralık üretim ve yüzde 36.8'lik büyüme oranıyla kara araçları sorumluluk sigortaları (zorunlu trafik sigortası) üstlendi. 5 milyar 18 milyon lira prim yazılan kasko branşında büyüme oranı yüzde 10.7 olurken, yangın ve doğal afetler sigortasında 24.6, kazada 31.8, hastalık-sağlıkta 9.8, nakliyatta 9.9, genel zararlarda 25.6 ve genel sorumluluk branşında 20.6 oranında bir büyüme yaşandı.

■ Sayfa 30-31 ve istatistik ekinde

Potansiyel devam ediyor



Anadolu Sigorta Genel Müdürü Musa Ülken, Türkiye'de sigorta sektörünün büyüme potansiyelini koruduğunu ifade etti. **3** ■

Türkiye yatırım için cazip ülke



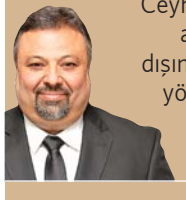
Mapfre Genel Sigorta Yönetim Kurulu Başkanı Pedro Lopez, Türk ekonomisinin büyük dinamizm kazandığını ve yatırım için cazip bir ülke olduğunu vurguladı. **6** ■

2014 daha zor bir yıl olacak



Ray Sigorta Genel Müdürü Levent Şişmanoğlu, 2014'ün daha zor geçeceğini ve büyümenin % 11-12'de kalacağını belirtti. **14** ■

Oto dışı branşlara ağırlık verilmeli



HDI Sigorta Genel Müdürü Ceyhan Hancıoğlu, acentelerin oto dışındaki branşlara yönlendirilmeleri gerektiğini söyledi. **16** ■

Bilinçlendirmek sektörün görevi



AIG Sigorta Genel Müdürü Süleyman Sağıroğlu, sigortanın faydaları ve ürünlerin doğru kullanımı hakkında tüketiciyi eğitmenin sektörün görevi olduğunu belirtti. **12** ■

"Acentelerin SAİK'i var"



SAİK Başkanı Hüseyin Kasap göreve geldikten sonra Sigortacı Gazetesi'ne konuştu. Hem acenteler hem de Hazine ile yürüttüğü sıkı iletişim süreci içinde sektörün sorunlarını belirleyen Kasap, acentelerin elini rahatlatacak pek çok değişikliğin gerçekleşmesi için çalıştıklarını belirtti. **38** ■

SAB, SAİK yönetimini ziyaret etti

Sigorta Acenteleri Derneği (SAB) Yönetim Kurulu üyeleri, 20 Ocak tarihinde SAİK Yönetim Kurulu'nu ziyaret etti. SAB Yönetim Kurulu Başkanı Doğan Şen, bu ziyaret sonucunda geleceğe umutla bakmaya başladıklarını ve sorunların çözümünde SAİK'e destek olacaklarını kaydetti. **43** ■





Ürün sorumluluk sigortası vazgeçilmez bir çözüm

Ürün sorumluluk sigortaları Türkiye'de son yıllarda talep edilen bir branş haline geldi. Bu sigorta türü hem tüketici hem de finansal gücünü ve itibarını kaybetmek istemeyen üreten için vazgeçilmez bir sigorta çözümü olarak da nitelendiriliyor. Yönetici sorumluluk sigortaları da yeni Türk Ticaret Kanunu ile şirketler ve yöneticiler için birçok yeniliği, değişikliği ve sorumluluğu beraberinde getirdi. **39** ■

Gazetecilerle Divan Bebek'te buluştuk...

Sigortacı Gazetesi olarak ocak ayında gazetecilerle İstanbul Divan Bebek Brasserie'de keyifli bir yeni yıl kahvaltısında bir araya geldik. Buluşmada, özellikle 2013'te tüm finans gazetecilerinin dikkatini sektöre çeken Bireysel Emeklilik Sistemi sohbetin ana konusunu oluşturdu. **28** ■



2013 bireysel emekliliğin yılı oldu

Emeklilik Gözetim Merkezi'nin 3 Ocak 2014 tarihli verilerine göre, bireysel emeklilik şirketlerinin toplam katılımcı sayısı 4 milyon 160 bin 35 kişi, katılımcıların bireysel emeklilik hesaplarındaki toplam fon tutarı 25 milyar 128 milyon lira, katılımcıların geçtiğimiz yıl başlayan devlet katkısı hesaplarındaki toplam fon tutarı ise 1 milyar 149 milyon lira olarak gerçekleşti. **27** ■





BU ÖDÜL USTALARA SAYGI, YARINLARA MİRAS!

Anadolu Sigorta'nın meslek ustalarının
deneyimlerini geleceğe taşıyan
"Bir Usta Bin Usta" sosyal sorumluluk projesi,
Altın Pusula Büyük Ödülü'nü kazandı.
Bizi bu ödüle layık gören
Türkiye Halkla İlişkiler Derneği'ne
teşekkür ederiz.

altınpusula
Halkla İlişkiler Ödülleri

BİR USTA BİN USTA

0850 7 24 0850
www.anadolusigorta.com.tr

ANADOLU SİGORTA
Kaybetmek yok.

Türkiye İş Bankası kuruluşudur.

TÜRKİYE İŞ BANKASI

Anadolu Sigorta Genel Müdürü Musa Ülken:

Türk sigorta sektörüne olan ilgi 2014'te de sürecek

Musa Ülken, Türkiye'nin önümüzdeki beş yıl içerisinde yıllık yüzde 5 ile 10 arasında reel büyümeye devam etmesinin beklendiğini söyledi. Ülken ayrıca, Türkiye'nin uluslararası sigorta şirketleri için yine girilmesi gerekli pazarların başında geldiğini belirtti.



ANADOLU Sigorta Genel Müdürü Musa Ülken, Sigortacı Gazetesi için 2013 yılını değerlendirdi ve 2014 için tahminlerde bulundu. Ülken, geçtiğimiz yıl içinde, Türkiye'nin genel makroekonomik gelişimi, küresel ekonomik kriz karşısındaki performansı, prim büyüme hızı ve sahip olduğu potansiyeli göz önünde bulundurulduğunda, ülkemizin uluslararası sigorta şirketleri için yine girilmesi gerekli pazarların başında geldiğini belirtti.

Beklentilerin, Türkiye'nin önümüzdeki beş yıl içerisinde yıllık yüzde 5 ile 10 arasında reel büyümeye devam etmesi yönünde olduğunu söyleyen Ülken, "Bunun yanı sıra nüfus artış hızı, genç nüfus oranı ve sigorta penetrasyonunun gelişmiş ülkelere göre çok düşük oranlarda kalması gibi faktörler de hesaba katıldığında, sigorta sektörü ülkemizde hâlâ büyük bir potansiyele sahip" diye konuştu.

'ÇEŞİTLENEN KASKO ÜRÜNÜ SEKTÖRÜ BÜYÜTECEK'

2013 yılında sektörde yüksek artış oranlarıyla dikkat çeken branşların, 2014 yılında da pazarı domine edeceği bilgisini veren Ülken, "Sektörümüzde trafik ve kasko poliçeleri geleneksel olarak üretimde ön plana çıkmaktadır. 2014 yılında da Türk sigorta sektörüne olan ilgi artacak ve şirketler arası rekabet devam edecektir. Sektörün, kasko sigortası genel şartlarında yapılan değişiklikler neticesinde çeşitlenen kasko ürünüyle 2014 yılında da büyüyeceği beklentisindeyiz. Ancak, şirketimizin hedefleri içinde kasko gibi geleneksel ürünlere ilave olarak diğer branş ve ürünlerin yaygınlaşmasını sağlamak da bulunmaktadır" dedi.

Tamamlayıcı sağlık sigortalarının 2014 yılında gündemde olacak ürünler arasında yer alacağını düşündüğünü söyleyen Ülken, "Gelişmiş ülkelerdeki özel sağlık sigortası uygulamalarını incelediğimizde, özel sağlık sigortalarının çoğunlukla kamu sağlık hizmetlerini tamamlayıcı bir role sahip olduğunu görüyoruz. Türkiye'de ise sosyal güvenlik sisteminin zorunlu olması sebebiyle, özel sağlık sigortası yaptırmak, kişilerin mükerrer prim ödemesine neden olmaktadır. Bu durumu ortadan kaldırabilmek için, özel sigorta şirketlerinin, kamu sağlık sigortalarının sağladığı temel teminat paketlerinin kapsamadığı sağlık risklerini gerek teminat kapsamı, gerekse teminat yüzdeleri açısından alternatif ürünler ile kapsam dahiline alan ya da SGK'nın geçerli olmadığı özel sağlık kuruluşlarında geçerli olan, tamamlayıcı sağlık sigortaları oluşturması gerekmektedir" dedi.

'PAZAR PAYIMIZI BİRÇOK BRANŞTA ARTIRACAĞIZ'

2014 yılında Anadolu Sigorta olarak yenilik planları arasında tamamlayıcı sağlık sigortası ürününün de yer aldığını vurgulayan Ülken sözlerini şöyle sürdürdü: "Bu ürünümüzün de, sektördeki yenilikçi duruşumuzu vurgulayan bir ürün olmasına özen göstereceğiz. Tamamlayıcı sağlık sigortasının doğru modelle satışa sunulması ve anlaşmalı sağlık kuruluşları ile uygun şartlarda anlaşma yapılması halinde, sektörde kârlılık düzeyinde gözlemlediğimiz bu iyileşme trendinin ilerleyen dönemlerde de artarak devam edeceğini ümit ediyoruz."

Öte yandan, kasko sigortası genel şartlarında yapılan düzenlemelerle dar kasko, kasko, genişletilmiş kasko ve tam kasko olmak üzere dört çeşit kasko poliçesi oluşturulduğunu hatırlatan Ülken, konu hakkında şunları söyledi: "Poliçe üzerine sigorta bedeli yazılmayıp, aracın rayiç bedeli üzerinden ödeme yapılması uygulamasının sektörümüze girişiyle poliçeler sigortalı tarafından daha anlaşılır ve şeffaf hale gelirken, sigortalı-sigortacı arasındaki anlaşmazlıklar da daha kolay çözülebilir hale geldi."

Musa Ülken, sözlerini şöyle tamamladı: "2014 yılında, öncelikle sağlık, konut, KOBİ, sorumluluk branşlarında pazar payımızı artırmayı hedeflemekteyiz. Bunun yanı sıra kaza branşındaki güçlü konumumuzu da sürdürmeyi planlıyoruz. Tüm ürünlerimizin müşterilerimiz açısından tercih edilebilir olmasını sağlamak amacıyla, yeni ürün geliştirme, mevcut ürünlerimizi iyileştirme çalışmalarımız hız kesmeden devam edecektir."

Anadolu Sigorta'dan kış tatillerine güvence

Okulların ara tatil dönemi yaklaşırken; yurtdışındaki kayak ve kış sporları merkezlerine yapılacak seyahat planları da, tatil severlerin gündemine gelmeye başladı. Tatil keyfinin kesintisiz sürmesi için, yolculuğa çıkmadan önce yapılması gereken en önemli işlerin başında, hizmet kalitesi ve acil durumlarda ulaşılabilirliğiyle, tatil başlangıcından bitişine kadar geçen sürede yanınızda olabileceğine inandığınız bir sigorta şirketinden "Yurtdışı Seyahat Sigortası Poliçesi" yaptırmak olmalı.

Anadolu Sigorta, üstün hizmet kalitesiyle kendisini tercih eden, kış tatillerini yurtdışındaki kayak merkezlerinde geçirecek tatilcilerin en kapsamlı poliçeyle yanlarında olmaya devam ediyor. Anadolu Sigorta'dan yurtdışı seyahat sigortası almış sigortalılar, yurtdışı seyahatleri sırasında, kayak veya snowboard yaparken kaza geçirip yaralanmaları risklerini de ek primle 30 bin euroya kadar güvence altına alabiliyorlar. Ayrıca tarifeli uçuş esnasında, check-in işleminden geçmiş kayak ve snowboard ekipmanlarının kaybolması, çalınması veya zarar görmesi durumlarında da 350 euroya kadar tazminat



garantisi yine poliçe kapsamında verilebiliyor.

Anadolu Sigorta'dan yurtdışı seyahat sigortası alanlar, sadece acil sağlık problemlerine karşı değil; ek olarak bagajlarının kaybolmasından, turla yapılan seyahatlerin iptaline kadar tatile çıkarken keyiflerini kaçırabilecek pek çok riske karşı da kendilerini güvence altına alıp; güzel bir tatil keyfini sigortalatıyorlar. İsteyen sigortalıların, küçük bir ek prim karşılığında, seyahat sırasında oluşabilecek ölüm ve sürekli sakatlık durumlarına karşı, ferdi kaza teminatını da ekleyebildikleri Anadolu Sigorta'nın yurtdışı seyahat sigortası ile belirli limitler dahilinde sunulan teminatlar şunlardır:

- Yaralanma veya hastalık nedeniyle tıbbi tedavi ve sigortalının nakli,
- Taburcu olduktan sonra daimi ikametgâha nakil,
- Vefat eden sigortalının nakli,
- Turla yapılan seyahatin iptali
- Yaralanma veya hastalık nedeniyle yurtdışında konaklama süresinin uzatılması,
- Sigortalıya yapılacak tedavi nedeniyle aile üyelerinden birinin seyahati ve konaklaması,
- Aile üyelerinden birinin ölümü veya evde meydana gelen hasar nedeniyle yolculuğun durdurulması sonucu geri dönüş seyahati,
- Bagajın bulunması ve sigortalıya ulaştırılması,
- Tarifeli bagaj kaybı, zarar görmesi, çalınması,
- Gecikmeli bagaj,
- Borç olarak kanuni işlemlerle ilgili kefalet,
- İlaç gönderilmesi organizasyonu,
- Acil mesajların iletilmesi
- Pasaport ve/veya bilet kaybı
- Overbooking nedeniyle gecikme.



**Zorunlu Deprem Sigortanızı yaptırın,
deprem sonrasında zorunlu misafirlikten kurtulun.**

DEPREM GEÇECEK, HAYAT DEVAM EDECEK

**2011 depreminde Van'daki
80.000 konutun
7.500'ü sigortalıydı.**

**DASK, hasar görmüş tüm
sigortalı konutlara toplam
120 milyon TL'lik ödeme yaptı.**

dask
DOĞAL AFET SİGORTALARI KURUMU

ALO DASK 125
Zorunlu Deprem Sigortası Hattı

www.dask.gov.tr facebook.com/dask twitter.com/dasktr

AXA SİGORTA, BKM Ekspress ile anlaşan ilk sigorta şirketi oldu

AXA SİGORTA, BKM Ekspress'in partneri olan ilk sigorta şirketi oldu. AXA SİGORTA Direktör ve Genişletilmiş İcra Kurulu Üyesi Hülya Gülendağ, müşterilerinin poliçe borçlarını BKM Ekspress aracılığıyla AXA SİGORTA'nın web sitesi üzerinden ödeyebileceklerini söyledi.



AXA SİGORTA'nın hemen her alanda olduğu gibi tahsilat alanında da yenilikçi çözümler geliştirmeye devam ettiğini belirten AXA SİGORTA Direktör ve Genişletilmiş İcra Kurulu Üyesi (Muhasebe, Tahsilat & Rücu) Hülya Gülendağ, AXA SİGORTA'nın BKM ile anlaşmaya varan ve BKM Ekspress'in partneri olan ilk sigorta şirketi olduğuna dikkat çekti. Gülendağ, AXA SİGORTA ile BKM arasında yapılan bu anlaşmayla AXA SİGORTA müşterilerinin prim ve katkı payı ödemelerini BKM Ekspress aracılığıyla AXA SİGORTA'nın internet sitesi üzerinden en yüksek güvenlik standartları çerçevesinde ve en pratik şekilde yapabileceklerini ifade etti.

Tüketim ve ticaret ortamında internet üzerinden kredi kartı kullanılarak yapılan işlemlerin giderek arttığını belirten Gülendağ, hâlâ BKM Ekspress üyeliği olmayan müşterileri için de bankacılık uygulamaları arasında en güvenli tahsilat yöntemlerinin başında geldiği kabul edilen 3D Secure Sistemini kullandıklarını söyledi. Böylelikle 3D Secure ile de prim veya katkı payı ödemesi yapmanın mümkün olduğu bir sistemi hayata geçirdiklerini vurgulayan Gülendağ, bu sistem aracılığıyla müşterilerin prim ödemelerini hızlı, güvenli ve pratik bir şekilde internet üzerinden gerçekleştirebileceklerini ifade etti. Gülendağ, "Bu sayede AXA SİGORTA olarak gerek acentelerimizin operasyonel verimliliklerini artırmak ve gerekse müşterilerimize daha hızlı hizmet sunmak imkanını yakalamış olmanın heyecanı içindeyiz. AXA SİGORTA'nın teknoloji kullanımını optimize eden, operasyonel verimliliği ve müşteri memnuniyetini azami seviyeye çıkarmaya yönelik yaklaşımının, yenilikçi ve öncü geleneği ile birleşerek gelecek dönemde de artan bir ivmeyle devam etmesini hedefliyoruz" şeklinde konuştu.

BKM Express NEDİR?

BKM Express hızlı ve kolay bir ödeme sistemidir. BKM Express ile internet üzerinden kart bilginizi paylaşmadan alışveriş yapabilirsiniz.

AXA SİGORTA'dan 'İyi Sürücü Hareketi'

AXA SİGORTA yenilikçi girişimlerine bu sefer de bir sosyal sorumluluk hareketini ekledi. İyi sürücülere oto sigortalarında özel fiyatlar sağlayan ve her fırsatta iyi sürücü olmanın öneminin altını çizen AXA SİGORTA, "İyi Sürücü Hareketi" adı ile bir dijital iletişim kampanyası düzenledi. Herkesin günlük hayatında sıkça yakındığı konuların başında gelen trafikte yaşanan olumsuzluklardan yola çıkan şirket, kampanya ile iyi sürücüleri öne çıkarmayı ve herkesi iyi sürücü olmaya özendirmeyi amaçlıyor. Toplumsal farkındalık yaratma hedefiyle kurgulanan kampanyada, trafik ve sürücü kavramına pozitif bir bakış açısı ile yaklaşıldı. Alışılmışın aksine olumlu bir algı yaratma amacı ile kurgulanan iyi sürücü hareketi, bu özelliği ile benzer projelerden sıyrılmayı başarıyor. Kampanyanın başlangıç noktası olarak viral bir video hazırlayan AXA SİGORTA, yaya geçidinde karşıdan karşıya geçmeye çalışan yaşlı bir kadına yol veren iyi sürücülere yapılan sürprizin kameraya alındığı çalışma ile kampanyayı başlattı. Projenin toplumsal fayda yaratma odağı ile bir "iyi sürücü bildirisi" de hazırlayan AXA SİGORTA, bu bildiride iyi sürücü hareketlerine örnekler verdi.

İYİ SÜRÜCÜ HAREKETİ

AXA SİGORTA

KAMPANYA SOSYAL MEDYADA DA SES GETİRDİ

Kampanyanın tüm unsurlarını tek bir noktada toplamak amacıyla da bir de mikro site yaratan AXA SİGORTA, bu siteden viral videoyu, iyi sürücü bildirisini ve de gelen tweetleri canlı olarak yayınladı. Dijital bir kampanya olması nedeni ile ana mecra olarak Twitter seçilirken Youtube'taki çalışmalarla da kampanya desteklendi. Kampanya esas olarak dijital mecralarda kurgulansa da, geleneksel bir mecra olan radyoya ağırlık verilerek daha geniş ve farklı kitlelere de ulaşılması sağlandı. Radyoda, ünlü DJ Nihat Sırdar ile iyi sürücü hareketi üzerine bir program gerçekleştirildi. Canlı yayında ve sosyal mecralarda iyi sürücü hareketlerinin neler olabileceğinin tartışıldığı kampanyada aynı gün içinde iyi sürücü hareketi etiketi ile yüksek adette tweet atıldı. Kampanya için yaratılan mikro site geniş bir kitle tarafından ziyaret edilirken, iyi sürücü hareketi Twitter ve Youtube aracılığı ile toplamda 10 milyondan fazla gösterime ulaşmış oldu. Mesajı, marka ile ilişkilendirme seviyesi ve kurgusu ile yüksek beğeni toplayan viral video ise hızla yayılarak AXA SİGORTA'nın youtube kanalında 15 gün gibi kısa bir sürede 330 bin gibi yüksek bir izlenme oranı yakalamayı başardı.

AXA SİGORTA, hemen her gün herkesin hayatına bir şekilde etki eden sürücü davranışlarına dikkat çektiği için birçok kişiden twitter, bloglar ve telefon aracılığı ile övgüler aldı. AXA SİGORTA kampanyaya ilgi gösterenlere teşekkür etmeyi unutmadı ve AXA SİGORTA'nın iyi sürücüleri ödüllendirdiği fikrini pekiştirmek için mikro sitesinden form doldurup en yaratıcı tweeti atan 15 kişiye navigasyon cihazı hediye etti. Ayrıca viral video içerisinde görüntülenen iyi sürücüler de aynı şekilde ödüllendirildi.

AXA SİGORTA'nın ofisleri yeşil oluyor

AXA SİGORTA sorumlu şirket anlayışı ışığında yol almaya devam ediyor. WWF-Türkiye'nin (Doğal Hayatı Koruma Vakfı) Yeşil Ofis programına katılan AXA SİGORTA tüm acenteleri ve çalışanlarında çevre konusunda farkındalık yaratarak yeşil ofis sertifikası kazanmaya hazırlanıyor. Yeşil Ofis Programı WWF'in insanlığın doğal kaynaklar üzerindeki baskısını, "Ekolojik Ayak İzi"ni azaltmayı amaçlıyor. Karbon emisyonu başta olmak üzere enerji tasarrufu, yenilenebilir kaynaklar, doğal kaynakların bilinçli kullanımı ve yaşam tarzının değiştirilmesi konularında farkındalık yaratmayı hedefleyen program, bireylerin her türlü seçimlerinde çevreye olacak etkisini de göz önünde bulundurmasını sağlayarak doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımına bireysel katkıda bulunulmasını sağlıyor. AXA SİGORTA da başlattığı bu proje ile belirlediği temel alanlarda iyileştirme sağlanmasını, acente ve çalışanlarda farkındalık yaratarak doğal kaynakların korunmasına katkıda bulunmayı amaçlıyor. Şirketten konuyla ilgili yapılan açıklamada, "İnsanlara hayatlarının en zor anlarında dokunan bir şirket olarak en küçüğünden en büyüğüne tüm adımlarımızda taşıdığımız sorumluluğun farkındayız. Bu güçlü sorumluluk anlayış ve hissimiz acentelerimize, müşterilerimize, çalışanlarımıza ve tüm iş ortaklarımıza karşı davranışlarımızı belirlemekle kalmıyor içinde yaşadığımız toplum ve çevreyi de kapsıyor. Çevremizi koruma konusunda da üzerimize düşenleri yapmak amacıyla dünyada 100'den fazla ülkede çalışmalar yürüten WWF ile bir işbirliği yaparak Yeşil Ofis Programına katıldık. İlk olarak 1 yıllık bir periyod için kendimize hedefler koyarak başladığımız projemizde doğal kaynaklarını hiç bitmeyecekmiş gibi tükettiğimiz dünyamıza karşı sorumluluğumuzu yerine getirmek için tüm AXA SİGORTA ailesini zamanımızın çoğunu geçirdiğimiz ofislerimizden başlayarak birlikte iklim değişikliği ile mücadeleye davet ettik. Bu mücademizde de hem çalışanlarımızın hem de acentelerimizin bizi yalnız bırakmayacağına ve hep birlikte her zaman olduğu gibi fark yaratabileceğimize yürekten inanıyoruz, çünkü biz işimizi de doğayı da çok seviyoruz" denildi.

'Türkiye İspanyol firmalar için stratejik bir önem taşıyor'



Madrid'de, İspanyol-Türk Ticaret Odası ve Deusto Business School'un ortaklaşa organize ettiği seminerde MAPFRE'nin Türkiye tecrübelerini aktaran MAPFRE GENEL SİGORTA Yönetim Kurulu Başkanı Pedro Lopez, Türkiye'nin yatırım için cazip bir ülke olduğunu söyledi.

MADRID'de İspanyol-Türk Ticaret Odası ve Deusto Business School'un ortaklaşa düzenlediği seminerde konuşan MAPFRE GENEL SİGORTA Yönetim Kurulu Başkanı Pedro Lopez; "2001 krizinin ardından Türk ekonomisi müthiş bir dinamizm kazandı, Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) Türkiye'nin Gayri Safi Yurt İçi Hasıla'sının 2011-2017 yılları arasında yüzde 6.7 oranında büyümesini beklediğini açıkladı" dedi. Lopez sözlerine; "Türkiye yaklaşık 75 milyonluk genç nüfusu, Orta Doğu ve Asya pazarlarına giriş kapısı görevi üstlenen coğrafi konumuyla İspanyol şirketler için oldukça çekici bir ülke" diyerek devam etti.

'BİR BAŞARI HİKÂYESİ'

Pedro Lopez konuşmasında MAPFRE'nin Türkiye'de yaşadıklarını "Bir başarı hikayesi" olarak adlandırırken; bölgesel büyüme, kurumsal yazılım TRONWEB'in adaptasyonu, Araç Onarım Merkezi zinciri GENEL SERVİS'in çoğunluk hisselerinin satın alınması ve Türkiye'deki etkin sosyal sorumluluk projesi çalışmaları hakkında bilgi verdi.

Seminere Pedro Lopez'in yanı sıra İspanyol -Türk Ticaret Odası Yönetim Kurulu Başkanı ile beraber Türk ve İspanyol iş hayatından pek çok önemli kişi katıldı.

MAPFRE GENEL SİGORTA ve MAPFRE Vakfı'ndan çocukların sağlıklı gelişimine destek

MAPFRE **obeziteye** savaş açtı

Günümüz gençlerinin karşı karşıya olduğu en büyük tehlikelerden biri olan obezite sorununa karşı MAPFRE Vakfı -MAPFRE GENEL SİGORTA işbirliğiyle 5-7 yaşlarındaki çocukları dengeli beslenmeye teşvik için "Kazağın mı Küçüldü?" kitap serisini Türkiye'ye uyarladı.





Dünya çapında çok büyük bir sorun olan obezite, Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2012 verilerine göre Türkiye'de 15 yaş ve üzeri bireylerin yüzde 17.2'sinde gözlemleniyor ve bu oran yeni nesillerde artmaya devam ediyor. Bu gerçekten yola çıkan MAPFRE Vakfı (FUNDACIÓN MAPFRE); 5-7 yaş aralığındaki çocuklara dengeli beslenme alışkanlığı kazandırmak için "Kazağın mı Küçüldü?" kitap serisini hazırladı. Kitap serisi, biri dengeli beslenen, diğeri obezite sorunuyla karşı karşıya olan ikiz kardeşler Can ve Cem'in hikâyelerini anlatan "Kazağın mı Küçüldü?" okuma kitabı, "Kazağın mı küçüldü?" aktivite kitabı ve öğretmen kitabından oluşuyor.

"Kazağın mı Küçüldü?" kitap serisi ile MAPFRE Vakfı ve MAPFRE GENEL SİGORTA, Türkiye'de erken yaştaki bireylerin obezite tehlikesine karşı farkındalığının yaratılması ve sonrasında da sağlıklı yaşam konusunda bilinçlendirmesi için çalışmalar yapıyor. Projenin lansmanının yapıldığı 2013 yılının ardından, vakıf 2014 yılında bu projeyi yaygınlaştırarak daha çok çocuğa ulaşmayı planlıyor.

İLK GÜN 700 ÇOCUĞA ULAŞILDI

15 Aralık 2013 tarihinde Capitol Alışveriş Merkezi'nde düzenlenen etkinlikte ilk defa proje çocuklarla paylaşıldı. Yoğun katılım olan etkinlik alanında çocukların keyifli vakit geçirmesi için pek çok aktivite yapılırken, ayrıca "Kazağın mı Küçüldü?" serisi de ücretsiz olarak paylaşıldı. Bir günlük etkinlik sırasında 700'ün üzerinde çocuğa ulaşıldı.





Projenin devam eden bölümünde MAPFRE Vakfı çeşitli yuva ve kreşlerle iletişime geçerek hedef yaş aralığındaki çocuklara ve ailelerine ulaşmayı planlıyor.

MAPFRE Vakfı tarafından başlatılan "Vivir en Salud" (Sağlıklı Yaşam) Projesi kapsamında; toplumu sağlıklı yaşam konusunda bilinçlendirmek, doğru beslenme ve fiziksel egzersizlerle bireylerin gelişimine katkı sağlamak ve yaşam kalitesini artırmak amaçlanıyor.

Vivir en Salud projesi, aileler, gençler, öğretmenler ve profesyoneller için eğitim, sağlık, yeme-içme, konaklama gibi alanlarda eğitici kaynaklar geliştirilmesini hedefliyor.

ING Emeklilik, grubun global tecrübesini Türkiye'ye taşıyor

Şirket olarak tüm sigorta ürünlerinin oluşum sürecinde, müşteri ihtiyaçlarını ön planda tuttuklarını ifade eden ING Emeklilik Finans ve Mali İşler Genel Müdür Yardımcısı Emine Sebilcioğlu, bu konuda ING'nin global tecrübesinden de yararlandıklarını belirtti.



2013 yılında devlet katkısıyla birlikte BES'e büyük katılım olduğunu belirten Sebilcioğlu, aynı gelişimin 2014 yılında yakalanmasının biraz zor olduğunu ancak uzun vadede BES'teki artış trendinin süreceğini söyledi.

ING Emeklilik Finans ve Mali İşler Genel Müdür Yardımcısı Emine Sebilcioğlu, Türkiye'de Bireysel Emeklilik Sistemi'ndeki (BES) gelişmenin tüm dünyanın takdirini topladığını söyledi. Sistemin 10 yılda 4 milyonun üzerinde katılımcı ve 25 milyar lirayı aşan fon büyüklüğüne ulaştığını hatırlatan Sebilcioğlu, "Bireysel emeklilik sektöründe kârlılık için 7-8 yılın konuşulduğu bir ortamda, yeni kurulan ve ülkemiz için bir ilk olan BES'in 10 yıl içinde çok yol katettiğini görüyoruz" dedi.

Ülkemizdeki sistemin, dünyadaki benzerlerine göre oldukça yeni olmasına rağmen, son uygulanan sistemlerden biri olması nedeniyle şeffaf ve esnek yapısıyla dikkat çektiğini ifade eden Sebilcioğlu, "Dünyada son 10 yılda yaşanan gelişmeler ve ekonomik krizlerin tetiklediği, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki sigorta ve emeklilik sistemlerinden yüksek oranda müşteri ve fon çıkışına karşılık; sektörümüzde gerçekleşen büyüme tüm dünyanın takdirini topluyor. Ayrıca ülkemize dönük yabancı sigorta şirketlerinin yatırım talebinin devam etmesi de bu başarılı trendin bir göstergesi ve sonucu" diye konuştu.

2013 yılında BES'e yapılan devlet katkısıyla birlikte katılımda büyük bir artış olduğunu dile getiren Sebilcioğlu, "BES'in 2013 yılında başlayan yükselişinin 2014 yılında da devam edeceğini söyleyebiliriz. Bu artışı yıl geneli için düşündüğümüzde, 2014 yılında sektörün 2013 yılında olduğu gibi bir artış sağlaması göreceli olarak daha zor olabilir" dedi.

'BÜYÜME TRENDİ SÜRECEK'

"Ancak, sağlam temeller üzerine kurulan ve devlet tarafından da desteklenen BES, katılımcılar tarafından sosyal güvenlik sisteminin ayrılmaz bir parçası olarak görülmeye başlandığında bu trend aynı şekilde devam edecek" diyen Sebilcioğlu şöyle devam etti: "Sistemde ING Emeklilik gibi uzun yıllardır dünyanın birçok ülkesinde emeklilik ve hayat sigortacılığında faaliyet gösteren şirketlerin Türkiye'de yer alması, yabancı sermayeli şirketlerin sisteme olan inancını gösterirken; elde edilen birikim ve deneyimin Türkiye'ye transfer edilmesi, sistemin önümüzdeki dönem büyüme trendinin devam etmesini ve katılımcıların bu gelişmelerden maksimum ölçüde yararlanmasını sağlayacak bir etken olarak karşımıza çıkacak."

Hayat sigortalarındaki irat düzenlemesinin BES'i son derece pozitif etkileyeceğini düşündüğünü belirten Sebilcioğlu, "Bankalarda bulunan iki sandıklı emeklilik sistemlerinin toplum tarafından nasıl benimsendiğini düşünürsek, doğru tanıtım ve uygulaması yapılacak irat sisteminin de hem BES'e girişi artıracağını hem de bu hakkı kazanan insanların uzun vadeli finansman kaynaklarının bir kısmını bu yöne kaydıracağını göreceğiz" diye konuştu.

Türkiye'de hayat sigortalarının durumuyla ilgili bir değerlendirme yapan Emine Sebilcioğlu, "Hayat sigortası, bir insanın sahip olabileceği en temel korunma şekillerinden birisi. Bazen talihsiz olaylar hakkında düşünmek istemeyebiliriz, ancak böyle olayların hayatın bir gerçeği olduğu yadsınamaz" dedi.

'HAYAT SİGORTASINDA FIRSATLAR ÇOK BÜYÜK'

Türkiye'nin, hayat sigortacılığı açısından henüz evriminin ilk aşamasında olduğunu ve bu durumun hayat branşında olumlu fırsatlar yarattığını vurgulayan Sebilcioğlu şunları söyledi: "Çünkü müşterilere sadece emeklilik çözümleri üretmek müşteri ihtiyaçları için yeterli olmuyor, uzun vadeli çözüm getirecek olan hayat sigortası konusunda pazardaki ihtiyaca uygun ürünler geliştirmek gerekiyor. Örneğin; Türkiye'de aileye çok değer verildiğini görüyoruz, kimse ailesini finansal açıdan zor durumda bırakmak istemiyor. Bu nedenle müşteriler, işsizlik teminatlı hayat sigortası gibi ürünlere oldukça ilgi gösteriyor.

Bugünden yarına baktığımızda Türkiye'de hayat sigortacılığında daha gelişmiş ve farklı ihtiyaçlara hizmet edebilecek ürünlerin satılması için artık uygun zeminin oluştuğuna inanıyorum ve Türkiye'deki geleceğinin umut verici olduğunu düşünüyorum."

> Sebilcioğlu: Bugünden yarına baktığımızda Türkiye'de hayat sigortacılığında daha gelişmiş ve modern dünyada insanların riskten korunma amaçlarına uygun ürünlerin satılmasına artık uygun zeminin oluştuğuna inanıyorum ve Türkiye'deki geleceğinin umut verici olduğunu düşünüyorum.

'ING'NİN GLOBAL TECRÜBESİ YANIMIZDA'

ING Emeklilik olarak tüm sigorta ürünlerinin oluşum sürecinde, müşteri ihtiyaçlarını karşılayabilmek için sürekli olarak müşterileriyle bağlantı içinde olduklarını ve piyasadaki ürünleri araştırdıklarını ifade eden Sebilcioğlu, "Ayrıca yeni bir ürün geliştirirken Türkiye ile sınırlı kalmıyor, ING'nin global tecrübesinden de yararlanıyoruz" dedi.

"Geliştirdiğimiz ürünlerde müşterilerimizin prim artışıyla ilgili kaygı yaşamamaları için elimizden geleni yapıyoruz" diyen Sebilcioğlu şöyle devam etti: "Genellikle tüm sigorta şirketlerinin müşterileri acaba sigorta şirketi yaşlılığımda ya da hastalık durumunda primlerimi 5 katına mı çıkaracak, 3 katına mı çıkaracak diye endişeleniyor. Biz ING Emeklilik olarak bu durumun önüne geçmek istedik ve İyi Yaşa Hayat Sigortası'nı bireysel emekliliği tamamlayan bir ürün olarak hayata geçirdik. 'Benden Sonra Tufan Deme!' sloganıyla piyasaya sunduğumuz ürünle; sigorta süresi 30 yıl bile olsa, sigortalının sağlık durumuyla ilgili tıbbi inceleme istemeyeceğiz ve sürpriz prim artışına gitmeyeceğiz."

Şirketin ürün yelpazesi konusunda da bilgi veren Sebilcioğlu şunları söyledi: "ING Emeklilik olarak, İyi Yaşa Hayat Sigortası'nın yanı sıra müşterilerimize Esas Koruma Sigortası, Yıllık Hayat Tehlikeli Hastalıklar Sigortası ve Kredili Hayat Sigortası da sunuyoruz. Bu ürünlerimizde sigortalılarımızın, vefat ve yüksek tedavi maliyetlerine yol açabilen tehlikeli hastalıklar sonucu oluşacak risklerini ortadan kaldırarak, müşterilerimizi ve sevdiklerini güvence altına alıyoruz. Bunun dışında, kanallarımız ve müşterilerimiz tarafından çok rağbet gören Gelir Koruma sigortamızla da işsiz kalma durumunda, sigortalılarımızın gelirlerini güvence altına alıyoruz."

'KURUMSAL KATILIM İÇİN DÜZENLEME GEREKİYOR'

BES'e kurumsal katılımların artması için yeni düzenlemeler gerektiğini ifade eden Sebilcioğlu, "Ülkemizde kurumsal katılımların artması için çalışanların ve işverenlerin ödediği gelir vergisi, işsizlik ödeneği, SGK primleri gibi kesinti ve fonlarda daha fazla düzenleme gerekmektedir. Bu takdirde, Kurumsal BES satışları artacaktır" dedi.

'BES TANITIM ÇALIŞMALARI SÜRÜYOR'

TNS Piyasa Araştırma Şirketi'nin gerçekleştirdiği "Sigorta Sektör Araştırması"na göre BES'in en çok bilinen sigorta türü olmasını da yorumlayan Sebilcioğlu, "Bu sonuçta, özellikle 2013 yılbaşından bu yana devlet ve sektör tarafından yürütülen bilgilendirme/bilinçlendirme amaçlı kampanyaların etkisinin olduğunu söyleyebiliriz. Bizim de aralarında bulunduğumuz şirketler, potansiyel katılımcıları bilgilendirici, BES sistemini tanıtıcı ve devlet katkısının avantajlarını anlatan tanıtım faaliyetleri yürütüyor" diye konuştu.

Sompo Japan Sigorta Bireysel Teknik ve Finansal Kurumlar Genel Müdür Yardımcısı Şenol Ortaç:

‘Sompo’dan teklif alın sonra pişman olmayın’

Yeni reklam filmlerinin kasko ve trafik sigortasını konu aldığını söyleyen Şenol Ortaç, “Sompo Japan Sigorta’dan mutlaka teklif alın, sonra pişman olmayın” sloganıyla doğal, hayatın içinden alınmış kesitlerin kampanyanın ana temasını oluşturduğunu dile getirdi.

2013 yılının son ayında başlayan yeni reklam kampanyaları hakkında açıklama yapan Sompo Japan Sigorta Bireysel Teknik ve Finansal Kurumlar Genel Müdür Yardımcısı Şenol Ortaç, yeni reklam filmlerinin bu yıl sigorta sektörünün ağırlık verdiği kasko ve trafik sigortasını konu aldığını söyledi. “Sompo Japan Sigorta’dan mutlaka teklif alın, sonra pişman olmayın” sloganıyla doğal, hayatın içinden alınmış kesitlerin kampanyanın ana temasını oluşturduğunu dile getiren Ortaç, her bir sigortalının gerek araç kullanım alışkanlıkları, gerek demografik özellikleri ve gerekse yıl içerisinde aracını kullandığı lokasyon ile ayrı bir primi hak ettiklerini belirtti. Sigortalıların önceki yıllardaki sigorta geçmişlerinin de çok önemli olduğunu ifade eden Ortaç, “Sompo Japan Sigorta’nın en büyük farkı, bu bahsettiğim özellikleri süzerek oluşturduğu kişiye özel fiyatlama politikasıdır. Bu uygulama sayesinde müşteriler başkalarının hatalarından dolayı yüksek prim ödemek yerine kendi hak ettikleri primi ödüyorlar” şeklinde konuştu.



‘2014 YILI YİNE PAZAR PAYIMIZI ARTIRACAĞIMIZ BİR YIL OLACAK’

Sompo Japan Sigorta olarak, kurulduğundan beri sektörden biraz daha farklı hareket ettiklerine dikkat çeken Ortaç, 2014 yılı faaliyetlerinde de yine sektörden farklı olacaklarını belirtti. Ortaç, bu farklılığı şu şekilde dile getirdi: “2013 yılı, Türk sigorta sektörü için son dönemlerin en kârlı yılı oldu. Bu kârlılığın en önemli sebebi 2013 yılının hem kasko hem de trafik sigortaları için daha yüksek fiyatlarla poliçelerin satıldığı bir yıl olmasıdır. Aslında 2013 yılında fiyatların gereğinden bir miktar daha fazla arttığını düşünüyorum. Bunun da etkisiyle 2013 yılı Sompo Japan Sigorta için de çok olumlu geçti. Hem kârlılık hem de üretim açısından hedeflerimizin üzerinde bir büyüme sağladık. 2014 yılının da özellikle büyüme alanında yine pazar payımızı artıracağımız, mevcut kârlılığımızı muhafaza edeceğimiz ve sektör ortalamasının üzerinde büyüyeceğimiz bir yıl olacağını tahmin ediyoruz.”

‘SON 9 YILDIR İSTİSNASIZ HER SENE KÂR AÇIKLADIK’

Sompo Japan Sigorta’nın genç bir şirket olmasına karşın sürekli kâr etmeyi başaran bir şirket olduğunu söyleyen Ortaç, şirketlerinin 12 yaşında olduğuna dikkat çekti ve bu 12 yılın her senesinde şirketlerinin teknik kâr açıkladığını vurguladı. Kuruluş masraflarının etkisiyle sadece ilk 3 yıl bilanço zararı açıkladıklarını belirten Ortaç, “2005 yılından bugüne kadar, 9 yıldır her sene çok yüksek özsermaye kârlılık oranları ile birlikte bilanço kârı açıkladık. Bu kârlılık oto sigortalarında da kendini gösteriyor. Örneğin kasko sigortalarında son 7 yıla baktığımızda sektör son yıl hariç sürekli zarar ederken, şirketimiz istikrarlı olarak bu üründen kâr etmiş ve istisnasız tüm yıllar, sektörün çok daha üzerinde olumlu sonuç almıştır. Ayrıca bu sonuçları ellerinde çok daha fazla poliçe adedi bulunan, mevcut portföyleri nedeniyle gerek istatistiki verilerinin çokluğu, gerek satın alma gücü ve gerekse bilinirlik avantajları bulunan, sektörün birçok köklü şirketine rağmen başarmıştır” diyerek düşüncelerini aktardı.

‘BİLGİ BİRİKİMİMİZ SOMPO’NUN GRUP ŞİRKETLERİNE AKTARILIYOR’

Bu başarılarının, oto sigortalarında çok önemli bir bilgi birikimine sahip sermayedarları Sompo Grubu tarafından da büyük beğeni ile karşılandığını söyleyen Ortaç, Türkiye’de bulunan birçok yabancı sigorta grubunun bilgi ve deneyimlerini Türkiye’deki şirketlerine uygulamaya çalıştıklarını ifade etti. Ortaç, “Bizim grubumuz tam tersine, bizlerin burada gerçekleştirdiği tarife, kârlılık takip sistemleri, farklı hasar hizmetleri ve değişik satış uygulamalarını Japonya ve dünyanın değişik ülkelerinde bulunan diğer grup şirketlerine transfer edebilmemiz için yoğun bir çaba içerisindeler” dedi.

TRAFİK SİGORTASINDA YENİ DÖNEM

2014’le birlikte trafik sigortasında yeni dönemin de başladığını ifade eden Ortaç, trafik sigortalarında tam serbest bir döneme geçildiğini dile getirdi. Ortaç, trafik sigortalarında 2008 yılının ikinci yarısından itibaren kısıtlı da olsa bir serbestlikten söz edilebileceğini aktardı. 2014 yılındaki tam serbestliğe geçişte, geçmişten gelen bir hazırlık sürecinin varlığından söz eden Ortaç, “Trafik sigortalarında yapılan değişiklikler belli bir hazırlık aşamasından geçerek geldiği için çok büyük bir etkisinin olacağını düşünmüyorum. Fiyatların çok yükseleceğini ya da çok düşeceğini tahmin etmiyorum. Gelecekte yine serbest piyasanın getirdiği rekabetler olacak. Bu rekabet, doğal olarak özellikle dikkatli ve kaza yapmayan müşterilerin lehine olacak” diyerek sözlerini tamamladı.

‘KÂRLI ŞİRKETLE ÇALIŞMANIN MUTLULUĞUNU YAŞIYORLAR’

Sürekli ve istikrarlı olarak kâr edebilmenin aslında hem müşterileri, hem acenteleri, hem çalışanları hem de sermayedarları açısından çok önemli olduğunu vurgulayan Ortaç, bu istikrarlarının fiyat politikalarına da yansıdığını dile getirdi. Ortaç ayrıca, müşterilerinin yenileme dönemlerinde sigorta şirketlerinin zarar etmesinden dolayı uyguladıkları büyük zamlarla karşılaşmadıklarını da sözlerine ekledi. Acentelerinin kâr edebilen bir şirketle çalışmanın rahatlığı ve gücüyle, daha rekabetçi fiyatlarla büyüdüklerini belirten Ortaç, aynı zamanda sektörün üzerinde komisyon gelirlerine sahip olduklarını da ifade etti. Ayrıca, gerçekleştirdikleri kampanyaları sayesinde acentelerinin ek gelir kazanma ve dünyanın birçok değişik ülkesine seyahat etme şansına sahip olduklarını belirten Ortaç, konuyla ilgili sözlerine şu şekilde devam etti: “Çalışanlarımız başarılı bir şirkette çalışmanın ve bu başarıda pay sahibi olmanın verdiği gururun yanı sıra, yine şirketin eğitim, kariyer planlama, farklı teknolojileri kullanma imkanlarıyla kendilerini sürekli geliştirme şansına sahip oluyorlar. Tabii ki tüm bunların sonunda mutlu olan diğer bir taraf ise sermayedarımız. Birçok şirketin aksine, sektörün sürekli olarak çok üzerinde kârlılık oranlarına sahip olan bir şirketin sermayedarını mutlu etmesinden daha doğal bir şey düşünülemez.”



Ortaç, Sompo Japan Sigorta’nın 2013 yılında hem kârlılık hem de üretim açısından hedeflerinin üzerinde bir büyüme sağladığını söyledi.

Türk Hava Yolları Güneş Sigorta ile uçuyor



Türk Hava Yolları'nın yeni uçakları da Güneş Sigorta tarafından sigortalandı. 2012 yılından bu yana Türk Hava Yolları'nın güvencesi olan Güneş Sigorta, 2014'te filoya katılacak 40 uçağı da yenilenen poliçe ile teminat altına aldı.

TÜRK Hava Yolları'nın filosu, yolcuları, taşıdığı bagaj ve kargo yükü ile çalışanlarını 2012 yılında imzalanan 4 yıllık sözleşme kapsamında güvencesi altına alan Güneş Sigorta, 2014 poliçesini yeniledi. Güneş Sigorta, Türk Hava Yolları'nın geçtiğimiz yıl filosuna eklediği 28 uçağın ardından, 2014'te filoya katılacak 40 uçağa da yenilenen poliçe ile güvence sunacak.

Türk Hava Yolları ile işbirliklerini 2012 yılından bu yana geliştirerek sürdürdüklerini belirten Güneş Sigorta Genel Müdürü Serhat Süreyya Çetin, "Havacılık sektörünün oldukça farklı riskleri ve ihtiyaçları olabiliyor. Bu nedenle her branşta olduğu gibi bu alanda da uzman kadromuzla sigortalılarımızın yanında yer alıyoruz. Yalnızca sigortalılarımızı değil, onların müşterilerini de güvende hissettirmek için çalışıyoruz. THY de dünyanın en büyük uçak filolarından birine sahip, son derece saygın bir kurum. Güneş Sigorta olarak filosundan yolcuları ve çalışanlarına kadar her noktada güvenceleri olmaktan büyük mutluluk duyuyoruz" dedi.

TÜRK HAVA YOLLARI HER AÇIDAN TEMİNAT ALTINDA

Güneş Sigorta, uçak gövde sigortası, gövde harp sigortası, sorumluluk sigortası (yolcu, bagaj, kargo, üçüncü şahıs) savaş sorumluluk sigortası, işveren sorumluluk sigortası ve havacılık dışı sorumluluk sigortası ile Türk Hava Yolları'nı her açıdan güvence altına alıyor. Uçak gövde sigortası ile uçaklarda oluşabilecek hasarların karşılanması ve herhangi bir arıza anında uçağın yedek parçalarının temin edilmesi güvence altına alınırken, sorumluluk sigortası ile Türk Hava Yolları'nın faaliyetlerinden kaynaklanan, postada, bagajda ve kargoda meydana gelecek hasarlara karşı teminat sunuluyor. Aynı sigorta kapsamında yolcu ve üçüncü şahısların maddi ve bedeni yaralanmalarına karşı teminat veriliyor.


Serhat Süreyya Çetin

İşveren sorumluluk sigortası ile yurtiçi ve yurtdışında faaliyet gösteren Türk Hava Yolları çalışanları, iş kazalarına karşı Güneş Sigorta güvencesi altında bulunuyor. Bununla birlikte, havacılık dışı sorumluluk sigortasıyla Türk Hava Yolları'nın havacılık dışındaki faaliyetleri sırasında üçüncü şahıslarda meydana gelebilecek hasarlar da teminat altına alınıyor. Güneş Sigorta, anlaşma süresi boyunca Türkiye ve uçuş yapılan tüm ülkelerin sivil havacılığı tarafından talep edilen tüm uçuş sertifikalarının düzenlenmesi sorumluluğunu da üstleniyor.



Aegon Türkiye geleneksel acente toplantısı İstanbul'da yapıldı

The Marmara Taksim Oteli'nde acenteleriyle geleneksel buluşmasını gerçekleştiren Aegon, acentelerin 2013 yılı üretim performanslarını değerlendirdi. Toplantıda Aegon Emeklilik ve Hayat yöneticileri tarafından en başarılı acenteye ödül verildi.





AEGON Emeklilik ve Hayat'ın Türkiye genelindeki acenteleri 3 ocak tarihinde The Marmara Taksim Oteli'nde bir araya geldi. 125 katılımcı ile gerçekleştirilen toplantıda Türkiye'deki genel ekonomik durum, sektörün durumu ve Aegon'un 2013 yılı üretim performansları değerlendirildi. Aegon acentelerinin 2013 yılında gerçekleşen hedefleri doğrultusunda en başarılı acenteye Aegon Türkiye Genel Müdürü Uğur Tozşekerli tarafından plaketi verildi.

Ayrıca 2014 yılı yeni ödül sisteminin değerlendirildiği toplantı sırasında 'keypad' uygulaması ile acentelerin görüşleri alındı. Toplantının soru cevap kısmında ise acentelerin tüm sorularına ayrıntılı bir şekilde yanıt verildi. Etkinliği değerlendiren Uğur Tozşekerli, acente kanalını Aegon Emeklilik ve Hayat olarak çok önemsediklerini belirterek yapılan toplantının son derece faydalı geçtiğini söyledi.

Toplantının ardından akşam otelin balo salonunda yapılan gala yemeği ile Aegon Türkiye acenteleri yoğun iş temposundan kurtulup beraber eğlenme fırsatı buldu.



Aegon 2013 yılı hayat sigortası üretim birincisi Özgün Sigorta.



SİGORTA CİNİ
KAFA KARIŞTIRMAYAN SİGORTA

5'inci mağazasını açtı

İlk mağazasını 19 Eylül'de açan ve ulusal lansmanını 8 Ekim 2013'te yaparak sigorta hizmetini tüketicinin ayağına götüren Sigorta Cini, 5'inci mağazasını Bağdat Caddesi'nde Şaşkınbakkal'da açtı. Sigorta Cini Genel Müdürü Pieter-Bas Vos, sigorta dağıtımındaki bakış açısını tamamen değiştirdikleri devrimsel bir konsept geliştirdiklerini söyledi.

KISA bir süre önce Türk sigorta sektörüne yeni bir dağıtım kanalı giriş yaptı. ING Grubu, müşterilerin tüm sigorta ihtiyaçlarını karşılamak için tüm elementer sigorta ürünlerinin yanı sıra, hem hayat sigortası ürünleri, hem de emeklilik ürünlerini bir tek noktada sunma fikrini geliştirdi. Daha kolay, daha hızlı ve daha keyifli bir sigorta alma fikriyle hayata geçirilen Sigorta Cini, alışveriş merkezleri ve alışveriş mağazalarının bulunduğu caddelerde açılıyor. İlk mağazasını 19 Eylül'de açan ve ulusal lansmanını 8 Ekim 2013'te yaparak sigorta hizmetini tüketicinin ayağına götüren Sigorta Cini, 5'inci mağazasını Bağdat Caddesi'nde Şaşkınbakkal'da açtı. Diğer Sigorta Cini mağazaları Ankara KentPark AVM, İstanbul Metrocity AVM, Marmara Forum AVM ile Göztepe'de Tütüncü Mehmet Efendi Caddesi'nde bulunuyor.



'YEDİ SİGORTA ŞİRKETİYLE İŞBİRLİĞİMİZ VAR'

Müşterilerin ne aldıklarını daima bilmek istediklerini vurgulayan Sigorta Cini Genel Müdürü Pieter-Bas Vos, bu nedenle Sigorta Cini mağazalarında, müşteriyi dinleyen, sigorta ihtiyaçlarını anlayan ve müşterilerin akıllıca karar vermesine yardımcı olan sigorta uzmanları olduğunu belirtti. "Bunu yapabilmek için, sigorta dağıtımı konusundaki bakış açısını tamamen değiştirmek gerekiyor" diyen Vos, şimdiye dek 2000 müşteriye ulaştıklarına da dikkat çekti. 2014 yılı sonuna kadar farklı şehirlerde de mağazalar açma hedeflerinin olduğunu söyleyen Vos, amaçlarının 5 yıl içinde Türkiye'nin her yanında yüzlerce mağazaya ulaşmak olduğunu da dile getirdi. Dağıtım işinde devrimsel bir konsept geliştirdiklerini belirten Vos, "Şu anda 7 büyük sigorta şirketiyle işbirliğimiz var. Bu şirketlerin alanlarında en iyi şirketler olduğuna inanıyoruz. Sigorta Cini kendini, finansal hizmet veren bir şirket ya da bir sigorta şirketi olarak değil, perakende sigorta satış şirketi olarak tanımlıyor. Tüm perakende mağazalarda olduğu gibi ürünün özellikleri, kapsamı ve fiyatıyla ilgili bilgiler veriyor. Kendisini bu şekilde tanımlayan ve sigorta tüketicisinin yüz yüze ulaşabildiği böyle bir organizasyonun tüketici ihtiyaçlarını çok daha iyi anlaması gerekiyor" şeklinde konuştu.

'PAZARI BÜYÜTMEYE ÇALIŞIYORUZ'

Farklı bir konsept yaratarak Türkiye'deki sigorta pazarının büyümesine katkı sağlamak istediklerini söyleyen Pieter-Bas Vos, bu pazarda Sigorta Cini'nin hem müşterilere ve acentelere hem de sigorta şirketlerine fayda sağlayacak bir dağıtım zinciri olduğunu ifade etti. Sigorta sektöründe kesinlikle acentelere rakip bir oluşum olmadıklarını vurgulayan Vos, acentelerle birlikte çalışmak istediklerini de söyledi. Acentelerin isterlerse, çok uluslu bir şirketin kurduğu ve ülke çapında çalışan ilk sigorta dağıtım zincirine katılabileceklerini özellikle ifade eden Pieter-Bas Vos, konuyla ilgili sözlerini şu şekilde devam ettirdi: "Sigorta Cini, operasyon desteğini, müşteriler için önde gelen sigorta şirketlerinin tüm ürünlerini, yüksek kaliteli eğitim imkanını ve hepsinden önemlisi yoğun bir trafiği olan çekici bir mağazayı sunarak, hırslı acentelerin portföylerini geliştirmelerine ve daha yüksek gelirler kazanmalarına yardımcı olacak. Bu tür acentelerin bu konseptin bir parçası olmasının iki tarafın da yararına olacağına inanıyorum ve bize katılan acenteler de buna inanıyor."



Genel Müdür Pieter-Bas Vos, Sigorta Cini'nin kesinlikle acentelere rakip olmadığını ve acentelerle birlikte çalışmak istediklerini söyledi.

http://www.sigortacini.com.tr





Marmara Forum



Göztepe



Metrocity



Kentpark



Şaşkınbakkal

'KÖPRÜ GÖREVİNDEYİZ'

Sigorta Cini ile şirketlerin sigorta konusunda farkındalık yaratmasına yardımcı olduklarını söyleyen Vos, tüketiciye tüm ürünlerin anlatılması için bir köprü kurduklarını da sözlerine ekledi. Pieter-Bas Vos, "Sigorta Cini, tüm sigorta ürün kategorilerinin yayılımını geliştirmeye ve müşteriyle daha kolay buluşmasına yardımcı oluyor. Bu da şirketlerin işlerini büyütmesini, yeni ve daha gelişmiş ürünler tasarlamasını ve daha dengeli bir portföye sahip olmasını sağlıyor. Bir perakende satış uzmanı olarak, ürünlerinin nihai kullanıcıya ulaşmasını sağlayan alternatif bir kanal olma yolunda hızla ilerliyoruz. Böylece sigorta sektörünün derinleşmesine katkıda bulunarak, pazardaki tüm oyuncular için toplam pazar hacminin büyümesine yardımcı olmak istiyoruz" diyerek sözlerini tamamladı.

Genel Müdür Süleyman Sağıroğlu: Yüksek performanslı bir yılı geride bıraktık

AIG Sigorta'nın altın yılı

2013 yılının son 6 ayını yüzde 70'e yaklaşan rekor bir büyüme oranı ile geride bıraktıklarını belirten AIG Sigorta Genel Müdürü Süleyman Sağıroğlu, Türkiye'de tüm kanallarda ve ürün gruplarında istikrarlı bir şekilde büyümeye devam edeceklerini söyledi.

2013 yılında sigorta sektörünün dikkat çeken firmalarından biri haline gelen AIG, 2013 yılını yüzde 30'a varan büyüme oranı ile tamamladı. Konu ile ilgili görüşlerini aldığımız AIG Sigorta Genel Müdürü Süleyman Sağıroğlu, "2013 yılı AIG'nin Türkiye'deki altın yıllarından biri oldu. Başta HSBC ile gerçekleştirdiğimiz stratejik işbirliği sayesinde 2013 yılının son 6 ayını, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 70'e yaklaşan rekor bir büyüme oranı ile geride bıraktık. AIG'nin tüm dünyada stratejik büyüme ülkelerinden biri olarak belirlediği Türkiye'de AIG, tüm kanallarda ve ürün gruplarında istikrarlı bir şekilde büyümeye devam edecek" dedi.

AIG markasına dönüşle birlikte Türkiye'de atılıma geçen AIG, eylül ayında bankasürans kanalında HSBC ile gerçekleştirdiği ve 10 yıl boyunca geçerli olacak stratejik işbirliği anlaşması ile dikkatleri üzerine çekmişti. HSBC bankasürans kanalında bireysel emeklilik ve hayat sigortası dışındaki elementer sigorta ürünlerinin münhasır tedarikçisi konumuna gelen AIG Sigorta, özellikle tüketici sigortaları alanında önemli oranda büyüme kaydetti.

'HEDEF TÜM KANALLARDA BÜYÜME'

Sadece bankasürans kanalında değil tüm kanallarda büyümeyi hedeflediklerini dile getiren AIG Sigorta Genel Müdürü Süleyman Sağıroğlu, konuyla ilgili şu değerlendirmeyi yaptı: "Türkiye gibi gelişime açık bir ülkede sigorta konusunda toplumu bilinçlendirmek, sigorta ürünlerinin faydaları hakkında olduğu kadar sigortalılarımızı ürünü doğru kullanma konusunda eğitmek tüm sektöre düşen bir görevdir. AIG Sigorta olarak farklı müşteri ihtiyaçlarına yönelik hazırlanmış ürünlerimizi farklı kanallardan ulaştırmak ve pastayı büyütmek hedefiyle çalışmalarımıza devam ediyoruz. Her zaman olduğu gibi acentelerimiz, brokerlerimiz ve bankasürans kanalı dışında ekim ayında devreye aldığımız e-ticaret sitesi ile de müşterilerimize son teknolojiyi kullanarak kaliteli bir satın alma deneyimi yaşatmayı hedefliyoruz."

AIG Türkiye'nin hedeflenen segmentlerde tercih edilen sigorta şirketi olma vizyonunu hatırlatan Sağıroğlu, "Biliyorsunuz 2013 yılında acente ve brokerlerimizin etkin yönetimi ile doğru iş ortağı olabilmek için dağıtım kanallarında yeniden yapılanmaya gittik. Acentelerimiz, ulusal brokerlerimiz ve global brokerlerimiz, sektörde tecrübeli, dinamik farklı ekiplerimiz tarafından yönetiliyor" dedi.

'DİJİTALLEŞME ŞART'

AIG Sigorta'nın e-ticaret kanalında da büyüyeceğini belirten Genel Müdür Süleyman Sağıroğlu, "Günümüzde satın alma ve tüketim davranışlarını izleyerek trendlere uygun çözümler üretiyor olmamız şart. Türkiye gibi dijitalleşme konusunda dünyanın en hızlı gelişen ülkelerinden birinde, özellikle e-ticaret pazarının gösterdiği gelişime kayıtsız kalamazdık. Ekim ayında devreye aldığımız e-ticaret sitesini hem dijital tanıtım kampanyaları ile hem de sosyal medyada yoğun biçimde destekliyoruz" diye konuştu.

'EN İYİ SİGORTA ŞİRKETİ OLMAK GURUR VERİCİ'

"Global Finance tarafından 2013 yılı Dünyanın En İyi Sigorta Şirketi seçilen AIG, özellikle ticari sigortalar alanında; ticari yangın, çevre sorumluluk, yönetici sorumluluk, çalışan sorumluluk ve veri güvenliği sigortaları branşlarında bu ödüle layık görülerek bu alanda uzmanlığını bir kere daha tescilledi" diyen Sağıroğlu şöyle devam etti: "2014 yılında Yönetici Sorumluluk Sigortaları dışında yeni kurduğumuz Çevre Kirliliği Sigortaları ile ilgili çalışmalarımıza hızla devam ediyor olacağız. Biliyorsunuz AIG, çokuluslu iş yapan müşterilerimizin sigorta ihtiyaçlarını tek kalemde çözebilecekleri "Multinational" ve siber risklere karşı müşterilerimizin uğrayabilecekleri kayıpları teminat altına alan "Cyberedge" gibi pazarda çok özel ürünler ile farklılaşan bir sigorta şirketi. Ticari sigortalar alanında brokerlerimiz ve acentelerimiz vasıtasıyla yüksek kar marjı olan ürünlerimizde büyüme iddiamızı sürdürüyoruz."

Bireysel sigortalar konusuna da değinen Sağıroğlu, "2014 senesinde AIG olarak kaskoda aktüeryal çalışmalarımızın ışığında hedeflediğimiz müşteri segmentlerinde rekabetçi olacağız. Günümüzde servis hızın önemini düşündüğümüzde, kasko gibi kitle üretimi olan tüm branşlarda sistem altyapımızı günümüz koşullarına uygun hale getirerek hedeflediğimiz tüm dağıtım kanallarında kolay ulaşılabilir hale geleceğiz" dedi.

> Sağıroğlu, "Türkiye gibi gelişime açık bir ülkede sigorta konusunda toplumu bilinçlendirmek, sigorta ürünlerinin faydaları hakkında olduğu kadar sigortalıları ürünü doğru kullanma konusunda eğitmek tüm sektöre düşen bir görevdir" dedi.

'2014'TE ÇEVRE KİRLİLİĞİ SİGORTASI ÖNE ÇIKACAK'

AIG Sigorta bünyesinde kısa süre önce kurulan Çevre Kirliliği Sigortaları departmanı hakkında da bilgi veren AIG Sigorta Genel Müdürü Süleyman Sağıroğlu, "Türkiye'de 2006 yılından itibaren Çevre Kirliliği Sigortası ile iş ortaklarının ihtiyaçlarını karşılayan AIG Sigorta, 2014 yılı itibarıyla ticari sigortalar bünyesinde Çevre Kirliliği Sigortaları departmanını kurarak bu alanda büyümeyi ve daha



çok iş ortağına ulaşmayı hedefliyor. Çevre Kirliliği Sigortası, sigortalı mülk içinde, üzerinde veya altında ani ve kazaen veya tedrici olarak başlayan kirlenmenin gerek sigortalı mülk içerisinde gerekse sigortalı mülk dışarısında sebep olduğu temizleme masrafı ile birlikte bu hasarlardan dolayı 3. şahıslara gelebilecek maddi ve bedeni hasarları kapsıyor.

Ayrıca, yüklenicilerin, taşeronların ve servis sağlayıcılarının faaliyetleri sırasında oluşabilecek çevre kirliliği risklerine karşı da teminat sağlayan ayrı bir Çevre Kirliliği Sigortamız da bulunuyor" diye konuştu.

'HASARDAKİ MÜKEMMELLİK EN ÖNEMLİ AVANTAJIMIZ'

Günümüz iş dünyasında "Müşteri İlişkileri"nin kuruluşların en önemli rekabet araçlarından biri haline geldiğini vurgulayan AIG Sigorta Genel Müdürü Süleyman Sağıroğlu şunları söyledi: "Bunu sağlayabilmek için, pazardaki eğilimleri, gelişmeleri iyi tanımak ve iletişim odaklı düşünmek gerekiyor. Bunun için sadece üst yönetimin değil, şirketin her kademesinin bu düşünceye sahip olması gerekir. Sektörün deneyimli ismi Genel Müdür Yardımcımız Sema Bulutlu'nun liderliğinde, AIG Hasar Servisi olarak iddiamız, sadece işimizi en iyi şekilde yapmak değil, bunu aynı zamanda en etkili, müşterilerimizin ihtiyaçlarına en hızlı cevap verebilecek düzeyde, özenli ve güleryüzlü bir hizmet anlayışı ile sunmak."

Sağıroğlu, "Her gün çok sayıda müşterimizden hasar servisinden aldıkları hizmetten duydukları memnuniyeti belirttikleri teşekkür mektuplarını alıyoruz. Böyle bir ekip ile çalışmaktan gurur duyuyorum" dedi.

AIG AKADEMİ ÇALIŞANLARA DA AÇILIYOR

2012 yılında oluşturdukları AIG Akademi'nin çalışmalarını değerlendiren Süleyman Sağıroğlu, "2012 yılında devreye aldığımız, İstanbul Bilgi Üniversitesi işbirliği ile birlikte gerçekleştirdiğimiz AIG Akademi, acenteler ve broker kanadında yoğun ilgi ile karşılandı. 2014 yılında AIG Akademi projesini çalışanlarımıza da yaymaya karar verdik. Çalışanlarımız en önemli kaynağımız ve AIG'nin kazandığı başarıda çalışanlarımızın payı, son derece büyük. Bu projeyi çalışanlarımıza yayarak onların kişisel gelişimlerine de katkıda bulunmuş olacağız" dedi.

Öğrenciler artık yurtdışında daha güvende

Groupama'dan 'SMART' Seyahat Sağlık Sigortası

Groupama Sigorta, Yurtdışı Klasik ve VIP Seyahat Sağlık ürünlerine bir yenisini daha ekledi. Groupama'nın özellikle öğrencilere yönelik hazırladığı 'SMART' Seyahat Sağlık Sigortası, desteğini yurtdışında da hissettirecek.

GROUPAMA Sigorta'nın, Europ Assistance Türkiye (EAT) işbirliği ile sunduğu "SMART" Seyahat Sağlık Sigortası, sağlanan uluslararası asistans hizmetiyle, tıbbi tedavi giderlerini 30 bin euroya kadar teminat altına alıyor. Öğrencilerin yurtdışında bulunduğu süre boyunca aniden hastalanması veya yaralanması durumunda, ayakta tedavi, yatarak tedavi (acil diş tedavisi, röntgen, MR, fizyoterapi), ameliyat masrafları ve ambulans gönderimi gibi acil durumlarda Groupama "SMART" Seyahat Sağlık Sigortası devreye giriyor ve tüm masraflar bu sigorta dahilinde karşılanıyor. Groupama Sigorta, Yurtdışı Klasik ve VIP Seyahat Sağlık ürünlerine bir yenisini daha ekledi. "SMART" Seyahat Sağlık Sigortası, özellikle dil okulu, kurs, üniversite veya değişim programları ile yurtdışına eğitim amaçlı seyahat eden, seyahat süresi minimum 6 ay (180 gün) ile 1 yıllık (365 gün) olup bu süre boyunca kapsamlı bir sigortaya sahip olacak öğrenci kitlesine hitap ediyor.

"SMART" Seyahat Sağlık Sigortası, sağladığı 7/24 asistans hizmetinin yanı sıra ülkeye dönüş (birinci derece akraba vefatı durumu), kayıp bagajın bulunup ulaştırılması, tıbbi gereklilik nedeni ile konaklama süresinin uzatılması, gerekli ilaçların sevki, overbooking nedeniyle uçağın gecikmesi, nakit avans ihtiyacı ve kapkaç gibi olumsuz durumlarda da sözleşme limitleri dahilinde öğrencilere destek olacak.

Seyahat süresi boyunca öğrenciler, ailelerinden kilometrelerce uzak olsalar bile uluslararası bir destek alarak eğitimlerini güvenli bir şekilde tamamlayabiliyorlar.

Groupama'dan IFEA'ya destek

Groupama, Türkiye'de bulunan Fransız Anadolu Araştırma Enstitüsü IFEA'ya yaptığı bağışla, burada bulunan tarihi kitapları ve haritaları korumaya aldı. Konuyla ilgili düşüncelerini aktaran Groupama Genel Müdürü Ramazan Ülger, "İstanbul'da çok eski bir binada faaliyet gösteren IFEA'nın kütüphanesindeki kitaplar ve tarihi haritalar korunaksız bir ortamda saklanıyor. Groupama olarak, bugüne kadar sanata, film restorasyonu projemizle destek oluyoruz. IFEA'ya verdiğimiz bu destek ile de eski Osmanlı haritaları ve kitaplarını koruma altına alarak kültürümüzü ve tarihimizi koruma misyonumuzun altını bir kez daha çizmiş oluyoruz" dedi.

Anadolu topraklarında insan bilimleri, sosyal bilimler ve antik dönem bilimleri alanındaki araştırmaları koordine eden Fransız Anadolu Araştırma Enstitüsü (IFEA) İstanbul'un Cihangir semtinde, Fransız Sarayı'nın yanında bulunuyor. Herkese açık kütüphanesi, haritalama birimi, dökümantasyon merkezlerinin yanı sıra, bilimsel etkinlikleriyle de halka hizmet veren IFEA'daki paha biçilmez kitap ve haritaların korunmasına Groupama destek oluyor.


Ramazan Ülger



Genel Müdür Levent Şişmanoğlu sektördeki gelişmeleri değerlendirdi ve yeni yıl beklentilerini açıkladı:

Ray Sigorta 2014 yılında da istikrarlı biçimde büyüyecek

Sigorta sektörünün 2013'te hem prim büyümesi hem de kârlılık açısından başarılı bir yılı geride bıraktığını belirten Ray Sigorta Genel Müdürü Levent Şişmanoğlu, şirket olarak 2014 yılında da acente ve brokerleriyle birlikte istikrarlı büyümeyi sürdüreceklerini söyledi.

RAY Sigorta Genel Müdürü Levent Şişmanoğlu, 2013 yılında sektörde yaşanan gelişmeleri ve 2014 yılı beklentilerini Sigortacı'ya açıkladı.

2013 yılı sigorta sektörü açısından nasıl geçti, kısaca değerlendirir misiniz? Sizce 2014 yılında sektörü ne bekliyor?

2013 yılının sigorta sektörü açısından iyi sonuçların alındığı başarılı bir yıl olduğu söylenebilir. Hem prim büyümesi hem de kârlılık anlamında oldukça önemli adımların atıldığı bir yılı geride bıraktık. Sektör olarak, enflasyon artı reel büyümenin üzerinde büyüyerek, geçtiğimiz yıllara oranla teknik sonuçların oldukça iyi seyrettiği bir yılı kapattık. Bu iyileşmede esas belirleyici etken motor branşındaki sonuçların iyileşmesi oldu.

Henüz sektörün yıl sonu sonuçları açıklanmamış olmasına rağmen, 2013 yılında birçok sigorta şirketi; genel giderlerini teknik kârlılığı ile karşılayacaktır.

Hasar tarafında ise geçen dönemlere göre önemli düzelmeler yaşadık, kaza tespit tutanağı uygulamasından itibaren olağanüstü seviyede artmaya başlayan hasar adetleri, 2013 yılında tüketicinin de yavaş yavaş bilinçlenmesiyle azaldı, tabii bu durum da sonuçlara pozitif etki etti.

'2014 DAHA ZOR BİR YIL OLACAK'

2014 yılında ise sektör büyümesinin en iyi sonuçlarla, reel ekonomik büyüme artı enflasyon seviyesinde olacağını düşünüyorum. Fiyat artışı konusunda ise sektör, 2014 yılında geçtiğimiz yıla oranla daha muhafazakar davranış sergileyecektir. 2014'ün 2013'e oranla daha zor bir yıl olacağını düşünüyorum, sigorta sektörünün tabii ki ülkenin ikliminden farklılık göstermesi beklenemez. Dolayısıyla sektörün nominal büyümesi yüzde 11-12 oranında olacaktır.

2013 yılı Ray Sigorta açısından nasıl geçti, 2014 yılı hedef ve beklentileriniz neler?

2013, sektör gibi bizim de hem prim hem de kârlılık olarak hedeflerimize ulaştığımız, başarılı bir yıl oldu. Genel olarak tüm branşlarda 2013 yılında sektör büyümesi oranında büyümeyi tercih ettik. Sadece trafik, kasko ve yangında sektör ortalamasının biraz altında büyüdük. Motor dışı branşlarda ise sektör ortalamasında ve biraz daha fazla büyüdük. Yangın branşında sektör ortalamasından az büyümemizde risk kabul şartlarımızda bazı önlemler almamızın etkisi oldu. Portföyümüz içinde bazı yüksek riskleri daha ağır koşullarla yeniledik. Bizim için sigortalanamayacak risk yoktur, genel prensibimiz her riskin bir fiyatının olduğu ve bu sigortalamanın bu fiyat üzerinden yapılmasıdır.

'SİGORTALILARA EN İYİ HİZMET VEREN ŞİRKETLERDENİZ'

Ray Sigorta olarak, 2014 yılında da ana stratejimiz çerçevesinde istikrarlı büyümemizi sürdürecek, sigorta sektöründe hem dağıtım kanallarının hem de sigortalılarının en iyi hizmeti aldığı şirket olmaya devam edeceğiz. Prim büyümesi olarak da sektör seviyelerinde büyümeye devam edeceğiz. Ray Sigorta olarak büyüme iştahımızı kontrol ederek faaliyetlerimizi sürdürüyoruz.



Dağıtım kanallarının sektördeki rolü her yıl bazı farklılıklar gösteriyor. 2014 yılında sektörün dağıtım kanalları profilinde ne tür değişimler bekliyorsunuz?

2014 yılında dağıtım kanalı bazında radikal bir değişikliğin ne sektör için ne de bizim için geçerli olacağını düşünmüyorum. Sigorta ülkemizde ağırlıklı olarak acente kanalıyla satışı gerçekleşen bir üründür. Bu durum 2014 yılında devamlılığını sürdürecektir. Ray Sigorta özelinde ise, 2013 yılında üretimimizin çok büyük bir kısmını acente ve broker kanalından gerçekleştirdik, 2014 yılında da bu oran düzeyinde acente ve broker kanalından üretim yazmaya devam edeceğiz.



Ray Sigorta 'Hızlı Onarım'la fark yaratıyor

Ray Sigorta, 2008 yılında uygulamaya başladığı Hızlı Onarım Merkezlerinde, hasar durumunda sigortalılarına profesyonel onarım, bakım hizmeti vermeye ve hizmet ağını genişletmeye devam ediyor.

21 ilde Ray Sigortalılara ayrıcalıklı hizmet veren ekip ve donanımın yanında TSE Kalite Yeterlilik Belgesine sahip olan 31 servisten oluşan Hızlı Onarım Merkezleri (HOM) ağı, hasar durumunda sigortalılara pek çok avantaj sağlıyor:

• Ray Hızlı Onarım Merkezi; hasar durumunda sigortalının aracını şehir merkezi sınırları içinde istenilen yerden teslim alıyor ve onarımını yaptıktan sonra sigortalıya istenilen yerde teslim ediyor.

• 3 bin liraya kadar olan kasko hasarlarında eksper atanmıyor ve sigortalının aracı en fazla 3 iş günü içerisinde onarılarak teslim ediliyor.

• 3 bin liraya kadar olan kasko hasarlarında onarım süresinin 48 saati aşması durumunda ikame araç hizmeti Hızlı Onarım Merkezi tarafından sağlanıyor.

• Poliçe süresi içerisinde bir kez olmak şartıyla Ray Hızlı Onarım Merkezi'nde aracının onarımı yapılan ve başka hasar almayan sigortalının hasarsızlık indirimi bozulmuyor.

• Onarımı yapılan araçlarda mutlaka orijinal yedek parça kullanılıyor.

• Onarım sırasında değiştirilen parça ve yapılan işçilik için 1 yıl süreyle garanti veriliyor.

“Gerçek hasarın tam ve zamanında ödenmesi hizmetin önemli bir parçasıdır” diyen Bülent Somuncu:

Hasar hizmetimizle müşteri memnuniyetini artırıyoruz

Halk Sigorta olarak hasar hizmeti konusunda sektör ortalamasının üzerine çıkmayı hedeflediklerini belirten Halk Sigorta Genel Müdürü Bülent Somuncu, eksiksiz ve hızlı bir hasar servisi verdiklerini söyledi.

HALK Sigorta olarak, gerçek hasarın tam ve zamanında ödenmesini sigorta hizmetinin bir parçası olarak gördüklerini söyleyen Halk Sigorta Genel Müdürü Bülent Somuncu, hasar yönetim ve denetimindeki temel prensiplerinin, hak edenin hak ettiği tazminatı son kuruşuna kadar tam olarak alması olduğunu belirtti. Somuncu konuyla ilgili şunları söyledi: “Şirketimiz hasarın gerçek ve tam olarak saptanması için önemli çalışmalar yapmaktadır. Hasarın eksiksiz giderilmesi için portföyümüzün yaklaşık yarısını oluşturan oto sigortalarında parça tedarik ve anlaşmalı tamir sistemlerine çok önem vermekteyiz. Bununla birlikte sahtekarlık ve dolandırıcılık ile ilgili bilgilerin kişisel hak ve özgürlüklere dokunulmadan paylaşılabilmesi için gerekli hukuki altyapı ve çerçeve hazır olmasa bile, şirketler, kara listelerin oluşturulması, haksız kazanç ve sebepsiz zenginleşmenin önlenmesi için müştereken çalışmaktadır.”

Hasar Kontrol Merkezi’nde Halk Sigorta olarak sektörün diğer şirketleri ile birlikte suistimal, suistimal şüphesi gibi çok sayıda hasar yaptığı tespit edilmiş, servis, kişi, müşteri, riziko gibi bilgileri pratik olarak sorgulamaya aracılık eden, ayrıca yeni tespiti yapılan bilgilerin de eklenebileceği, denetlenebileceği bir mekanizma oluşturduklarını ifade eden Bülent Somuncu, sistemin, hasarı ihbar aşamasından dosya inceleme aşamasına kadar izleyip, tespit, karar verme ve kanaat oluşturmalarına yarayacak her tür belge, bilgi ve kaydı barındırdığını ifade etti. Somuncu sözlerini şu şekilde tamamladı: “Şirketimizi, hasar hizmeti konusunda da sektör ortalamasının üzerine çıkarmak niyeti, kararlılığı ve bilincindeyiz. Şirketimiz, sigortalı memnuniyetini artıran, çağdaş, eksiksiz ve hızlı bir hasar servisi verirken maliyet ve gider yönetimimizi en optimum seviyede tutarak sermayedarlarımızı da mutlu etmenin gayreti içindeyiz.”



"Sigortalı memnuniyetini artıran, çağdaş, eksiksiz ve hızlı bir hasar servisi verirken maliyet ve gider yönetimimizi en optimum seviyede tutarak sermayedarlarımızı da mutlu etmenin gayreti içindeyiz."



"Acente, bizim ciddi şekilde ortak olarak gördüğümüz bir yapı" diyen HDI Sigorta Genel Müdürü Ceyhan Hancıoğlu:

Acente kanalımızda daha etkili bir yönetim gerçekleştireceğiz

Üretimlerinin yüzde 63'ünü acente kanalından yaptıklarını ve bir acente şirketi olduklarını söyleyen HDI Sigorta Genel Müdürü Ceyhan Hancıoğlu, acentelerini konut sigortaları, KOBİ sigortaları ve ferdi kaza gibi oto dışı branşlara da yönlendireceklerini söyledi.



HDI Sigorta'nın 2014 yılı planlarıyla ilgili konuşan HDI Sigorta Genel Müdürü Ceyhan Hancıoğlu, satış kanalları konusunda acenteleri yakından ilgilendiren açıklamalarda bulundu. HDI Sigorta'nın dağıtım kanalı bazında bir acente şirketi olduğunu ifade eden Hancıoğlu, portföylerinin yaklaşık yüzde 63'ünün acente kanalından geldiğini söyledi.

Geçen senelerle kıyaslandığında acente üretiminin nispeten birkaç puan azaldığını belirten Ceyhan Hancıoğlu, bunun sebebi olarak trafik branşında HDI Sigorta'nın izlediği politikayı gösterdi.

"Esasında bizim acentelerle iş yazma iştahımız kabararak artıyor; ama branş kırılımına gittiğimizde çok agresif olmadığımız trafik branşı nedeniyle bu dağılımın bir iki puan geride işlediğini görüyoruz" diyen Hancıoğlu sözlerine şu şekilde devam etti: "Tekrar ediyorum, biz acente şirketiyiz ve ana dağıtım kanalımız acente olmaya devam edecek. Belki yüzde 63 değil ama, bir iki puan oynayarak da olsa devam edecek. Diğer dağıtım kanallarında ise hedef odaklı bir yönetime geçtik. Diğer dağıtım kanallarında prim olarak agresif değil ama kârlılık odaklı projelerle yönetme kararlılığımız devam ediyor."

'17 SENEDİR BİZİMLE ÇALIŞAN ACENTELERİMİZ VAR'

Acenteleri ciddi bir şekilde iş ortakarı olarak gördüklerini kaydeden HDI Sigorta Genel Müdürü Ceyhan Hancıoğlu, acenteler için, "Ekmeğimizi birlikte kazandığımız, kader arkadaşlarımız" ifadelerini kullandı. Hancıoğlu sözlerini şu şekilde sürdürdü: "Acentelerimiz bizden biri, bu da bizim için tabii ki büyük bir şans. Yani serbest rekabetin bu kadar acımasız olduğu bir dönemde bile şirketine 'biz' diyebilen bir acente topluluğumuz var. Dolayısıyla bu da bizim için büyük avantaj. 16-17 senedir bu şirkette çalışan acentelerimiz var. Serbest rekabetten dolayı birçok şirketten acentelik almak zorunda olmalarına rağmen hâlâ bu şirketle çalışmak için çaba sarf eden HDI Sigorta gönüllüsü acentelerimiz var."

Acente tarafında çok daha iyi işler yapılması gerektiğini belirten Hancıoğlu, acentelerin yazdığı portföy dağılımına bakıldığında oto branşının ağır bastığını ağırlıklı olarak da trafik sigortasından gelen poliçeler olduğunu söyledi. Bu durumun acente kanallarına geçmişte negatif etki ettiğinin altını çizen Ceyhan Hancıoğlu, "Biz geçen sene itibarıyla trafik portföyümüzü düzenledik. Ocak 2013'ten itibaren yazdığımız trafik işlerinden para kaybetmeyeceğimizi öngördüğümüz bir tarifemiz var. Dolayısıyla zaman geçtikçe acente kanalımızda negatif kârlılığının azaldığını ve trafik branşının düzelmesiyle yerini pozitif gelişmeye bıraktığını görmeye başladık" dedi.

'ACENTELERİMİZİ BİRÇOK SİLAHLA DONATIYORUZ'

Hancıoğlu, acente kanalının kârlılığını geliştirmek için acentelerin operasyonlarını daha iyi yönetme gayreti içinde oldukarını söyledi. "Acentelerimizi ürün geliştirmesinden ürünün eğitimine, reklam çalışmasından pazarlamasına kadar birçok silahla donatıyoruz" diyen Ceyhan Hancıoğlu, "Acenteleri, evimiz dedikleri ve farklı olarak gördükleri bu sigorta şirketinde çok daha donatılmış, sahada ürününü çok kolay satan bir formata getirmemiz gerekiyor" şeklinde konuştu.

Sektörün acente eğitimi konusunda daha gidecek çok yolu olduğunu söyleyen Hancıoğlu, "Biz, bir ürüne daha çok odaklanarak ve özellikle acente kanalında bu ürünün eğitimini çok iyi vererek, pazarlama tekniklerini de buna ilave ederek sahada kazanacağımızı öngördüğümüz yeni ürünlerle acentemizi nasıl daha çok ilgili hale getireceğimizi araştıracağız. Yeni yıl için bunun eğitim ve reklam planlarını da yaptık. Bunları hayata geçirdikten sonra portföy değişiminin de katkısıyla 2014'te acente kanalımızda çok daha etkili ve verimli bir yönetim gerçekleştireceğimizi düşünüyorum" dedi.

'ACENTELERİ OTO DIŞI BRANŞLARA YÖNLENDİRMEK GEREKLİ'

"Acentelere sadece oto dışı poliçeler yapın demek yeterli olmuyor" diyen Ceyhan Hancıoğlu, acentelere bütün şirketlerin oto dışı branşlarda satış yapmaları için baskı gösterdiğini, ancak esas olanın acenteleri bu konuda yönlendirmek olduğunu söyledi.

Hancıoğlu, acentelerin kârlılıklarını artırmak için yaptıkları planı şu şekilde anlattı: "Bizlerin acenteleri rahatlatacak bir şeyler yapmamız gerekiyor. Örneğin bizim yeni dönemdeki en büyük konsantrasyonumuz oto dışındaki alanlarda. Hangi ürünü sattırmak istiyorsak; o ürünü ön plana çıkaracağız. Daha çok konut sigortası yazmak istiyorsak, konut sigortası yazması için acentelerimize nasıl güç verebiliriz diye çalışmalar yapacağız. Ürünün kendi içeriğinden komisyonlandırılmasına, fiyatlandırılmasından reklam tarafındaki desteğine kadar bunu tamamen bir ürün yönetimi anlamında algılayarak konsantre olacağız. Böyle baktığımızda; geçen yıl birkaç hasar projesinde bu anlamda çok başarılı olduğumuz söylenebilir. Hep söylediğim bir şey var: Bir işten para kazanmak istiyorsanız, o işe özellikle konsantre olmanız gerekiyor. Bizim bu dönemde yapacaklarımız bu anlayıştan kaynaklanıyor. Belli ürünler seçip onları ön plana çıkararak; kârlı olacağını düşündüğümüz ürünleri acentemize nasıl sattıracağımız yönünde çalışmalar yapacağız, bu konuda hazırlıklarımız da başladı. HDI Sigorta bireysel sigortalar ve KOBİ'lerle ilgili bir şirket. Dolayısıyla bu söylemimize paralel olarak, bireysel sigortalarda oto sigortaları, bireysel oto sigortaları, yangın sigortaları, konut sigortaları, KOBİ sigortacılığı ve ferdi kaza gibi ürünlerimiz bulunuyor. Birkaç alt branşı ön plana çıkarıp ürün yönetimi için etkin bir planlama yaptığımızda, portföyümüzü daha kârlı hale getireceğimizi umut ediyorum."

"ZOR OLAN DÖNEMİ ACENTELERİMİZLE BİRLİKTE ATLATIYORUZ"

HDI Sigorta Genel Müdürü Ceyhan Hancıoğlu 2014 stratejileri ile ilgili olarak acentelerine şu mesajları verdi: "Özellikle konut sigortalarında ve KOBİ sigortalarında daha agresif olacağız. Onun dışında sorumluluk alanında, kişisel sorumluluk sigortalarında ön plana çıkacağımızı düşünüyorum. Ferdi kaza sigortaları, her zaman bizim dikkatimizi çeken bir branştır, orada yine elimizden geldiğince büyümeye devam edeceğiz. Özellikle acente kanalımızdaki kampanyalarla bu işleri yöneterek, kampanya sigortacılığında alanını iyi yöneten şirketlerden biri olduğumuzu düşünüyorum. Dağıtım kanallarınıza ve acentelerinize biraz dokunmanız gerekiyor. Zaten birlikte keyifli bir iş yapıyoruz ve buna ödüller koyarak taçlandırıyoruz. Biz ödüllerimizi daha çok birlikte zaman geçirmek adına koyuyoruz ve bunlar genellikle seyahatler oluyor. Acentelerimize en önemli mesajım; bizimle olmaya devam etsinler. Geçen yıl HDI Sigorta olarak büyük acenteler toplantımızda "Hepimiz Bir" sloganını ön plana çıkarmıştık. Hakikaten hepimiz biriz, onlar da bunu bu şekilde değerlendiriyor. HDI Sigorta bir değişim ve dönüşüm döneminden geçiyor. Acentelerden bu geçiş dönemini anlayışla karşılamalarını talep etmiştik. Şirketimizin geçmiş dönemde kâr edememe sıkıntısı vardı. Sermayedar açısından baktığımızda da bu durum kabul edilebilir bir şey değildi. Geçen seneden itibaren kâr zarar bilançomuzu düzeltip, sonrasında daha güçlü olmayı hedeflediğimiz için öncelikle iş ortaklarımızla paylaşacak daha çok şeyimiz olduğuna inanıyoruz. Dolayısıyla acentelerimize mesajımız; zor olan dönemi birlikte atlatıyoruz ve atlatmak üzereyiz. Tabii bu işin başlangıcı, çünkü geçen seneyi bu seneki hedeflerimize paralel olarak kapatarak ilk olumlu sinyalleri verdik. Bu seneyi düzelttik diye işimizi gevşetemeyiz. 2014'te de geçen sene yaptığımızın kalıcı bir hale geldiğini gösterirsek sektörde önümüzün çok açık olduğunu düşünüyorum. Biz kazandıkça acentelerimizle paylaşmaya devam edeceğiz."

Vakıf Emeklilik
Keyifli Emeklilik Atölyesi

"Keyifli Emeklilik Atölyesi"nde, biriktirdiğiniz her 100 TL'nin üzerine 25 TL Devlet katkısı ekleniyor. Gelecek hayalleriniz bugünden gerçek oluyor.

100 + 25



Vakıf Emeklilik

/VakifEmeklilik @Vakif_Emeklilik

444 9 BEŞ 237
vakifemeklilik.com.tr

Ürün sorumluluk sigortaları daha fazla talep görecek

Türk Nippon Sigorta Genel Müdürü Dr. E. Baturalp Pamukçu, sorumluluk branşlarına karşı kamusal farkındalığın artacağını söyledi. Pamukçu, küreselleşme sürecinin etkisi, yapılan yatırımlar ve AB uyum faaliyetlerinde kaydedilen gelişmeler sonucunda ürün sorumluluk sigortalarına talebin giderek çoğalacağını vurguladı.

TÜRK Nippon Sigorta Genel Müdürü Dr. E. Baturalp Pamukçu, sorumluluk sigortaları hakkında Sigortacı Gazetesi'ne açıklamalarda bulundu. Ürün sorumluluk sigortalarından bahseden Pamukçu, bu branşı şöyle anlattı: "Ürün sorumluluk sigortası, sigorta konusu işin yürütülmesi sırasında meydana gelen bir olay ve/veya sigortalı ürünün üçüncü şahıslar tarafından kullanılması sonucunda, sigortalının sorumlu tutulabileceği bedensel ve/veya parasal zararlardan kaynaklanabilecek tazminat taleplerine karşı teminat sağlar." Ürün sorumluluk sigortasıyla, üretilen ve/veya satılan ürün veya hizmetlerin kusurundan kaynaklanan riskler nedeniyle üçüncü şahısların zararlarının karşılandığını söyleyen Pamukçu, "Kusursuz ürün veya hizmet günümüz teknolojisinde olanaksızdır. Bu nedenle dünyada çok yaygın olan ve kanunlarla desteklenen bu poliçeyle talep edilecek yüksek tazminat taleplerini karşılamak ve aynı zamanda toplum menfaatlerini de gözetmek gibi bir yükümlülüğü bulunmaktadır" diye konuştu.

Küreselleşme sürecinin etkisi, Türkiye'de yapılan yatırımlar ve AB uyum faaliyetlerinde kaydedilen gelişmeler de göz önüne alındığında ürün sorumluluk sigortalarına olan talebin giderek artacağını vurgulayan Pamukçu, şu an için genel olarak tüm sorumluluk konularına karşı kamusal bilincin çok yüksek olmadığına değindi. Bu durumun hızla değişeceğini öngören Pamukçu, buna paralel olarak yeni Türk Ticaret Kanunu ile birlikte finansal sigortalar alanındaki tüm sigorta ürünlerine ihtiyacın giderek artacağını dile getirdi.

'İŞLETMELER TÜM SORUMLULUK RİZİKOLARINI SİGORTALATMALI'

"İşletme, faaliyeti sırasında birçok sorumluluk rizikosuyla karşı karşıya kalabilir. Ürün sorumluluğu rizikosu bunlardan sadece biridir. Bundan dolayı sigortacılar, işletmelerinin sorumluluk rizikolarından kaynaklanabilecek hukuki sorumluluklara karşı sigorta güvencesi isteyen firmalara, firmalarının geleceğini ve mal varlıklarını tehlikeye atmak istemiyorlarsa işletmelerinin bütün sorumluluk rizikolarını teminat altına almalarını tavsiye etmektedir" diyen Pamukçu, bir işletmenin sorumluluk rizikolarının genelde dört grup altında toplandığına değindi. Bunları kategorize eden Pamukçu; işletme alanı rizikoları, işletme alanı dışındaki aktiviteler sebebiyle karşılaşılabilecek sorumluluk rizikoları, çevre mesuliyeti kapsamındaki rizikolar ve ürün sorumluluğu rizikoları olarak sıraladı.

'SERİ ÜRETİM ÖNGÖRÜLEMEYEN TEHLİKELER YARATABİLİYOR'

Türk Nippon Sigorta'nın faaliyette bulunulan süre nedeniyle henüz bu konuda kayda değer bir hasarla karşılaşmadığını belirten Pamukçu, şöyle devam etti: "Buna rağmen konuyu genel olarak değerlendirdiğimizde, firmalar ciddi tedbirler alıyor olsa dahi ne kadar tedbirli olunursa olunsun, seri üretim her zaman önceden öngörülmesi mümkün olmayan birtakım tehlikeleri beraberinde getirmektedir. Ürünün müşteriye ulaşma zincirinin herhangi bir aşamasında sorun yaşanabilir. Tedarikçilerle ilgili riskler gibi hususları kontrol altına almak mümkün değildir."

Seri ve geniş kapsamlı üretim sonucu mamullerde oluşabilecek üretim hatalarının neler olabileceğinin ve tüketiciler ile üçüncü kişilerde ne gibi hasar meydana getirebileceklerinin peşinen bilinmesinin mümkün olmadığına dikkat çeken Pamukçu, "Mamul rizikolarının kapsamı gayet geniş olup, ilaç sanayiinden inşaat malzemelerine kadar, endüstride kullanılan kimyasal maddelerden boyalara ve yapıştırıcılara kadar, makinelerden elektronik alet ve cihazlara kadar uzanmaktadır. Bundan dolayı ürün sorumluluğu rizikosunun belirli sigorta anlaşmaları içinde tanımlamasını yapmak pek mümkün değildir. Ürün sorumluluğu rizikoları, ancak poliçedeki istisna klozlarına girmemek kaydıyla temin edilmektedir. Bazı belirsiz durumlarda ise, diğer bir deyimle, hangi rizikoların sigortalanabilir ve sigortalanamaz olduğu hususu, mahkemeler tarafından açıklığa kavuşturulmuş durumlardan anlaşılmaktadır" dedi.



"Sorumluluk sigortasının, zarar görenin korunması ve sorumlu olanın iktisaden yıkılmaması için yaptırılması gerekiyor."

'RİSKLER ÜRÜN SORUMLULUĞUN ÖNEMİNİ ORTAYA KOYUYOR'

Risklerin, ürün sorumluluk sigortasının önemini bir kez daha ortaya koyduğunu kaydeden Pamukçu, ambalajının üzerinde alerjen uyarısı olmayan bir çikolatadan yiyen çocuğun alerjik reaksiyon göstermesi sebebiyle 1 milyon dolarlık bir tazminat davasıyla karşılaşılabildiği örneğini gösterdi. Bir başka örnekten bahseden Pamukçu, "Güney Kore'de 2.1 milyon dolarlık ürün geri çağırma hasarı yaşanmıştır. Bir ürüne kötü niyetle yapılan bir müdahale sonrası şişeye zehirli bir madde bulaştırılmış ve sadece geri toplama masrafları olarak ciddi bir maliyetle karşılaşılmıştır. Ürünün bu arada satılamaması sebebiyle üç haftalık bir iş durması sonucu, toplam 28 milyon dolar satış zararı yaşanmıştır" şeklinde konuştu.

Bir başka hasar örneğinden de bahseden Pamukçu, "Alman otomobil üreticisi Volkswagen, 168 bin 275 dizel aracı yakıt enjeksiyonu sistemindeki sorun nedeniyle geri çağırdı. Ulusal Otoyol Trafik Güvenliği İdaresi'nden yapılan açıklamada, firmanın çağırdığı araçların 2009-2012 Jetta ve 2010 model Golf araçları olduğu, çağrılan araçlar arasında 2010 ile 2012 model bazı Audi A3 modellerinin de bulunduğu belirtildi. Tüm araçların 2.0 TDI motorlu araçlar olduğu bildirildi. Geri çağırma sebebi olaraksa yakıt enjeksiyonu sistemindeki çatlağın yakıt sızıntısı ve yangına yol açabileceğinden endişe edildiği kaydedildi" dedi.

'SORUMLULUKTA HUKUK ZARAR GÖRENİN LEHİNE SERTLEŞİYOR'

Sorumluluk sigortası hukukunun zarar görenin himayesi için kabul edildiğini ve giderek zarar görenin lehine sertleştiğini ifade eden Pamukçu, "Bilim ve teknolojinin beraberinde getirdiği zararların karşılanması meselesi, kanun koyucuyu kusura dayanmayan bir sorumluluğun kabulüne zorlamakta ve böylece, ferdi sorumluluk düşüncesi, kusura dayanmayan bir sorumlulukta değerini kaybetmektedir. Bundan dolayı, sorumluluk sigortası da ferdin sorumluluk bilincinin zayıflaması tehlikesi karşısında ortaya çıkmıştır. Bu sayede doğan zararın sakıncaları anonim olarak topluluk tarafından taşınmaktadır. Sorumluluk sigortasının, zarar görenin korunması ve sorumlu olanın iktisaden yıkılmaması için yaptırılması zorunludur" dedi.

Sorumluluk sigortaları hakkındaki bu olumlu gelişmenin üreticinin sorumluluğuna yansımasının pek uzun sürmediğini kaydeden Pamukçu, çok geçmeden üreticinin sorumluluğunun sigortalanması düşüncesinin, sorumluluğun niteliğinin giderek değişmesi karşısında bir fikir olmaktan çıktığını söyledi. "İmalatçının, ürünün ayıplı olmasının beraberinde getireceği zararları tek başına karşılayabilmesinin çoğu kez mümkün olmaması nedeniyle sigorta müessesesinden yararlanmak bir ihtiyaç halini almıştır" diyen Pamukçu, bu ihtiyacı karşılamak üzere ürün sorumluluğu sigortası olarak adlandırılan bir sigorta türünün geliştirilerek uygulamaya konduğunu söyledi.

MetLife Emeklilik ve Hayat Genel Müdürü Deniz Yurtseven:

Bireysel Emeklilik Sistemi'nde hızlı büyümeye devam edeceğiz



Müşteri memnuniyetini daha da yukarıya çıkarmayı hedeflediklerini söyleyen MetLife Emeklilik ve Hayat Genel Müdürü Deniz Yurtseven, oluşturulan müşteri konseyiyle empati programı uyguladıklarını ve memnuniyet konusundaki aksiyonlarının süreceğini belirtti.

MetLife Emeklilik ve Hayat Genel Müdürü Deniz Yurtseven Bireysel Emeklilik Sistemi (BES) hakkında, "Hedefimiz BES'in geniş kitlelere doğru tanıtılabilmesi ve sistemin büyümesi için çalışmalarımızı sürdürmektir" şeklinde konuştu.

METLIFE olarak, müşterilerine çoklu dağıtım kanalından ulaştıklarını söyleyen MetLife Emeklilik ve Hayat Genel Müdürü Deniz Yurtseven, "Banka sigortacılığı ve tele satışta etkin olduğumuz kadar kurumsal satış ve acente kanalında da büyüme gösteriyoruz. 2013 yılında Tele Satış'ta 50 kişilik deneyimli ekibimizle çok ciddi büyüme gösterdik. Hedefimiz tele satışta sigorta sektöründe iyi bir oyuncu olmak" şeklinde konuştu.

MetLife Emeklilik ve Hayat'ın, Türkiye'yi büyüme anlamında stratejik bir ülke olarak konumlandırdığını söyleyen Yurtseven, bu durumun Türkiye beklentilerini yüksek tuttuğunu ifade ederken, MetLife markası 140 yıllık global deneyime sahip köklü bir firma olmasına rağmen Türkiye'de yeni. Bu sebeple markamıza yatırım yapmaya devam edeceğiz" dedi. Müşteri merkezli bir yaklaşımla müşteri memnuniyetini de daha yukarılara çıkarmayı hedeflediklerini belirten Yurtseven "Müşteri memnuniyetini takip etmek için müşteri konseyi oluşturduk ve empati programı uyguluyoruz" diyerek sözlerine devam etti.

'BİREYSEL EMEKLİLİK ÇAĞDAŞ BİR TASARRUF ARACI'

Çalışanlarına müşteri odaklı eğitimler sağlamayı hedeflediklerini söyleyen Yurtseven, "2014'te de "Müşteri Odaklılık" uygulamalarıyla kendimizi pazarda farklılaştırmak istiyoruz. Bunun yanı sıra 2014 yılı için hem sigorta hem de emeklilik tarafında yeni ürünler tasarlıyoruz. Amacımız ürün çeşitliliği sağlamak" dedi. Bireysel Emeklilik Sistemi'nin (BES) bireylerin emeklilik dönemlerindeki ek gelir ihtiyaçlarına yönelik bir tasarruf sistemi olduğunu dile getiren Yurtseven, BES'in aynı zamanda, tüm kurum ve aktörleriyle iyi düzenlenmiş, güvenilir, çağdaş bir tasarruf aracı olduğunu belirtti. Aynı zamanda Emeklilik Gözetim Merkezi Yönetim Kurulu Başkanı da olan Deniz Yurtseven konuyla ilgili olarak şunları dile getirdi: "Hedefimiz, Bireysel Emeklilik Sistemi'nin geniş kitlelere doğru tanıtılabilmesi. Biz de sistemin hızla büyümesi için çalışmalarımızı sürdürüyoruz."



Generali Sigorta yaptığı bir çalışma ile Türkiye'nin sigorta profilini çıkardı. Araştırmaya göre:

Erkekler acentesine, kadınlar teknolojiye güveniyor

Sigorta devi Generali, Türkiye'deki sigortalı profilini araştırdı. Araştırma sonuçlarına göre Türkiye'deki sigortalılar en çok acentelere güveniyor. Erkekler kadınlara oranla daha çok sigorta yaptırıyor ancak kadınlar teknolojide bir adım öne çıkıyor.

DÜNYANIN önde gelen sigorta şirketlerinden Generali, Türkiye'nin sigorta alışkanlıklarını araştırdı. Çarpıcı sonuçların ortaya çıktığı araştırmaya göre Türkiye'de yaşayan insanlar sigorta yaptırırken yüz yüze iletişimi tercih ediyor. Erkekler kadınlara oranla daha çok sigorta yaptırıyor olsa da, araştırma, teknolojide erkeklerin sınıfta kaldığını ve kadınların bir adım daha önde olduğunu gözler önüne seriyor.

İşte Generali'nin trafik sigortası ve kasko sigortalarında Türkiye sigortalı profilini ortaya koyan araştırma sonuçları:

İNSANLAR ARKADAŞ HATIRI DEĞİL GÜVEN ARIYOR

Araştırma sonuçlarına göre, Türkiye'de yaşayanlar hayatlarını kolaylaştıran yeniliklere kolay adapte oluyor. Yeniliklere denemeye açık olan insanlar yine de her zaman önce 'güven' arıyor. Seçeceği sigorta şirketine kendisi karar vermek istiyor, kimsenin etkisi altında kalmıyor. Arkadaş tavsiyesinden çok bildiği, araştırdığı, güvendiği sigorta şirketine aracını emanet ediyor.

İNTERNETTEN ARAŞTIRIYOR ACENTEDEN SATIN ALIYORUZ

Türkiye'de yaşayanlar dokunmak, görmek kısacası 'yüz yüze iletişim' istiyor. Trafik sigortası yaptıranların yüzde 80'i, kasko yaptıranların ise yüzde 85'i acente kanalını tercih ediyor.

Ancak öncesinde araştırma WEB üzerinden yapılıyor. Kadın – erkek fark etmiyor, Türkiye'de yaşayanların yüzde 60'ı sigorta yaptırmadan önce internet üzerinden araştırma yapıyor, bilgi topluyor. Yani internetten araştırıyor ancak sigortasını acenteden satın alıyor.

KADINLAR TEKNOLOJİYE DAHA YATKIN

Sigortalanma sürecinde kadın ve erkek oranına bakıldığında ise işin rengi değişiyor. Erkekler kadınlara oranla daha çok sigorta yaptırıyor ancak araştırma, teknolojide erkeklerin sınıfta kaldığını ve kadınların bir adım daha önde olduğunu gösteriyor. Erkeklerin yüzde 79'u acentelere başvururken kadınların yüzde 27'si internet ve çağrı merkezi yöntemiyle, yüzde 25'i bankalar aracılığıyla, yüzde 21'i ise acenteler üzerinden sigorta yaptırıyor.

Bir kaza durumunda erkekler yüzde 70 ile acentelerini ararken kadınların yüzde 27'si ilk olarak sigorta şirketini arıyor.

SİGORTA ARABA ALIRKEN AKLIMIZA GELİYOR

Araştırma Türkiye'deki sigorta bilincini de ortaya koyuyor. Sigorta kavramı Türkiye'de yaşayanların aklına otomobil aldığında geliyor. Sigortalılar ihtiyacına göre ve iyi bir servise iyi para ödemeyi kabul ediyor. İnternet kullanımında eğitim ve gelir düzeyi etkili oluyor. Eğitim ve gelir arttıkça internet kullanımı artıyor.

Generali, yaptığı araştırmayla ortaya çıkan sigorta alışkanlıklarına paralel olarak sunduğu ürün ve hizmetlerle de satın alma sürecinde tüketicilere geniş bir yelpaze sunuyor. Motorlu Kara Taşıt Araçları ve Trafik Sigortası başta olmak üzere; yangın, nakliyat, sorumluluk, ferdi kaza, hırsızlık, mühendislik, acente mesleki sorumluluk ve DASK gibi birçok farklı sigorta türünde ürün seçeneği bulunuyor.

Generali 'Yeni Jenerasyon Acente'leri Türkiye çapında bir araya geldiler

Generali'den acentelere 100 bin lira değerinde teknoloji yatırımı

Dünyanın önde gelen sigorta şirketlerinden Generali, Türkiye genelindeki tüm acentelerini bir araya getirdiği 'Yeni Jenerasyon Acente' buluşmalarını gerçekleştirdi. Generali Sigorta yeni acente yapılanması çerçevesinde acentelerine, içinde sigortaacentem.info isimli internet sitesi ve facebook profili bulunan ve yaklaşık 100 bin lira değerinde bir dijital platformu ücretsiz sağlıyor. Acentelerin iletişim ağını genişletmelerine olanak sağlayan bu sistem için danışmalık hizmeti de yine Generali Sigorta tarafından verilecek. Generali Sigorta acentesi olmak isteyen yeni katılımcılar da bu sistemden yararlanabilecekler.

Bursa, İstanbul, İzmir, Antalya, Adana, Ankara ve Samsun'da bulunan acenteleri bir araya getiren "Yeni Jenerasyon Acente" toplantılarına 400 Generali acentesi katıldı.

Toplantılarda ayrıca Generali Sigorta Genel Müdürü Mine Ayhan, Generali Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Petar Dobric ve Generali Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Burak Kapkın da acentelerle bire bir buluştu ve görüşlerini aldı.

'Yeni Jenerasyon Acente' buluşmalarında konuşan Generali Sigorta Genel Müdürü Mine Ayhan; "Generali Sigorta olarak 2013 yılının başlarında 'Dönüşüm' stratejimizi açıklamıştık. Bu doğrultuda geçtiğimiz yıl dönüşüm'e yakışır şekilde dijital çağa ayak uydurmak ve hızını yakalamak adına sistem entegrasyonlarımızı ve düzenlemelerimizi gerçekleştirdik. Bildiğiniz gibi son beş yılın en iyi dokuz aylık dönemini yaşadığımız süreçte Generali Grup, 2013 yılının 9 ayında 60 ülkede gösterdiği faaliyetlerle net kârını geçen seneye göre yüzde 40 artırarak 1.6 milyar euroya çıkardı. Bu başarıyla birlikte önümüzdeki dönemde öncelikli hedefimiz sigortalılarımızın tümü ile uzun ve güven dolu bir ilişki kurmak, onlara her yıl beklentilerinin ötesine geçen hizmet kalitesi sunmak olacaktır. Sizlere de her zaman aktardığımız gibi amacımız yalnızca poliçe satmak değil, doğru poliçeyle müşterinin gerçek ihtiyacının karşılanması bize rehberlik edecek" dedi.





Acente buluşmalarının önümüzdeki aylarda da devam etmesini planladıklarını söyleyen Ayhan, yeni acente sisteminin başarılarının devamında önemli rol oynayacağını ve acentelerle kurulacak doğru iletişimin Generali Sigorta'nın hedeflerine ulaşmasında büyük önem taşıdığını belirtti.

Sigorta devi Generali, yeni dönemde acentelerin satışının kolaylaştırılmasını, yeni ürünlerin geliştirilmesini, Generali Sigorta'nın sektörde bilinen güçlü hasar ödeme yönünün daha da güçlendirmesini ve farklılaştırılmış ürünlerle farklı taleplere cevap vermenin daha kolay hale getirilmesini amaçlıyor.

Işık Sigorta satış ekipleri 2014 stratejilerini belirledi

Işık Sigorta, tüm satış ekiplerini 2014 yılı Satış ve Pazarlama Stratejileri toplantısında bir araya getirdi. Pendik Crowne Plaza Hotel'de gerçekleştirilen toplantıda 2013 yılının genel bir değerlendirmesi yapılarak, 2014 yılı hedefleri masaya yatırıldı.



IŞIK Sigorta'nın beş Bölge Müdürlüğü ve iki Temsilciliğinde görev yapan tüm satış ve pazarlama ekibi ve Genel Müdürlük'ten ilgili birimler 2014 stratejilerini değerlendirmek üzere Satış ve Pazarlama Stratejileri toplantısında bir araya geldi. 4-5 Ocak 2013 tarihlerinde Pendik Crowne Plaza Hotel'de gerçekleştirilen toplantıya Satış ve Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı M. Fatih Çetin, Teknik İşlerden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Murat Yavuz, Acenteler ve Reklam Müdürü Mehmet Usta, Kurumsal Pazarlama Müdürü Murat Balkır, Ar-Ge Müdürü Mustafa Çakır, Teknik İşler Bölüm Yöneticisi Senih Tan ve tüm bölge yöneticileri katıldı.

Toplantıda 2013 yılının genel bir değerlendirmesi yapılarak, 2014 yılında izlenecek stratejiler masaya yatırıldı.

Türkiye'nin dört bir yanından gelen satışçıların bireysel hedeflerinin ve bölge hedeflerinin değerlendirildiği 2014 Satış ve Pazarlama Stratejileri toplantısında satış ve pazarlama personelinin kendi aralarında ve Genel Müdürlük'teki ilgili birim çalışanlarıyla kaynaşması ve ekipler arasında rekabet ve motivasyonun artırılması amaçlanıyor.

'TÜKETİCİNİN FARK ETMEDİĞİ OLASI RİSKLERE BAKILMALI'

Toplantıda konuşan Işık Sigorta Genel Müdür Yardımcısı M. Fatih Çetin, Işık Sigorta'nın başarısının şirket personelinin işlerine olan bağlılığından ve inancından kaynaklandığını söyledi. Yılda bir düzenli olarak yapılan bu toplantıların tüm Işık Sigorta çalışanları için çok önemli olduğuna dikkat çeken Çetin, motivasyonu ve ekip ruhunu güçlendiren bu toplantıların devam edeceğini ifade etti.

Sektördeki problemlere rağmen 2013'te başarılı bir performans gösterdiklerini belirten Işık Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Çetin sözlerini şöyle sürdürdü: "Bu başarıda her bir çalışanımızın ayrı payı ve ayrı emeği var."

Önümüzdeki yıl yapılacak sigorta satış operasyonunun daha etkin yürütülmesi için atılacak adımlar hakkında bilgi veren Işık Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Fatih Çetin, tüketicilerin beklentileri veya hâlâ farkında olmadıkları olası risklere karşı yeni ürün geliştiren şirketlerin bir adım önde olacağını ve bu konuda sahada mücadele eden satış personelinin geri bildirimlerinin çok önemli olduğunu söyledi.



'BU GÜNLERE GELMEMİZDE EN ÖNEMLİ PAY ACENTELERİN'

Dünyadaki gelişmeler neticesinde, özellikle teknolojinin, bir satış ve pazarlama yöntemi olarak sıklıkla kullanıldığı bilgisini veren Çetin, acente kanalının önemini yitirmesinin söz konusu olamayacağını ifade etti. Sigortacılığın ulaştığı bu seviyenin mimarının acenteler olduğunu vurgulayan Çetin, "Işık Sigorta da temelinde bir acente şirketidir. Şirketimizin bu günlere gelmesinde en önemli paya sahip olan satış kanalımız da acentelerimizdir. 2014 hedeflerinin gerçekleştirilmesi için acentelerimize verilen destek artarak devam edecektir. Biz de onlardan her zamankinden daha fazla destek bekliyoruz" şeklinde konuştu.

Her zaman acentenin yanında olduğunu kaydeden Çetin, "Acentelerimiz de bunun farkında. Acentelerimizin bizi tercih etmesinin en önemli sebebi onlarla sürekli temas halinde olmamız ve sahada onların yaşadıkları zorlukları paylaşmamız" dedi.

İki gün süren 2014 Satış ve Pazarlama Stratejileri toplantısı kapsamında Işık Sigorta satış ve pazarlama ekipleri, toplantı dışında kalan zamanlarda çeşitli aktivitelerle eğlenceli vakit geçirdiler.

KARTİNG TURNUVASI DÜZENLENDİ

Pendik Viaport Karting Pisti'nde düzenlenen turnuva oldukça çekişmeli geçti. Çekişmeli geçen turnuvada dereceye giren pilotlara plaket verildi. Turnuvanın birincisi Adana Bölge Müdürlüğü'nden Kenan Murioğlu, ikincisi Kurumsal Pazarlama Müdürlüğü'nden Mustafa Sivri ve üçüncüsü de Acenteler Müdürlüğü'nden Karan Tugay Gönenç oldu. Akdeniz Bölge Müdürlüğü'nden Kadri Cem İzer ise "En Centilmen Pilot" seçildi.



Işık Sigorta'da iki yeni atama

Işık Sigorta'da Pazarlama Koordinatörü olarak görev yapmakta olan Mustafa Fatih Çetin, Satış ve Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcılığı; Teknik İşler Koordinatörü olarak görev yapmakta olan Murat Yavuz ise, Teknik İşlerden Sorumlu Genel Müdür Yardımcılığı görevine atandı.



Fatih Çetin



Murat Yavuz

Uludağ Üniversitesi İİBF Maliye bölümü mezunu olan M. Fatih Çetin, iş hayatına sigorta acentesi olarak başladı. Işık Sigorta bünyesine Karadeniz Bölge Temsilcisi olarak katılan Çetin, daha sonra sırasıyla Ege Bölge Müdürü, Bölgeler Koordinasyon Müdürü ve Pazarlama Koordinatörlüğü pozisyonlarında görev yaptı. 2014 yılının ocak ayında Işık Sigorta Satış ve Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcılığı görevine atanan Çetin, evli ve üç çocuk babası.

Boğaziçi Üniversitesi İnşaat Mühendisliği mezunu olan Murat Yavuz, 1996 yılında iş hayatına Işık Sigorta'da Yangın-Mühendislik Bölümü'nde Risk Mühendisi olarak göreve başladı. Şirket bünyesinde Yangın-Mühendislik, Risk Mühendisliği, Avrupa Bölge, Bölgeler Satış ve Koordinasyon, Teknik Operasyon bölümlerinde görev aldı ve yöneticilik yaptı. 2014 yılının ocak ayında Işık Sigorta Teknik İşlerden Sorumlu Genel Müdür Yardımcılığı görevine atanan Yavuz, evli ve üç çocuk babası.







NART'tan hazır ofisler ve toplantı merkezi hizmeti

İstanbul Levent Kanyon AVM'ye komşu, metro bağlantılı, her türlü ofis ve toplantı ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde tasarlanan NART Business Center iş dünyasının hızını yakalamak isteyenleri bekliyor.

NART Sigorta ve Reasürans Brokerliği, sanat ve inşaat sigortaları başta olmak üzere pekçok konuda farklı sektörlere sigortacılık dalında hizmet veriyor. İnşaat ve proje sigortaları konusunda uzman Alman VHV Grubu'yla da iş birikimini birleştiren NART Sigorta ve Reasürans Brokerliği, dünyada 126 ülkede iş ortaklarıyla faaliyet gösteriyor.

NART Sigorta ve Reasürans Brokerliği, sigorta sektörü başta olmak üzere hazır ofis ihtiyacı olanlara NART Business Center ile hizmet vermeye başladı. NART Business Center ile ilgili açıklamada bulunan NART Sigorta ve Reasürans Brokerliği Yönetim Kurulu Başkanı Levent Nart, dünyanın birçok kentinde iş dünyasının tercihinin artık hazır ofislerden yana olduğunu söyledi. Nart sözlerine şu şekilde devam etti: "Modern çağda yaşayan insanın an itibarıyla değişen koşullara ayak uydurması ve fırsatları yakalayabilmesi gerekiyor. Tek günde ofis sahibi olma fikri işte bundan kaynaklanıyor."

İstanbul Levent Kanyon AVM'ye komşu, metro bağlantılı NART Business Center, bütün teknik ofis ekipmanları ve tüm ofis hizmetleri (Telesekreter hizmeti, internet, tam donanımlı toplantı salonları) ile 5000 m2 kapalı alanda faaliyet gösteriyor.

NART Business Center, 94 adet hazır ofis, 90, 50, 15, 10 kişilik 7 adet toplantı salonu ve 5 adet konferans salonuyla 300 dolardan başlayan fiyatlarla hizmet veriyor. Sigorta ve finans dünyasından Finansbank, Yapı Kredi Sigorta, AIG, Krediver, Turkcell, İstanbul Doors gibi önemli kuruluşların yanı sıra acenteler de merkezi kullanan müşteriler arasında yer alıyor.



"Günümüzde hızla değişen koşullara ayak uydurup fırsatları yakalayabilmek gerekiyor. Tek günde ofis sahibi olma fikri işte bundan kaynaklanıyor."

Acentelerin tercihi NART PARTNERS

NART Partners acenteleri bünyesine katarak büyümeye devam ediyor. Acente maliyetleri artışı, küçük kurumların ekonomik ömrünü tamamlıyor olması, gerek teknik gerekse yönetsel eğitim ihtiyacı, sigorta şirketlerinin riziko kabul politikası ile acentelerin müşteri portföyü arasındaki uyumsuzluk, büyüyen kurumsal müşterilerde değişen ihtiyaçlar, emeklilik dönemlerinde güvenilir kurumlara portföy devri, sektörde rekabet oluşturacak fiyatın ve ürünün bulunamaması, tahsilat sorunu, sermaye yapısının mühim IT ve İK yatırımları için yeterli olmaması, sınırlı sigorta şirketi ile çalışılması dolayısı ile reasürans, koasürans ihtiyacı gibi olumsuzluklarla karşı karşıya kalan acenteler, Türkiye'de 37, dünyada 126 şirketten hizmet verebilme kapasitesi, tecrübe gerektiren kredi, bireysel emeklilik, enerji, inşaat, sanat, D&O gibi konularda uzman ve satış desteğiyle NART Sigorta ve Reasürans Brokerliği'nin vizyoner projesi NART PARTNERS çatısı altında güvenli büyüme şansına yoğun ilgi gösteriyor.

Alacaklarınızı NART güvence altına alıyor

NART'tan Ticari Alacak Sigortası

Sanat ve inşaat sigortaları başta olmak üzere pekçok konuda farklı sektörlere sigortacılık dalında hizmet veren NART Sigorta ve Reasürans Brokerliği, Ticari Alacak Sigortası'nı genişletilmiş özel şartlar çerçevesinde şirketlere sunuyor.

Günümüzde yaşanan gelişmeler, piyasaların daralması iş dünyasının karşılaştığı riskleri daha karmaşık ve can alıcı hale getiriliyor. Bugünün çok başarılı bir iş bağlantısı, yarının ödenmeyen hatta şirketinizin varlığını tehlikeye düşürecek bir alacak olarak karşınıza çıkabiliyor. Ticari Alacak Sigortası, işletmeleri sonuçları çok tehlikeli olabilecek bu tür risklerden korumak için hazırlanmış geniş kapsamlı bir hizmet.

Ticarette oturmuş pazarların ya da güvenilen ana şirketlerin devamlılıkları ile ilgili sunulabilecek tam bir garantinin olmaması firmaları Ticari Alacak Sigortası yaptırmaya yönlendiriyor.

Firmaların müşterileriyle yaşayacakları bir ticari kriz sonucunda yaşanabilecek bir iflas süreci ödeme güçlüğü, kısa dönem nakit akışının bozulması ve dönem kârlılığını azaltabileceği gibi, uzun vadede hissedar varlığını da tehlikeye sokabilir.

Ticari Alacak Sigortası, poliçe sahibine karşı bütün bu risklere karşı güvence sağlıyor. Alacakların tahsil edilememesi sonucu, işletmelerin iş akışlarında oluşabilecek olumsuz etkileri azaltan çok önemli avantajlar sunuyor. Alternatif ürünlere göre daha fazla müşteri odaklı bir ürün olan Ticari Alacak Sigortası şirketlerin kredi limitlerini de açarak ticaretlerini daha rahat yapmalarını sağlıyor. Ticari Alacak Sigortası'nı genişletilmiş özel şartlar çerçevesinde uygulayan NART Sigorta ve Reasürans Brokerliği, 30 yılı aşkın deneyiminden süzülen bilgisi ve uluslararası partnerleriyle olan bağlantı gücünü şirketlere sunuyor. NART Sigorta ve Reasürans Brokerliği, sanat ve inşaat sigortaları başta olmak üzere pekçok konuda farklı sektörlere sigortacılık dalında hizmet veriyor. NART Sigorta ve Reasürans Brokerliği, dünyada 126 ülkede iş ortaklarıyla faaliyet gösteriyor.













SİGORTA ŞİRKETLERİNE ENTEGRE KURUMSAL HİZMETLER

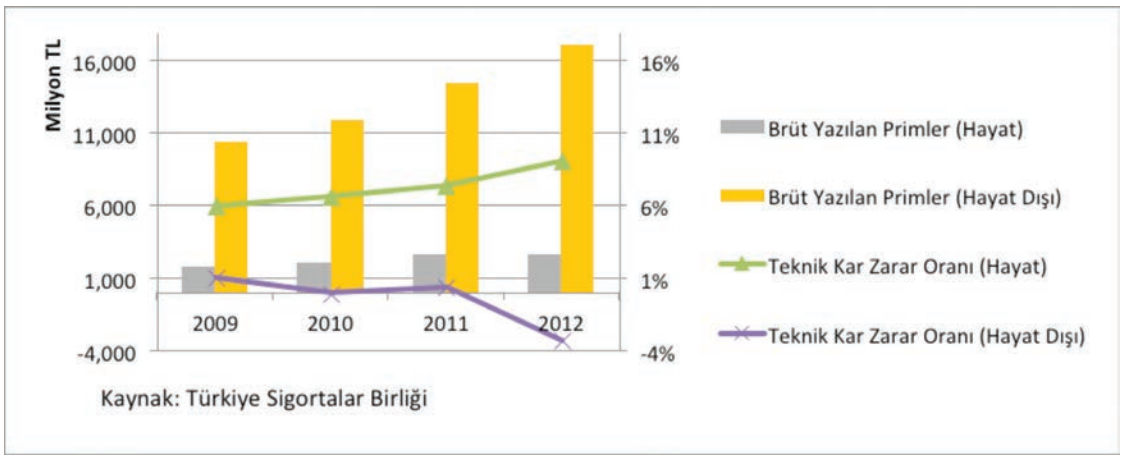
- AUTO KING MİNİ ONARIM
- AUTO KING MOBİL PARÇA ONARIMI
- AUTO KING ANLAŞMALI HASAR ONARIMI

K - Q
TSE-ISO-EN
9000

www.autoking.org

Maliyet azaltmada geleneksel yaklaşımlar artık niye işlemiyor?

Şirketler genellikle kârlılıklarını artırmak için geleneksel maliyet azaltma yöntemleri uygulamaya devam ediyorlar. Ancak, bu geleneksel yaklaşımlar sürdürülebilirlikten uzak oluyor. Maliyet azaltma yöntemlerinin sektör için büyümeyi de destekleyebilmesi için şirketlerin bu konuya yeni bir bakış açısıyla yaklaşmaları gerekiyor.



Kaynak: Türkiye Sigortalar Birliği

TÜRK sigorta sektörünün, farklı açılardan zorluklarla dolu bir dönemden geçtiğini belirten EY Türkiye Danışmanlık Hizmetleri ve Finansal Hizmetler Direktörü Murat Hatipoğlu, "Prim üretimindeki artışlara rağmen belirli branşlardaki yoğun fiyat rekabetiyle hasar ve diğer maliyetlerin hâlâ yüksek olması teknik kârlılıkları olumsuz etkiliyor. Buna ek olarak sıkça değişen düzenlemeler de yine şirketlerin üzerindeki maliyet yüklerini artırıyor" şeklinde konuştu. Uluslararası Denetim ve Danışmanlık firması EY'ye göre, şirketler genellikle kârlılıklarını artırmak için geleneksel maliyet azaltma yöntemleri uygulamaya devam ediyorlar. Ancak aşağıda bahsedilen belirli sebeplerden dolayı bu geleneksel yaklaşımların sürdürülebilir olmadığını ve sektör için büyük önem taşıyan büyümeyi de destekleyebilmesi için şirketlerin bu konuya yeni bir bakış açısıyla yaklaşmaları gerekiyor.

Sigorta şirketleri kısa dönemde maliyetlerin azaltılması için genel olarak "hızlı kazanım" olarak görülen, aşağıdaki en yaygın örnekleri bulanan bazı aksiyonlar alıyorlar:

- Personel giderlerinde azalma
- Çalışan maaş artışlarının sınırlandırılması
- Departmanlarda bütçe kısıtlaması
- Bölge müdürlüklerinin merkezileştirilmesi
- Düşük fiyatlı tedarikçi tercih edilmesi
- Dönemsel olarak kâr getirmeyen branşların portföydeki ağırlığının azaltılması
- Hasar maliyetinin azaltılması için müşteri memnuniyetsizliğine yol açacak önlemler alınması
- Müşteri hizmetlerinin yasal zorunluluklarla kısıtlı tutulması

Bu ve benzeri aksiyonlar kalıcı bir iyileşme sağlamaktan uzak kaldı, gelir tarafına olumsuz etkileri ise genelde ölçülemedi.

Geleneksel maliyet azaltma yöntemleri neden sürdürülebilir değil?

Mevcut maliyetleri azaltmak stratejik bir yaklaşım olmadığı gibi, çoğu zaman büyümeye olan etkileri de gözardı edildiğinden bazı durumlarda başarıdan ziyade "yönetim başarısızlığı" olarak da değerlendirilebiliyor. Bunun sebebi geleneksel yöntemlerin yalnızca çıplak gözle görülebilir olan sabit giderlerin ötesine geçememeleri. Ek olarak geleneksel yöntemler sigorta sektörünün ihtiyaç duyduğu organizasyonel ve teknolojik esnekliğin sağlanmasını engelleyerek zorlukları artırıyor, bu da büyümeyi olumsuz etkiliyor. Bu durum sigorta şirketlerinin maliyet azaltma çalışmalarında yaşadığı 3 temel zorluğa işaret ediyor:

1. İçe Dönük Olması

Geleneksel maliyet azaltma yöntemleri şirket yönetiminin her seviyede ayırması gereken kayda değer büyüklükte bir zaman gerektiriyor. Bu efor, aslında müşterilerle ve kanallarla ilişkileri geliştirmek veya yeni ürün ve iş geliştirme faaliyetleri için kullanılabilecek iken bu konulara dönem dönem tekrarlayan bir biçimde aktarılıyor. Bu durum şirketin pazardaki algısını düşürmekte ve büyük resimde büyümeyi ve kârlılığı olumsuz etkiliyor.

2. Demotive Edici ve Verimsiz Olması

Düzenli olarak personel sayısı ve bütçe kısıtları uygulamak, kurum çapında bir belirsizlik ortamı yaratarak çalışanlarda motivasyon ve performans düşüklüğüne sebep oluyor, müşteri memnuniyeti ve verimlilik olumsuz etkileniyor.

3. Çalışmanın Tekrarlanma İhtiyacı Gerektirmesi

Geleneksel maliyet azaltma programı başlatan şirketlerin yüzde 70'inde en geç üç yılda yaptıkları iyileştirmelerin etkileri kaybolmaya başlıyor. Bunun farklı sebepleri olabiliyor. Örneğin;

- Kısılan maliyetlerin çoğunun bu geçen sürede eski seviyelerine yükselmesi
- Maliyetlerin kontrolünün çalışanları ve süreçler nezdinde aşırı efor gerektirmesi
- Bu çalışma için görevlendirilen kaynakların gerekli yetkinlik seviyelerine sahip olmaması veya zamanla farklı görevlere yönlendirilmesi
- Planlanan tasarrufların birden fazla alanda mükerrer olarak sayılarak olması gerekenden fazla bir tasarruf beklenmiş olması
- Şirketin bu dönemde kurumsal olarak yeni fırsatlara yönelmesi

Sigorta şirketlerinin yapması gerekenler

Şirketler kısa vadeli organizasyonel ve süreçsel değişiklikler yerine iş modellerinde stratejik ve yapısal değişikliklere odaklanmalı. Bu kapsamda,

1- Sigorta şirketlerinin maliyetlerinin kurumsal seviyede izlenebilirliğinin ve şeffaflığının sağlanması gerekiyor. Öte yandan operasyonel etmenlerle maliyetler arasındaki ilişkinin ortaya konması, gerçekçi bir maliyet yönetimi için gerekli, çünkü birim yöneticileri genellikle gelir tablolarındaki maliyetin sadece küçük bir kısmını kontrol edebiliyor. Bu durum da maliyetlerin gerçek sahipleri tarafından yönetilmemesine yol açıyor. Aynı zamanda müşteri verilerinin sağladığı fırsatların değerlendirilmesi ve her bir müşteri ilişkisinin gerçek değerinin anlaşılması da yine bu şekilde başarılabiliyor.

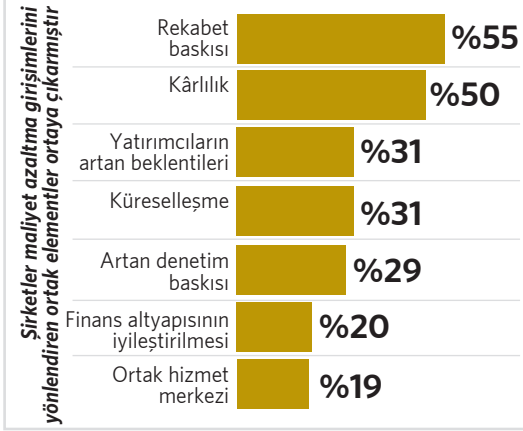
2- Sigorta şirketlerinin maliyetlerinde sürdürülebilir bir azalma sağlamak için iş modellerindeki artan karmaşıklık ve verimsizliklerden kurtulmaları gerekiyor. Operasyonel etmenlerin maliyetlerle olan ilişkisinin ortaya konmasının ardından bütünsel bir bakış açısıyla maliyetleri uygun seviyelerin üzerine taşıyan yaklaşımların, iş modeli seviyesinde ele alınarak değerlendirilmesi gerekiyor.

3- En önemli faktörlerden biri de kurumun yapısına ve kültürüne uygun bir maliyet yönetimi programının yürütebileceği konusunda kurum içerisinde güvenin sağlanması. İşlerin hızlı ilerleyebilmesi için sorumluluk ve aidiyetin de yine net olarak tanımlanması özellikle kritik önemde. Çoğu şirket önümüzdeki dönemde bu değişimi kurumun birden fazla alanında aynı anda yürütürken, bir yandan da hedeflenen büyüme performansını da sergilemek durumunda kalacak. Bu durum şirket yönetimlerinin uzun vadeyi daha çok göz önünde bulunduran ve şimdiye dek yapılanlara nazaran daha radikal olarak adlandırılabilecek stratejik yatırımlar yapmasını gerektirecek. İlk yapılması gereken bütün bu noktaları uzun vadeli olarak göz önünde bulunduran detaylı bir program hazırlığı ve kurum içinde gerekli güven ortamının sağlanması.

Şirketlerin en sık kullandıkları maliyet azaltma girişimleri



Şirketleri maliyet azaltmaya yönlendiren etmenler



Kaynak: The Economist Intelligence Unit'in EY adına yaptığı araştırmadır. Farklı sektörlerden 250 genel müdür ve yönetim kurulu seviyesindeki yönetici arasında yapılmıştır.



Çağrı merkezi destekli bütünleşik çözümler

Tempo Çağrı Merkezi'nde gerek müşteri ilişkileri yönetimi, gerekse uçtan uca tele satış süreci, stratejinin belirlenmesi ile başlar. Veritabanı oluşturulmasından gerekli yazılımların üretimine, pilot uygulamadan operasyona, lojistik düzenlemeden satış sonrası hizmete kadar her süreci düşünür ve uzman ekibimizle uygularız. Biz buna "çağrı merkezi destekli bütünleşik çözümler" diyoruz. Hizmet verdiğimiz tüm müşterilerin yüzlerindeki memnuniyet, işimizi doğru yaptığımızın en güzel kanıtı.

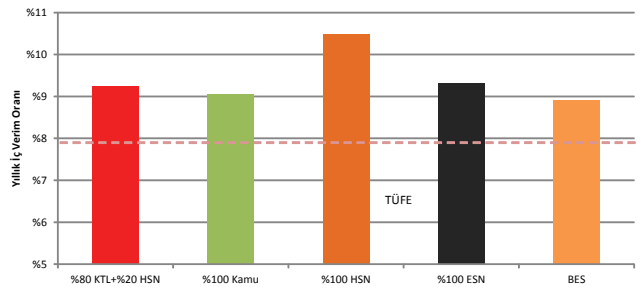
Sizin için ne yapabiliriz?

www.tempocagri.com
satis@tempocagri.com | 0 212 286 41 41

Tempo

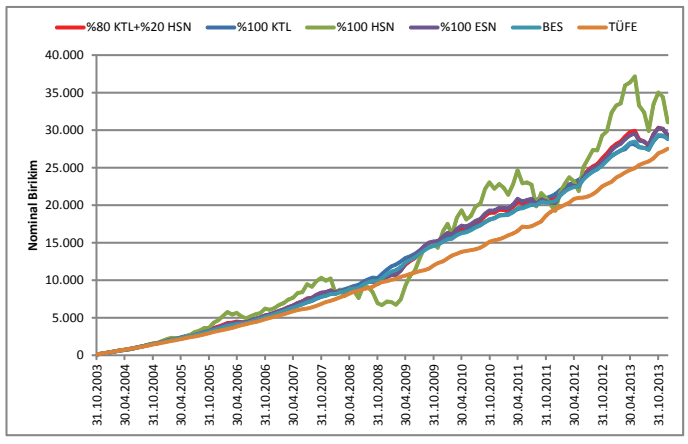
BES uzun vadede kazançlı bir sistem

31.10.2003-31.12.2013 Adendum BES Getiri Endeksi (BGX)



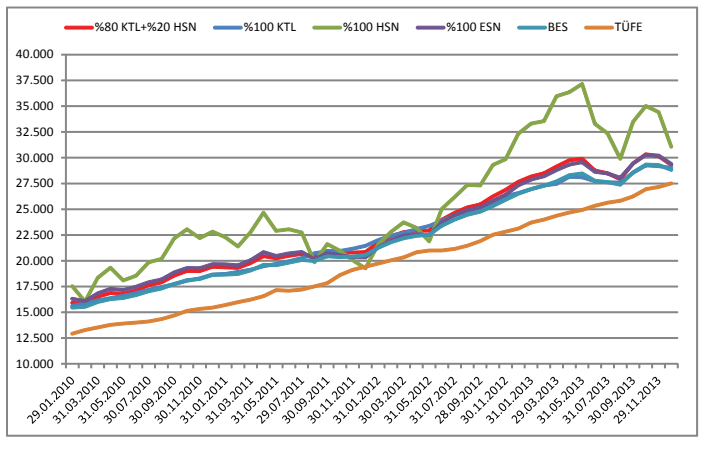
Yukarıda, 31.10.2003-31.12.2012 tarihleri arasında %4 yönetim gider kesintisi, 31.12.2012 sonrasında ise %2 yönetim gider kesintisiyle yatırıma yönlenen tutarların 31.10.2003-31.12.2013 tarihleri arasında elde ettikleri Adendum BES Getiri Endeksi (BGX) verilmektedir. Yatırım tutarı her ayın enflasyon oranıyla artırılmıştır. TÜFE ise ilgili dönemde aynı şekilde enflasyon korumalı bir yatırım aracına, yönetim gider kesintisi ve fon işletim gider kesintisi olmadan yapılan yatırımın Adendum BES Getiri Endeksi'ni vermektedir. Buna göre, BES ortalama fon getirilerine yatırım yapan bir katılımcı dönem sonunda %8,90 BGX elde etmiştir. Sadece Hisse Senedi fonuna yatırım yapanların ise %10,48 BGX elde ettikleri görülmektedir.

31.10.2003-31.12.2013 Adendum BES Birikim Endeksi (BBX)



Yukarıda, 31.10.2003-31.12.2012 arasında %4 yönetim gider kesintisi, 31.12.2012 sonrasında ise %2 yönetim gider kesintisiyle yatırıma yönlenen tutarların 31.10.2003-31.12.2013 tarihleri arasında elde ettikleri Adendum BES Birikim Endeksi (BBX) verilmektedir. Yatırım tutarı her ayın enflasyon oranıyla artırılmıştır. TÜFE ise ilgili dönemde aynı şekilde enflasyon korumalı bir yatırım aracına, yönetim gider kesintisi ve fon işletim gider kesintisi olmadan yapılan yatırımın bugün ulaştığı nominal tutardır. Bu tutar karşılaştırma amaçlı verilmiştir. Bu şekilde birikim yapan bir katılımcı, 31.12.2013 tarihinde BES ortalama fiyatlarıyla 28.819 TL birikime, enflasyon korumalı bir araçla ise 27.514 TL birikime ulaşmaktadır.

31.10.2003-31.12.2013 Adendum BES Birikim Endeksi (BBX) (2010-2013 gelişimi)



Aynı endeksin 2010-2013 yılları arasındaki seyrine bakıldığında, BES getirilerinin enflasyonun hayli üzerinde olduğu, Hisse Senedi fonlarına yatırım yapan katılımcının sadece 2011 sonunda enflasyon seviyesine gerilediği, diğer tüm zamanlarda ise enflasyon üzerinde getiri elde ettiği görülmektedir.

İÇ VERİM ORANI NEDİR?

İç Verim Oranı, bir nakit akışının bugünkü ya da gelecekteki değerini 0 yapan faiz oranıdır. Bireysel emeklilik bağlamında ise, her ayın sonunda belli bir tutarla bir fona ya da fon grubuna yatırım yapan kişinin, yıl içinde yaptığı tüm yatırımların dönem sonu değerini, dönem sonundaki fon değerine eşitleyen ortalama yıllık getiri oranıdır. Genellikle birden çok yatırım ve yatırım dönüşü olan durumlarda ortalama getiriyi vermek için kullanılır.

GELENEKSEL fon fiyatları gelişimi analizleri, dönem başı ve dönem sonu fon fiyatlarının karşılaştırılması şeklinde yapılmaktadır. Yatırımcı için böyle bir karşılaştırma, fonun içindeki varlıkların değer kazancını ifade etse de, Bireysel Emeklilik Sistemi'ndeki katılımcılar için bu yöntem çok fazla öneme sahip değil. Böyle bir değer artışı sadece dönem başında tüm birikimini toplu olarak BES'te değerlendirmeye başlayıp dönem sonunda ayrılan katılımcılar için geçerli.

Bunun yerine katılımcıların büyük bölümü (yüzde 95'i) aylık olarak katkı payı ödemektedir. Bu durumda, ortalama bir katılımcı, yılın 12 ayında, 12 değişik fiyattan fon alacak ve yıl sonunda elde ettiği getiriye bakacaktır. Daha detaylı analizde ise katılımcı aslında tam olarak emekli olduğu anda fonunun toplam değerine bakmalıdır. Ancak bu durum bile tam getiriyi ifade etmemekte, kişi Bireysel Emeklilik Sistemi'nde dahil olacağı "Emeklilik Gelir Planı" ile birikimlerini ihtiyacı olduğu kadar kullanabilmekte ve birikiminin geri kalanını fonlarda değerlemeye bırakabilmektedir. Yani tipik bir katılımcı için değerleme ilk katkının yatırıldığı andan son maaşın çekildiği ana kadar devam etmektedir.

Ancak ne yazık ki bu şekilde düzenli yatırım yapan katılımcılar dahi genellikle ödedikleri katkı payları toplamını sene sonundaki birikimleriyle karşılaştırmakta, katkı payının son ay yatırılan kısmının sadece 1 ay nemalandığını gözden kaçırabilmektedirler.

Bireysel Emeklilik Sistemi'ndeki Hisse Senedi Fonlarında aralık ayında yüzde 10.40 azalış gerçekleşti. Aynı dönemde BİST – 100 endeksindeki kayıp ise yüzde 10.49 seviyesinde oldu. Türk Lirası Cinsinden Kamu Borçlanma Senetlerinde yüzde 1.28'lik azalış gerçekleşirken, Yabancı Para Cinsinden Borçlanma Senetlerindeki artış yüzde 3.29 Uluslararası Borçlanma Senetlerindeki artış ise yüzde 5.32 olarak gerçekleşti. Tüketici Fiyat Endeksinde ise aralık ayında yüzde 0.46 artış kaydedildi. TÜFE'deki aralık ayı artışıyla birlikte 2013 yılı enflasyon oranı yüzde 7.40 olarak gerçekleşti.

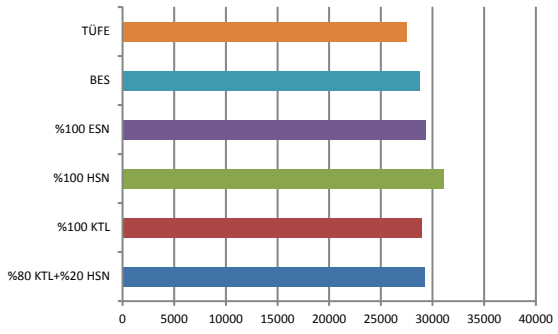
ADENDUM BES GETİRİ ENDEKSİ (BGX)

Bu endeks hazırlanırken, düzenli olarak yatırım yapan ve ortalama fiyatlarla işlem yapan bir katılımcının, elde ettiği yıllık iç verim oranına bakılmaktadır. Katılımcı her ay, ay sonunda açıklanan son fiyatlarla fon alır ve değerleme tarihi itibarıyla fonunun değerine bakar. Bu nakit akışı ile yıllık iç verim oranı hesaplanır. Yatırım tutarları 31.10.2003 tarihinde 100 lira ile başlatılmış ve her ayın TÜFE oranında artırılmıştır. Fon alınırken, yatırılan tutardan yüzde 4-yüzde 2 arasında yönetim gider kesintisi yapılacağı varsayılır.

ADENDUM BES BİRİKİM ENDEKSİ (BBX)

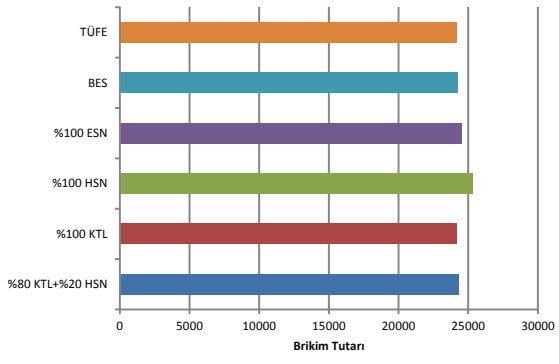
Bu endeks, 31.10.2003 tarihinden itibaren sistemde olan ve düzenli olarak yatırım yapan bir kişinin bugünkü birikimini bulmak üzere hazırlanmıştır. Katılımcının 31.10.2003 tarihinde 100 lira yatırarak sisteme girdiği ve her ay katkı payını TÜFE oranında artırdığı varsayılmıştır. Katılımcı her ay, ay sonunda açıklanan son fiyatlarla fon alır ve değerleme tarihi itibarıyla fonunun değerine bakar. Katılımcının bu süre içinde fon dağılım oranlarını değiştirmediği varsayılmaktadır. Fon gruplarının fiyatları Emeklilik Gözetim Merkezi tarafından hazırlanan ve www.emeklilik.egm.org.tr adresinde yayınlanan ayın son günü getiri endeksleridir.

31.10.2003-31.12.2013 Adendum BES Birikim Endeksi (BBX)



Yandaki grafik 31.10.2003-31.12.2013 tarihleri arasında Bireysel Emeklilik Sistemi'nde değişik fon karmalarına düzenli ödeme yapmış olan katılımcıların, dönem sonunda elde ettikleri birikimleri göstermektedir. Yatırılan tutarlardan (TÜFE) hariç 31.10.2003-31.12.2012 tarihleri arasında %4 Yönetim Gider Kesintisi, 31.12.2012 sonrasında ise % 2 Yönetim Gider Kesintisi yapılmıştır. Sistemin başından buyana ortalama BES fonlarına yatırım yapan bir kişinin birikimi 31.12.2013 tarihinde 28.819 TL'na ulaşmıştır. Bu kişi Aralık 2013 döneminde Bireysel Emeklilik Sistemi'ne 224 TL katkıda bulunmuştur.

31.01.2005-31.12.2013 Adendum BES Birikim Endeksi (BBX)



Yandaki grafik sisteme 31.01.2005 tarihinde dahil olup 31.12.2013 tarihine kadar Bireysel Emeklilik Sistemi'nde değişik fon karmalarına düzenli ödeme yapmış olan katılımcıların, dönem sonunda elde ettikleri birikimleri göstermektedir. Yatırılan tutarlardan (TÜFE) hariç 31.10.2003-31.12.2012 tarihleri arasında %4 Yönetim Gider Kesintisi, 31.12.2012 sonrasında ise %2 Yönetim Gider Kesintisi yapılmıştır. 2005 yılından buyana Hisse Senedi fonlarına yatırım yapan bir katılımcının 31.12.2013 tarihinde 25.283 TL Adendum BES Birikim Endeksi ile en kârlı yatırımcı olduğu görülmektedir.

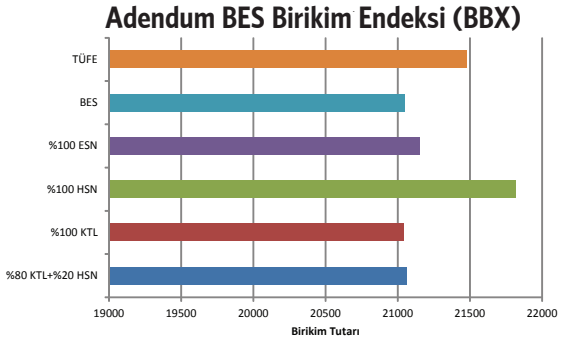
2013 BES'İN YILI OLDU



Emeklilik Gözetim Merkezi'nin 3 Ocak 2014 tarihli verilerine göre bireysel emeklilik şirketlerindeki toplam katılımcı sayısı 4 milyon 160 bin 35 kişi, katılımcıların bireysel emeklilik hesaplarındaki toplam fon tutarı 25 milyar 128 milyon lira, katılımcıların devlet katkısı hesaplarındaki toplam fon tutarı ise 1 milyar 149 milyon lira olarak gerçekleşti.

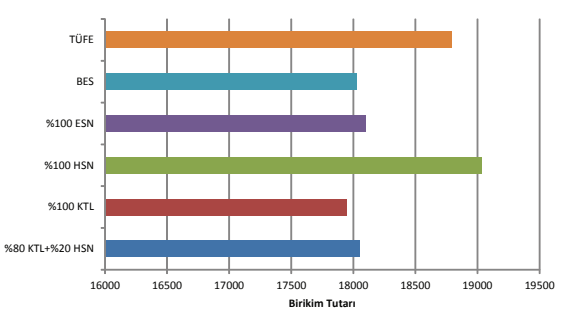
BİREYSEL Emeklilik Sistemi'nin (BES) 31.12.2013 tarihli verileri henüz açıklanmadığından 2014 yılının ilk üç gününü göz ardı ederek bakıldığında 2013'te emeklilik şirketlerindeki katılımcı sayısı artışı 1 milyon 31 bin 905 kişi oldu. 2012 yıl sonunda şirketlerdeki toplam katılımcı sayısı 3 milyon 128 bin 130 kişiydi. Dolayısıyla 2013 yılında 2012 yıl sonuna göre yüzde 32.99 seviyesinde bir katılımcı artışı gerçekleşti. Daha çarpıcı olarak ifade etmek gerekirse, sistemin başlangıç yılı olan 2003 ile 2013 yılları arasındaki 10 yıllık süre-de şirketlerdeki katılımcıların yüzde 24.8'i 2013'te sisteme dahil oldu. 2013'te en fazla katılımcı artışının yaşandığı aylar ise sırasıyla aralık, mart ve nisan ayları. Yeni yılın ilk üç günüyle birlikte aralık ayında şirketlerdeki katılımcı sayısı 141 bin 41 kişi artış gösterdi. Mart ayında artış 121 bin 730 kişi, nisan ayındaki artış ise 106 bin 862 kişiydi. 2013 yılındaki bu sıra dışı artışı temelde devlet katkısı, ek olarak da aşağı çekilen fon işletim gider kesintisi ile yönetim gider kesintisi oranlarının yarattığı doping etkisine bağlamak yanlış olmayacaktır. BES'teki fon tutarını incelediğimizde; 2012 sonu itibarıyla 20 milyar 346 milyon lira olan katılımcı hesaplarındaki fon tutarı yüzde 23.5 artışla 3 Ocak 2014 itibarıyla 25 milyar 128 milyon liraya ulaştı. 2013 yılında devreye sokulan devlet katkısı uygulaması neticesinde katılımcıların devlet katkısı hesaplarındaki fon tutarı ise 1 milyar 149 milyon lira oldu. Devlet katkısı hesabındaki birikimlere hak kazanma noktasında bazı sınırlamalar bulunsa da katılımcının bu iki hesabındaki birikimleri birlikte değerlendirdiğimizde, 2012 yıl sonuna kıyasla sistemdeki fon tutarı artışı yüzde 29.2 seviyesinde gerçekleşti. Bu artış oranının 23.5 puanlık kısmı katılımcı hesaplarındaki birikimlerde yaşanan artıştan, 5.7 puanlık kısmı ise devlet katkısı hesabında biriken tutarlardan gelmekte. Finansal piyasalar açısından belirsizlikler yılı olarak niteleyebileceğimiz 2013'te elde edilen artış oranından referansla, BES'in önümüzdeki yıllarda ülke ekonomisine yön verecek sektörlerden biri olmak konusunda emin adımlarla ilerlediğini söyleyebiliriz.

31.01.2006-31.12.2013 Adendum BES Birikim Endeksi (BBX)



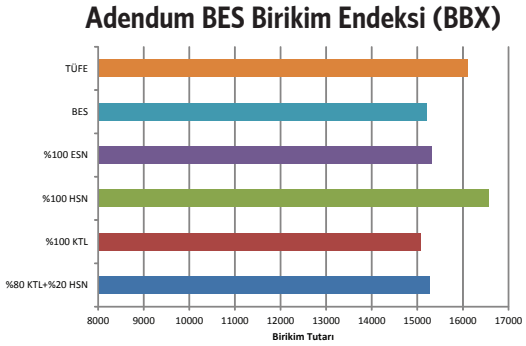
Yandaki grafik sisteme 31.01.2006 tarihinde dahil olup 31.12.2013 tarihine kadar Bireysel Emeklilik Sistemi'ndedeğişik fon karmalarına düzenli ödeme yapmış olan katılımcıların, dönem sonunda elde ettikleri birikimleri göstermektedir. Yatırılan tutarlardan (TÜFE) hariç 31.10.2003-31.12.2012 tarihleri arasında %4 Yönetim Gider Kesintisi, 31.12.2012 sonrasında ise %2 Yönetim Gider Kesintisi yapılmıştır. 2006 yılından buyana Hisse Senedi fonlarına yatırım yapan bir katılımcının 31.12.2013 tarihinde 21.817 TL Adendum BES Birikim Endeksi'ne ulaştığı görülmektedir.

31.01.2007-31.12.2013 Adendum BES Birikim Endeksi (BBX)

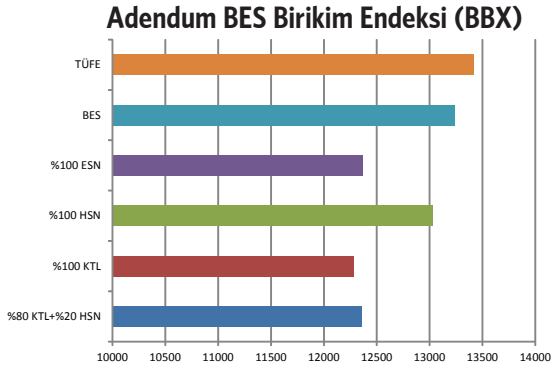


Yandaki grafik sisteme 2007 yılı başında dahil olup 31.12.2013 tarihine kadar Bireysel Emeklilik Sistemi'nde değişik fon karmalarına düzenli ödeme yapmış olan katılımcıların, dönem sonunda elde ettikleri birikimleri göstermektedir. Yatırılan tutarlardan (TÜFE) hariç 31.10.2003-31.12.2012 tarihleri arasında %4 Yönetim Gider Kesintisi, 31.12.2012 sonrasında ise %2 Yönetim Gider Kesintisi yapılmıştır. 2007 ve 2008 yıllarında Hisse Senedi fonlarının düşük düzeyde seyretmesine rağmen, sürekli Hisse Senedi fonlarına yatırım yapan bir katılımcının 31.12.2013 tarihinde 19.031 TL BBX ile en yüksek birikime ulaştığı görülmektedir. Sadece Kamu Borçlanma araçlarına yatırım yapan bir yatırımcı ise 17.947 TL BBX'e sahip olmaktadır.

31.01.2008-31.12.2013 Adendum BES Birikim Endeksi (BBX)



30.01.2009-31.12.2013 Adendum BES Birikim Endeksi (BBX)



%80 KTL + %20 HSN: %80 Kamu İç Borçlanma Senedi fonları, %20 Hisse Senedi fon grubuna yapılan yatırım.

%100 KTL: Tamamı Kamu İç Borçlanma Senedi fonlarına yapılan yatırım.

%100 HSN: Tamamı Hisse Senedi fonlarına yapılan yatırım.

%100 ESN: Tamamı Esnek fonlara yapılan yatırım.

BES: BES ortalama fiyatlarıyla yapılan yatırım.

TÜFE: Enflasyon endeksli yatırım yapan katılımcı (Yönetim Gider Kesintisi olmadan).

Emeklilik yatırım fonlarının performanslarının değerlendirilmesinde kullanılabilecek genel kabul görmüş farklı yöntemler bulunmaktadır. Bu çalışmada da genel kabul görmüş yöntemlerden bazıları kullanılmış ve çıkan sonuçlar okuyucuya bilgi vermek amacıyla yorumlanmıştır. Hesaplar, geçmiş verileri baz aldığından, sonuçlar gelecek dönem performansı için gösterge sayılmaz. Bu sayfadaki hesaplamaların doğruluğu için azami gayret gösterilmiştir, ancak herhangi bir hatadan dolayı uğranacak kayıplardan Sigortacı Gazetesi veya Adendum sorumlu tutulamaz.

Gazetecilerle Divan Bebek'te buluştuk...

SİGORTACI Gazetesi olarak ocak ayında gazetecilerle İstanbul Divan Bebek Brasserie'deki yeni yıl kahvaltısında bir araya geldik. Buluşmada, Avrupa yakasında konumlanmış, eşsiz Boğaz manzarasına sahip Divan Bebek'te iş stresinden sıyrılarak, gazeteci dostlarımızla keyifli bir sabah geçirme fırsatını yakaladık. Özellikle 2013'te tüm finans gazetecilerinin dikkatini sigorta sektörüne çeken Bireysel Emeklilik Sistemi (BES) sohbetin ana konusunu oluştururken, yurtdışı satın almalar ve sektördeki görev değişiklikleriyse kahvaltı masasında konuşulan diğer konulardı. Sigortacı Gazetesi'nin yeni yıl kahvaltısına, Milliyet gazetesinden Ayfer Yıldız, Finans Gündem'den Barış Bekar, Thomson Reuters'tan Birsen Altaylı, Türkiye gazetesinden Güven Adalı, Cumhuriyet gazetesinden Olcay Büyüktaş, Ekonomist dergisinden Talip Yılmaz, Dünya gazetesinden Yakup Sayar ve Anadolu Ajansı'ndan Zeynep Duyar katıldı.



Sigortacı ekibi olarak eşsiz Boğaz manzarasına sahip Divan Bebek'te iş stresinden sıyrılarak, gazeteci dostlarımızla keyifli bir sabah geçirme fırsatını yakaladık.







Sigortacı Gazetesi yöneticileri ve yazarları

90'lık bir delikanlı: David Kohen

Geçen ay sektörümüzün ulu çınarı, David Kohen Ağabey'in 90. yaşını kutladık. Ünlü ozanımız Nazım Hikmet 1947 yılında yazdığı "Yaşamaya Dair" şiirinde şöyle der:

"Yaşamak şakaya gelmez,
büyük bir ciddiyetle yaşayacaksın
bir sincap gibi mesela,
yani, yaşamanın dışında ve ötesinde hiçbir şey beklemeden,
yani bütün işin gücün yaşamak olacak. (...)
Yani, öylesine ciddiye alacaksın ki yaşamayı,
yetmişinde bile, mesela, zeytin dikeceksin,
hem de öyle çocuklara falan kalır diye değil,
ölmekten korktuğun halde ölüme inanmadığın için,
yaşamak yanı ağır bastığından."

David Ağabey, bırakın 70'i, 90'ında bile hâlâ zeytin ağaçları dikmeye devam ediyor. Hasadını da kendisinin kaldıracağına yürekten inanın. Çünkü o hâlâ sektöre bir duayen olarak yol göstermeye devam ediyor. Sigortacı Gazetesi için yaptığı araştırmalar ve haberleri tüm okurlar ilgiyle izliyor. Sigortacı Gazetesi yazarları olarak David Ağabey'in doğum gününü babasının, hatta dedesinin kurduğu ve kendisinin bugünlere taşıdığı Kositaş Sigorta Brokerliği'nde kutladık. David Ağabey tıpkı Nazım Hikmet'in şiirindeki "sincap" gibi enerjik ve çevikti.

David Ağabey'in sigorta sektörüne daha birçok zeytin, ceviz ve çınar ağacı kazandıracağı inancıyla 90. yaşını kutluyor ve nice güzel yıllar diliyoruz.



Kositaş Sigorta ekibi



Beklentilerinizi yüksek tutun!

Emeklilik gelir planları ile irat ürünlerinde
esnek ve yenilikçi çözümler için
size **Adendum yeter**!

Adendum

Sigortacı Gazetesi ocak ayı ziyaretçileri SAB, Generali ve Cigna Finans


SAB

Soldan sağa: Sigortacı Gazetesi İmtiyaz Sahibi Metin Öztürk, SAB Yönetim Kurulu Başkanı Doğan Şen, Yönetim Kurulu Üyeleri Şükrü Alemdar, Veysel Eren, Yonca Samlı, Selim Koşak, Yönetim Kurulu 1. Başkan Yardımcısı Ali Nazım Altunkaş, Yönetim Kurulu Genel Sekreteri Mehmet Suat Akoğlu, Sigortacı Gazetesi Yayın Danışmanı Meral Öztürk Akbaş, Art Direktör Feyza Kırmızı.



Sigortacı Gazetesi'ni ziyaret eden SAB Başkanı Doğan Şen ve ekibi, Sigortacı Gazetesi İmtiyaz Sahibi Metin Öztürk'e bir teşekkür plaketi sundu. Doğan Şen, "Sektöre ve derneğimize çok önemli katkılarınız var. Bu katkılarınızdan dolayı Sigorta Acenteleri Derneği olarak, size bir plaket sunmak istiyoruz. Çalışmalarınız ve katkılarınız için çok teşekkür ediyoruz" dedi.


Generali Sigorta

Soldan sağa: Sigortacı Gazetesi Yazı İşleri Koordinatörü Birant Yıldız, Generali Sigorta Halkla İlişkiler Müdürü Buket Şahin, Genel Müdür Yardımcısı Petar Dobric, Pazarlama Müdürü Jakub Drobec, Sigortacı Gazetesi İmtiyaz Sahibi Metin Öztürk.


Cigna Finans

Soldan sağa: Birant Yıldız, Cigna Finans Emeklilik Genel Müdürü David Fike, Satış ve Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Fidan Bayındır Yıldız, Metin Öztürk.



Çin işi-Türk işi, ortaya karışık bir yemek...

Geçen ay yazarlar yemeği için İstanbul'un Etiler semtinde yeni açılan Teppanyaki-Alaturka Restoran'da buluştuk. Adından da anlaşılacağı üzere, Çin ve Türk mutfağını harmanlamış bir lokanta burası. Ama yemek sunumları diğer restoranlara göre oldukça farklı.

Teppanyaki-Alaturka'da servisi garsonlar yapmıyor; aşçılar masada yemeği bizzat pişirip servis ediyor. Biraz bizim klasik ocakbaşı kebapçılarını hatırlatıyor, ama buradaki ocaklar da farklı. Ortada bir kömür ateşi yok; alttan ısıtılan çelik tezgâhlar var.

Yemekte bizim masaya iki aşçı servis yaptı; Hu Cheng ve Luo Xiao Qing. Özellikle Bayan Luo'nun ismini telaffuz etmek oldukça zor, ama bizim Türkler onun da kolayını bulmuşlar ve aşçılara İrfan ve Dilek adını koymuşlar, sorunu çözmüşler.

Yemek seçimi konusunda arkadaşlar kararsız kalınca işletmeci ortaya karışık Çin yemekleri servisi önerdi. Öneri kabul görünce, Çin yemekleri sırasıyla pişirilip servis edilmeye başlandı. Ama düzene uymayan arkadaşlar da oldu. Timuçin Alpay ve Emin Özcan, klasik Türk kebabı "Kuzu şiş" yemeyi tercih ederek Çin mutfağına uzak durdu.

Geçen ayki yemekte konuklarımız Sigorta Acenteleri Derneği (SAB) Başkanı Doğan Şen ve Yönetim Kurulu üyeleriydi. Yemek sırasında masanın ortasında sürekli yemek pişiren iki aşçı olduğundan, arkadaşlar çoğunlukla sadece yanındakilerle sohbet edebildi. Aşçılar işini bitirip gittikten sonra sohbet genelleşti ve benim burada yazamayacağım fıkralarla masa şenlendi... (M. Emin Özcan)

sigortacı gazetesi

Güneş Reklamcılık ve Ticaret Ltd. Şti. adına İmtiyaz Sahibi (Sorumlu)
Metin Öztürk

Yazı İşleri Koordinatörü Birant Yıldız

Yayın Danışmanları
Meral Öztürk Akbaş - M. Emin Özcan

İş Geliştirme Koordinatörü Güneş Öztürk Yılmaz

Art Direktör Feyza Kırmızı

Editör Kıvanç Özdal

Editör Yardımcısı Gülşah Özyuvalı

Haber Merkezi Renk Özcan - Sim Bora - Yeşim Yeşilören -Şeyma Orak -Duygu Ersoy - Afgan Karahan

Fotoğraf Editörleri Emir Arpağ - Kemal Genç

Reklam Müdürü Sertaç Tuzcuoğlu

Grafiker Emre Kaya

Abone / Dağıtım Emine Berber

Danışma Kurulu
Mehmet Aydoğdu - Erhan Dumanlı - David Kohen
Faruk Ömrüuzak -Timuçin Alpay - Ali Erül -
Fazıl Karaman - Merter Demirdelen - Eşber Erülgen
Hakan Yurdakul - Mehmet Muratoğlu

Ulaştırma İrfan Yılmaz

GÜNEŞ REKLAMCILIK ve TİC. LTD. ŞTİ.
Maslak İş Merkezi Eski Büyükdere Caddesi No:37 Kat: 5 Maslak /İstanbul Tel: (0212) 256 67 67
Fax: (0212) 256 34 33-256 34 46
www.sigortacigazetesi.com.tr
e-mail: info@sigortacigazetesi.com.tr

Yayın Türü Yerel Süreli
Şubat 2014, İstanbul

Baskı
Duplicate Matbaa Çözümleri San. ve Dış Tic. Ltd. Şti.
Maltepe Mah. Litros Yolu Sok. Fatih San. Sit.
No:12/102 Topkapı- İstanbul Tel: 0212 674 39 80

Sigortacı Gazetesi'nde yer alan yazı ve fotoğraflar öncelikle yazılı izin alarak ve kaynak gösterilerek yayımlanabilir.

1.1.2013-31.12.2013 dönemi

Şirket adı	Kaza	S	Hastalık Sağlık	S	Kara Araçları	S	Raylı Araçlar	S	Hava Araçları	S	Su Araçları	S	Nakliyat	S	Yangın ve Doğal Afetler	S	Genel Zararlar	S	Kara Araç Sorumluluk	S	Hava Araç. Sorumluluk	S	Su Araç. Sorumluluk	S
AXA	35,165	10	90,723	8	797,257	2			538	11	7,745	7	35,932	2	400,685	2	129,309	7	1,585,808	1	18	15		
ANADOLU	50,494	6	229,008	5	811,525	1			10,099	2	63,534	1	49,343	1	463,414	1	249,689	2	703,489	2	21,181	2		
ALLIANZ	41,952	9	357,661	2	571,751	3			637	7	9,033	5	30,977	4	195,489	5	82,753	11	592,981	3	1,821	4		
AK(*)	20,077	17	181,545	6	434,532	4			2,888	3	1,854	11	20,294	12	301,865	3	163,234	5	267,932	5	6,344	3		
MAPFRE GENEL	23,237	16	272,355	4	230,159	8			552	9	3,105	10	30,010	5	153,759	8	126,767	8	486,593	4	224	10		
YAPI KREDİ	51,018	5	556,320	1	186,673	10			2,291	4	3,209	9	23,702	9	183,831	6	115,871	9	89,731	14	593	6		
GÜNEŞ	18,999	18	84,760	9	250,264	6			19,958	1	10,021	3	26,395	7	227,362	4	161,884	6	202,513	7	37,702	1		
GROUPAMA	17,199	20	95,034	7	288,481	5					6,058	8	20,996	11	114,669	10	212,228	3	204,259	6				
ZİRAAT HYT VE EMK	7,574	27																						
EUREKO	44,097	8	51,050	11	238,401	7			1,622	5	11,298	2	21,192	10	180,796	7	182,036	4	27,599	22	290	9		
ZİRAAT	67,812	1	33,795	13	53,585	18					1,182	13	1,312	24	106,623	13	290,836	1	8,522	27				
ERGO	14,586	22	56,376	10	191,181	9			-5	17	9,063	4	32,162	3	82,876	15	26,439	17	131,061	9	470	8		
SOMPO JAPAN	10,409	24	7,742	18	180,266	11			547	10	1,002	15	10,829	15	110,119	11	83,213	10	128,739	11			1,500	1
HDI	16,602	21	4,200	22	160,526	12					1,314	12	26,668	6	91,963	14	34,568	15	119,244	12				
HALK	14,220	23	15,440	15	74,237	15			494	12	240	18	1,721	22	125,173	9	50,455	14	178,075	8	11	16		
ANADOLU HYT VE EMK	789	42																						
ZURICH(*)	46,265	7	15,136	16	50,254	19			48	14	472	17	24,315	8	107,380	12	63,488	13	17,038	24	36	13	34	3
RAY	6,837	29	5,033	21	85,779	13			604	8	8,431	6	13,126	14	81,806	16	68,428	12	66,672	16	129	11		
ACIBADEM SAĞLIK VE HYT	2,538	35	301,157	3																				
GARANTİ EMK	1	53																						
HALK EMK	1,662	39																						
AIG	61,634	3	28,091	14	11,568	25					785	16	20,131	13	55,540	19	28,647	16	2,810	29	601	5	145	2
AVIVA	6,915	28			83,749	14					1,107	14	9,898	16	56,162	18	19,776	19	81,055	15				
NEOVA	34,600	11	8,007	17	64,150	17			33	16	10	25	1,368	23	38,949	21	7,670	25	95,330	13				
ALLIANZ YŞM VE EMK	4,198	31																						
METLIFE	62,603	2																						
AVIVASA(*)	32,501	12																						
VAKIF EMK	23,527	15																						
EURO	52,853	4	791	26	6,178	28							186	28	13,811	26	2,027	28	129,103	10				
CIGNA FİNANS EMK VE HYT	3,106	33																						
IŞIK	17,662	19	6,863	19	33,117	21					15	24	1,797	21	60,230	17	14,949	20	44,033	19				
ANKARA	5,229	30	1,108	25	42,710	20			37	15	19	22	2,945	17	40,141	20	20,198	18	55,462	17	20	14		
LIBERTY	3,439	32	1,419	23	73,306	16					17	23	834	25	13,060	27	10,103	22	47,414	18				
GROUPAMA EMK	27,671	13																						
ALLIANZ HYT VE EMK	1,424	41																						
AXA HYT VE EMK	293	47																						
AEGON EMK VE HYT	1	54																						
GENERALİ	1,877	37	1,216	24	30,523	23	5	1			183	19	2,680	19	25,259	22	6,022	26	16,844	25	91	12		
SBN	24,196	14	5,287	20	6,685	27			59	13	112	20	779	26	17,011	25	12,314	21	15,937	26				
DUBAI STARR	3,061	34	732	27	32,878	22			1,083	6	104	21	2,313	20	21,296	23	9,113	24	1,106	30	484	7		
BNP PARIBAS CARDIF EMK	361	44																						
ING EMEKLİLİK	8,755	25																						
BNP PARIBAS CARDIF HYT	290	48	0	32																				
ACE EUROPE	8,110	26	163	30									2,909	18	18,187	24	9,440	23						
DEMİR HYT	325	45	46,022	12																				
COFACE																								
TÜRK NİPPON	1,775	38	308	28	19,235	24					7	26	675	27	12,430	28	4,908	27	3,192	28				
HÜR	557	43			7,900	26							61	29	5,864	29	1,504	29	27,934	21				
EULER HERMES																								
SS KORU	249	49			1,524	29									1,861	30	638	30	30,161	20				
DEMİR	316	46	302	29	214	30					1	27	45	30	1,825	31	136	32	25,759	23				
BNP PARIBAS CARDIF	2,418	36	0	33													240	31						
ERGO EMK VE HYT	78	51																						
CIV HYT	1,651	40																						
ATRADIUS																								
MAPFRE GENEL YŞM	80	50	3	31																				
FİBA EMK	44	52																						
NEWLIFE YŞM(*)																								
ASYA EMK																								

2013/12 ay toplamı	883,337	2,457,649	5,018,609	5	41,484	139,921	415,596	3,309,436	2,188,883	5,386,398	70,014	1,678
2012/12 ay toplamı	669,900	2,237,101	4,533,679	256	49,384	133,166	377,881	2,648,859	1,741,951	3,937,163	78,767	438
Artış oranı 2012/2013	31.86	9.86	10.70	-97.94	-16.00	5.07	9.98	24.94	25.66	36.81	-11.11	283.14

Üretim geçen yıla göre yüzde 22 arttı, sektör reel olarak yaklaşık yüzde 15 oranında büyüdü

2013 SİGORTACILIĞA DÖNÜŞ YILI OLDU

2013 yılında sigorta sektörü prim üretimi bir önceki yıla göre yüzde 22 oranında artarak 24 milyar 182 milyon lira olarak gerçekleşti. Sektörün reel olarak yaklaşık yüzde 15 oranında büyüdüğü 2013 yılında, yedi sigorta şirketi üretimde milyar liralık prim barajını aştı.

SİGORTA sektöründe 2013 yılı prim üretimi bir önceki yıla göre yaklaşık yüzde 22 oranında artarak 24 milyar 182 milyon liraya ulaştı. Üretimin 20 milyar 788 milyon liralık bölümü elementer branşlardan, 3 milyar 394 milyon liralık bölümü de hayat sigortalarından elde edildi. Hayat dışında yıllık büyüme oranı yüzde 21.4, hayat sigortalarındaysa yüzde 25.2 olarak gerçekleşti.

2013'E TRAFİK DAMGA VURDU

2013 yılı sonundaki yıllık enflasyon ora-

sigorta sektörü prim üretimi (bin TL)

"S sıralamayı, A artış yüzdesini, PP ise pazar payını göstermektedir."

Genel Sorumluluk	S	Kredi	S	Emniyeti Suistimal	S	Finansal Kayıplar	S	Hukuksal Koruma	S	Hayat dışı 2012/12 ay	S	Hayat dışı 2013/12 ay	S	A %	Hayat 2012/12 ay	S	Hayat 2013/12 ay	S	A %	2012/12 ay Genel Toplam	S	2013/12 ay- Genel Toplam	S	A %	PP
58,509	2					14,215	4	12,464	1	2,386,250	1	3,168,368	1	33						2,386,250	1	3,168,368	1	33	13.10
80,846	1	710	7			9,510	6	6,860	2	2,234,633	2	2,749,704	2	23						2,234,633	2	2,749,704	2	23	11.37
33,658	6					21,017	2	2,496	10	1,444,877	3	1,942,226	3	34						1,444,877	3	1,942,226	3	34	8.03
37,475	5	3,468	4	3,481	2	58,667	1	3,274	8	1,311,276	4	1,506,930	4	15	56	23	20	25	-64	1,311,332	4	1,506,950	4	15	6.23
22,937	9			748	9	483	19	1,466	15	886,587	7	1,352,395	5	53						886,587	7	1,352,395	5	53	5.59
38,388	4			750	8			4,529	6	1,227,381	5	1,256,906	6	2						1,227,381	5	1,256,906	6	2	5.20
26,672	8			1,988	5	2,604	13	5,599	4	922,457	6	1,076,722	7	17						922,457	6	1,076,722	7	17	4.45
11,747	15					1,328	16	3,756	7	826,803	8	975,755	8	18						826,803	8	975,755	8	18	4.03
										732	49	7,574	43	935	589,640	1	796,040	1	35	590,372	11	803,614	9	36	3.32
18,448	10	2,709	6			7,701	7	1,843	13	685,400	9	789,081	9	15						685,400	9	789,081	10	15	3.26
1,119	25	29	9	97	15	1,541	14	1,094	17	378,775	14	567,548	10	50						378,775	15	567,548	11	50	2.35
15,270	12			416	11	1,321	17	2,829	9	683,284	10	564,048	11	-17						683,284	10	564,048	12	-17	2.33
9,685	16			2,979	3	3,521	10	5,259	5	450,769	11	555,811	12	23						450,769	12	555,811	13	23	2.30
14,874	13							6,316	3	398,547	12	476,276	13	20						398,547	13	476,276	14	20	1.97
5,056	18			63	17	5,240	9			395,164	13	470,425	14	19						395,164	14	470,425	15	19	1.95
										911	46	789	49	-13	367,057	2	394,220	2	7	367,968	16	395,009	16	7	1.63
27,224	7					5,257	8	1,719	14	341,952	15	358,667	15	5						341,952	17	358,667	17	5	1.48
14,567	14			380	12	1,381	15	1,126	16	302,950	17	354,299	16	17						302,950	19	354,299	18	17	1.47
										232,540	18	303,695	17	31	4,675	21	4,325	22	-7	237,216	21	308,020	19	30	1.27
										1	56	1	56	1	262,854	3	298,108	3	13	262,855	20	298,109	20	13	1.23
										780	47	1,662	46	113	180,682	5	279,845	4	55	181,462	25	281,507	21	55	1.16
46,276	3	128	8	7,638	1	11,784	5			217,522	19	275,779	18	27						217,522	22	275,779	22	27	1.14
7,378	17			339	13	2,737	11	2,036	12	340,061	16	271,153	19	-20						340,061	18	271,153	23	-20	1.12
2,587	22			1,654	6	67	21	2,095	11	131,141	24	256,517	20	96						131,141	33	256,517	24	96	1.06
										4,417	44	4,198	44	-5	208,059	4	239,867	5	15	212,476	23	244,065	25	15	1.01
										46,566	30	62,603	28	34	124,424	9	170,658	9	37	170,990	28	233,261	26	36	0.96
										32,341	32	32,501	36	0	165,202	6	199,689	7	21	197,544	24	232,189	27	18	0.96
										19,238	39	23,527	39	22	154,008	8	202,071	6	31	173,246	27	225,598	28	30	0.93
355	29			2	21					176,849	20	205,307	21	16						176,849	26	205,307	29	16	0.85
										313	51	3,106	45	893	161,071	7	198,894	8	23	161,384	30	202,000	30	25	0.84
3,111	20			952	7	1,163	18	179	20	165,660	21	184,071	22	11						165,660	29	184,071	31	11	0.76
3,004	21	2,832	5	26	18	181	20	80	21	152,517	23	173,992	23	14						152,517	32	173,992	32	14	0.72
1,083	26					7	23			161,382	22	150,682	24	-7						161,382	31	150,682	33	-7	0.62
										20,780	37	27,671	38	33	73,029	11	82,729	13	13	93,809	34	110,400	34	18	0.46
										665	50	1,424	48	114	90,375	10	98,464	11	9	91,040	35	99,888	35	10	0.41
										289	53	293	51	1	62,340	12	98,726	10	58	62,629	38	99,019	36	58	0.41
										2	55	1	57		55,545	13	88,845	12	60	55,548	42	88,846	37	60	0.37
2,455	23			86	16			448	18	83,821	25	87,689	25	5	3	24	3	26	14	83,824	36	87,692	38	5	0.36
801	27			728	10			33	22	60,991	27	83,943	26	38						60,991	39	83,943	39	38	0.35
4,883	19			131	14	2,650	12	194	19	70,766	26	80,025	27	13						70,766	37	80,025	40	13	0.33
										232	54	361	50	56	53,336	14	74,777	14	40	53,568	43	75,138	41	40	0.31
										5,308	43	8,755	42	65	48,195	15	60,211	15	25	53,503	44	68,966	42	29	0.29
										764	48	290	52	-62	40,114	16	57,908	16	44	40,878	45	58,198	43	42	0.24
15,354	11			2,341	4					36,917	31	56,505	29	53						36,917	47	56,505	44	53	0.23
										54,333	29	46,347	31	-15	4,684	20	4,645	21	-1	59,016	40	50,992	45	-14	0.21
		48,916	1							32,207	33	48,916	30	52						32,207	48	48,916	46	52	0.20
1,884	24			12	19					30,394	34	44,427	32	46						30,394	49	44,427	47	46	0.18
70	31			4	20	36	22			57,021	28	43,930	33	-23						57,021	41	43,930	48	-23	0.18
		35,376	2							25,160	36	35,376	34	41						25,160	51	35,376	49	41	0.15
738	28							21	23	29,660	35	35,193	35	19						29,660	50	35,193	50	19	0.15
134	30			1	22					19,514	38	28,733	37	47						19,514	53	28,733	51	47	0.12
						19,598	3			11,139	40	22,255	40	100						11,139	54	22,255	52	100	0.09
										289	52	78	54	-73	21,702	18	13,195	17	-39	21,991	52	13,273	53	-40	0.05
										5,328	42	1,651	47	-69	33,481	17	11,138	19	-67	38,809	46	12,790	54	-67	0.05
		11,944	3							9,194	41	11,944	41	30						9,194	56	11,944	55	30	0.05
										971	45	83	53	-91	9,765	19	11,351	18	16	10,736	55	11,435	56	7	0.05
										0	57	44	55				7,379	20		0	58	7,423	57	0	0.03
										0	58	0	58		466	22	508	23	9	466	57	508	58	9	0.00
												0	59	0			481	24		0	59	481	59	0	0.00
506,589		**106,112**		**24,816**		**172,009**		**65,716**		**17,115,823**		**20,788,251**		**21.46**	**2,710,764**		**3,394,097**		**25.21**	**19,826,587**		**24,182,348**		**21.97**	
419,998		**74,469**		**19,176**		**135,550**		**58,086**		**17,115,823**		**17,115,823**					**2,710,764**			**19,826,587**					
20.62		**42.49**		**29.42**		**26.90**		**13.13**				**21.46**					**25.21**					**21.97**			

nı dikkate alındığında (TÜFE: 7.40, ÜFE: 6.97) sigorta sektörü reel olarak yüzde 14.57 oranında büyüdü.
2013 yılındaki bu büyümede lokomotif rolünü 5 milyar 386 milyon liralık üretim ve yüzde 36.8'lik büyüme oranıyla kara araçları sorumluluk sigortaları (trafik) üstlendi. 5 milyar 18 milyon lira prim yazılan kaskoda büyüme oranı yüzde 10.7 olurken yangın ve doğal afetlerde 24.6, kazada 31.8, hastalık-sağlıkta 9.8, nakliyatta 9.9, genel zararlarda 25.6 ve genel sorumluluk branşında yüzde 20.6 oranında bir büyüme yaşandı.

MİLYARDERLER KULÜBÜ BÜYÜYOR

2013 yılında en çok üretim yapan şirket 3 milyar 168 milyon lirayla AXA Sigorta oldu. Bu şirketi 2 milyar 749 milyon lirayla Anadolu Sigorta ve 1 milyar 942 milyon liralık üretimle Allianz izledi. 2013 sonunda Aksigorta ve Yapı Kredi'nin yanı sıra Mapfre Genel ve Güneş Sigorta da sektördeki milyarderler kulübüne katıldı.
Hayat sigortalarında en çok prim üreten şirket 803 milyon lirayla Ziraat Hayat ve Emeklilik olurken, bu şirketi 395 milyon lirayla Anadolu Hayat Emeklilik ve 298 milyon lirayla Garanti Emeklilik takip etti.

(*) 1.1.2013/31.12.2013 tarihleri arasındaki prim üretim tablosunun istikrarı açısından araştırmamıza katılmayan şirketlerin rakamları Türkiye Sigorta Birliği'nin Kasım 2013 tarihli raporlarının üzerinden tahmini olarak verilmiştir.

Kadın Gözüyle Hayattan Kareler Fotoğraf Yarışması'na başvurular başladı

'Kadın Gözüyle Hayattan Kareler Fotoğraf Yarışması'na ilk düzenlendiği 2007'den bu yana 7 binden fazla kadın 32 bini aşkın fotoğrafla katıldı. Kadınların hayata ve dünyaya bakışlarını fotoğraf kareleriyle yansıtacakları bir platform yaratmak amacıyla düzenlenen yarışma Türkiye'nin en çok ilgi gören fotoğraf yarışmalarından biri haline geldi. Türkiye Fotoğraf Sanatı Federasyonu danışmanlığında 'Hayata Dair' teması ile düzenlenen yarışmaya 18 yaş ve üzeri tüm amatör ve profesyonel kadın fotoğrafçılar en fazla beş adet fotoğrafla katılabiliyor. Bu yılki seçici kurulda Arel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Güler Ertan, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Fotoğraf Bölümü Bölüm Başkanı Prof. Dr. Nihal Kafalı, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Fotoğraf Bölümü Öğretim Üyesi Doç. Dr. Oktay Çolak, Fotoğraf Sanatçısı İsa Çelik ve Anadolu Hayat Emeklilik İletişim Müşaviri Nihan Güney yer alıyor. Sonuçları 2 Nisan'da Anadolu Hayat Emeklilik'in web sayfasında yayınlanacak olan yarışmanın birincisi 5 bin lira, ikincisi 3 bin lira, üçüncüsü ise bin lira ile ödüllendirilecek. Yarışmada dereceye giren eserler çeşitli mekânlarda fotoğraf severlerle buluşacak.



BNP Paribas Cardif Emeklilik'te bilgilerini güncelleyenler hediyelerine kavuştu

BNP Paribas Cardif Emeklilik'in globaldeki şirketi BNP Paribas Cardif'in 40'ıncı kuruluş yıldönümünü kutlamak amacıyla kişisel bilgilerini güncelleyen katılımcılarına özel armağanlar sunduğu kampanyanın talihlileri belli oldu. Çekiliş sonucunda 40 BNP Paribas Cardif Emeklilik katılımcısı, 5 Samsung i9500 Galaxy S4 cep telefonu, 5 Samsung notebook bilgisayar, 10 Samsung Galaxy Note 16 GB tablet bilgisayar ve 20 Samsung LED TV kazandı. 22 Kasım – 22 Aralık 2013 tarihleri arasında bilgilerini güncellemiş olan katılımcılar, çekiliş sonuçlarına şirketin kurumsal internet sitesinden (www.bnpparibascardif.com.tr) ulaşabiliyor.



Eureko yeni çalışanlarını e-oryantasyon ile karşılıyor

Eureko Sigorta, aralarına yeni katılan çalışanlarına yönelik hazırladığı oryantasyon eğitimi için Yunus Günce'nin sunumuyla oryantasyon filmi hazırladı. Hazırlanan yeni filmle Eureko Sigorta'nın kurumsal kimlik ve değerlerinin yeni çalışanlara en iyi şekilde yansıtılması hedeflendi. Şirketin üst yönetiminin mesajlarını içeren filmde, çalışanların şirketle ilgili görüşlerine de yer verildi.

Bu filmin oryantasyon sürecinin bir parçası olduğunu belirten Eureko Sigorta İnsan Kaynakları Direktörü Oya Buyan, şunları söyledi: "Aramıza yeni katılan çalışanlarımızın kurumsal kimlik ve değerlerimizi, şirket iklimimizi daha iyi anlamaları, içselleştirebilmeleri ve Genel Müdürlük binamızı tanımaları için farklı bir proje gerçekleştirmek istedik. Bunu yaparken de, çalışanlarımızın çoğunluğunun Y kuşağı olması nedeniyle eğlenceli, dinamik, görselliği yoğun ve oyun tabanlı bir uygulama hayata geçirmeyi hedefledik. Finalini de bu filmle yaptık. Yunus Günce vermek istediğimiz mesajı ve iletişim tonumuzu çok iyi anladı ve gerçekten de yaşadığımız dünyayı tüm samimiyeti ve gerçekliği ile yansıtan bir film çıktı ortaya. Ailemizin yeni üyelerini hem bizi bu kadar iyi anlatan hem de dinamik bir filmle karşılamaktan mutluluk duyuyoruz."


Oya Buyan

Şirkete yeni katılan çalışanlar için belli periyotlarla düzenledikleri oryantasyon eğitimini elektronik ortama taşıyan Eureko Sigorta, çalışanların şirketi hızla tanıyabilmesini, gerekli tüm bilgileri zaman ve mekandan bağımsız olarak edinebilmesini amaçladı.

Batu
MEDYA











Açıkhava reklamlarında hedefi yakalayan çözümler.

Batu Medya, 1991 yılından beri Türkiye çapında, duvar, çatı, yol panosu, stadyum reklamlarının satın alımı, kiralanması, yasal prosedürün takibi, reklam çalışmasının gerçek ölçülerde büyütülüp açık hava koşullarına dayanıklı malzemeye uygulanmasını da kapsayan açıkhava reklam faaliyetlerinde bulunmaktadır.

Geniş portföyümüzden yararlanan firmalardan bazıları: **Halk Sigorta, Yapı Kredi Sigorta, Yapı Kredi Emeklilik, Pakpen, Karsa, Bifa, Eti, Nokia, İgs, Vestel, Ariston, Akbank, Enka, Lipton, Sitil.**

Batu MEDYA

Akyol Sok. 27/6, Cihangir, Beyoğlu, İstanbul
T: (0212) 249 49 91 (0532) 633 63 84



NERMİN YILDIRIM

Sigortacı Köln'de

Bu ay Almanya'nın en güler yüzlü şehirlerinden biri olan Köln'deyiz. Kölnlüler ile sigorta hakkında konuşurken, bu bilincin de diğer şeyler gibi aileden geçtiğini, hatta neredeyse çocuklukta edinildiğini öğreniyoruz. Almanlara göre ağaç yaşken eğiliyor, sigorta bilinci de çocukluktan başlıyor!

Bir şeye sahip olduğumuzda ilk işimiz onu sigortalatmak



Auika Wagner (27, sosyal görevli)

Köln'de hayat nasıl gidiyor?
Güzel ve sakin.
Alman ekonomisi de sakin mi?
Bu, cevap vermesi güç bir soru. Elbette problemler var ama diğer ülkelerle karşılaştırdığımızda iyi durumda olduğumuzu görüyorum. Hatta sanırım Almanya'da yaşadığım için şükretmeliyim. Eğitim gibi temel haklarımızı karşılayabiliyoruz hiç değilse. Temel ihtiyaçlar için sıkıntı çekmiyoruz.
Özel sigortanız var mı?
Elbette. Ev ve kaza sigortam var.
O zaman sigortanın gerekliliğine inanlardansınız...
Hem öyle hem de değil. Yani sahip olduklarımı garanti altına almak gerektiğini biliyorum. Ama buna düşünerek karar vermiş sayılmam. Sanırım burada sigorta bilinci ve eğitimi aileden gelen bir durum. Yani büyürken ebeveyninizin bu konuda nasıl davrandığını görüyor ve yetişkin olduğunuzda da aynı davranışı sergilemeye başlıyorsunuz. Bir şeye sahip olunca ilk işiniz onu sigortalatmak oluyor böylece.
Türkiye denince aklınıza ilk gelen şey ne?
Türkiye'ye gitmedim ama pek çok Türk tanıyorum. Harika bir ülke, muhteşem de bir tarihi var. Bu aralar bazı sıkıntılar yaşandığını duyuyoruz ama her şeyin yoluna gireceğine eminim.

Tatilcinin seyir defteri

Ne görelim: Köln Katedrali

Ne yiyelim: Almanya'nın meşhur sosisli sandvici

Ne içelim: Envai çeşit Alman birası



Leyla Ceran (34, öğretmen)

Yabancı olduğum hissettiriliyor

Nerede doğdunuz?
Frankfurt'ta doğdum.
Hep Almanya'da mı yaşadınız?
2 yaşımda Türkiye'ye gittim. 10 yaşımda Gelsenkirchen şehrine geldim. O zamandan beri Almanya'da yaşıyorum.
Türkiye ile Almanya'yı karşılaştırdığınızda olumlu olumsuz farklar neler?
Türkiye'deki insan ilişkilerini daha sıcak buluyorum. Ancak iş disiplinini yeterli bulmuyorum. Resmiyet kurmak daha zor. İnsanlara mesleklerine göre muamele ediliyor, insanlar birbiriyle yarış içindeler. Okul sistemi bile öğrencileri yarıştırıyor. Almanya'da kendimi daha özgür hissediyorum. Toplum bireylerine karşı daha saygılı. Fakat bazı durumlarda ne kadar kendimi bu toplumun bir parçası hissetsem de baskın toplum tarafından yabancı olduğum hissettiriliyor.
Almanya'da ekonomiyi nasıl buluyorsunuz?
Bence Almanya'nın ekonomisi kötüye gidiyor. Birçok işyeri kapandı, işsizlik arttı. Sınıflar arasındaki fark belirginleşmeye başladı.
Özel sigortanız var mı?
Özel sigortam yok. Ama en yakın zamanda hayat sigortası ve emlak sigortası yaptırmak istiyorum.
Almanlar sigorta işini Türkler'den daha mı çok önemsiyor sizce?
Bence bu konuda Türk veya Alman ayrımı yok. Sigorta bireysel bir karar. Aslında herkes kendini güvenceye almak istiyor. Zaten şartlar da insanları bazı sigortaları yaptırmaya zorluyor. Bence yapılması da gerekiyor. Tabii sigorta yapılırken birçok vaatte bulunuluyor fakat bunlar gerçekleştirilirken zorluk çıkarılıyor.



Almanya'daki Türkler

Köln'de yaşayan azınlıklar içinde en büyük grubu Türkler oluşturuyor. Türklerin yoğun olarak yaşadıkları bölgelerde, sokakta Türkçe konuşmak, neredeyse bütün dükkanlardan Tükçe alışveriş yapmak mümkün. Şehirdeki Türkler hayatın her alanına nüfuz etmiş, kendi işlerini kurmuş, toplumsal olarak onaylanmış durumda. Alman ekonomisine ciddi katkılar sağladıkları da bir gerçek. Dolayısıyla üç kuçak evvel oraya göç edenlerden çok daha farklı koşullarda yaşıyorlar. Toplu-ma adapte olmuş ve benimsenmiş haldeler. Ancak yine de zaman zaman kendilerini yabancı hissettiklerini söylemeden de edemiyorlar.

Sigorta şirketine güveniyorum



Uludia Olberz (50, emekli)

Köln'de yaşamak nasıl?
Harika. Burada hayat güzel, huzurlu.
Bu şehirde yapmaktan en çok hoşlandığınız şey ne?
Kesinlikle koşmak. Koşmak için oldukça elverişli yollarımız var. Ben de koşuya çıkmaya bayılıyorum.
Ekonomiden memnun musunuz?
Memnunum. Bence hiçbir sorun yok. Hele krizdeki ülkelerle karşılaştırınca...
Özel sigortanız var mı?
Var. Evim ve arabam sigortalı.
Sigortacılar hakkında ne düşünüyorsunuz?
İşlerini yapıyorlar.
Onları güvenilir bulmayanlar var.
Ben o kişilerden değilim. Çalıştığım şirkete kesinlikle güveniyorum.
Son olarak, Türkiye hakkında ne düşündüğünüzü sorayım..
Türkiye çok ama çok güzel bir ülke. Ayrıca harika bir mutfağı var; dönere bayılıyorum.



Paula Maria Straube (28, küratör)

Fatih Akın ve Türk dostlar

Türkiye denince aklınıza ilk ne geliyor?
Fatih Akın'ın İstanbul Hatırası filmi ve çok sevdiğim Türk dostlarım geliyor.
Köln'de çok Türk var mı?
Evet, epey Türk yaşıyor burada.
Almanya'daki ekonomik gidişatı nasıl değerlendiriyorsunuz?
Bence Alman ekonomisi gayet iyi ve istikrarlı gidiyor.
Özel sigortalarla aranız nasıl?
Açıkçası çok fazla sigortam yok, devlet zaten bu anlamdaki ihtiyaçlarımızı karşılıyor. Ama sağlık sigortam mevcut.
Sigorta şirketleri hakkında ne düşünüyorsunuz? Güvenilirler mi?
Aslında bu çok sık kafa yorduğum bir konu değil. Fakat güvenilir olduklarını düşünüyorum.

2014 yılında iki şirketin kasko müşterilerine mini onarım hizmetini RS Servis verecek

RS Servis, mini onarımda AXA ve Güneş Sigorta'yla da anlaştı

RS Servis, 2014 yılında AXA ve Güneş Sigorta'nın kasko müşterilerine mini onarım hizmeti vermek için anlaştı. RS Servis Genel Müdürü Ünal Ünaldı, 2013'te sigorta sektörüne 75 milyon liralık tasarruf sağladıklarını ve 2014'te bu rakamın 100 milyon lirayı aşacağını söyledi.

RS Servis 2014 yılında Güneş ve Axa Sigorta ile mini onarım hizmeti anlaşması imzaladı. 1 Ocak 2014 tarihinden sonra Güneş Sigorta kasko poliçesi yaptıran her müşteri, ufak hasarlarda RS Servislerinde "Güneş Mini Onarım" sözleşmesi kapsamında hizmet almaya başladı. 1 Şubat 2014 tarihinden itibaren yaşayan tüm AXA Sigorta kasko poliçesi müşterilerine "AXA Küçük Hasar Onarımı Hizmeti" adı altında hizmet verilmeye başlandı.

1062 GROUPAMA MÜŞTERİSİNE HİZMET VERİLDİ

Ayrıca Groupama Sigorta ile 1 Aralık 2013 tarihinde imzalanan "Groupama Mini Onarım Hizmeti" sözleşmesiyle bu tarihten itibaren 15 Ocak 2014 tarihine kadar başvuran toplam 1062 müşterinin aracına "Groupama Mini Onarım" sözleşmesi kapsamında hizmet verildi.

'RS SERVİS 75 MİLYON LİRALIK TASARRUF SAĞLADI'

RS Servis 2013 yılındaki mobil parça ve mini onarım uygulamalarıyla sigorta sektörüne 75 milyon liranın üzerinde tasarruf sağladı. 2014 yılında mobil parça adedini yüzde 15 artırarak 285 bin adetten 330 bin adede yükseltmeyi, onarım oranını da yüzde 70'e çıkaracaklarını belirten RS Servis Yönetim Kurulu Başkanı Ünal Ünaldı, "Bu oranlarla sigorta sektörüne sağlanan tasarruf 100 milyon lirayı aşacak" dedi. 2013 yılı çalışmaları ve 2014 hedeflerini Sigortacı'ya açıklayan RS Servis Yönetim Kurulu Başkanı Ünal Ünaldı sorularımızı şöyle yanıtladı.

2013 yılı RS Servis açısından nasıl geçti, bir değerlendirmesini yapar mısınız?

2013 yılı RS Servis için "Mini Onarım" hizmet yılı oldu, 2013 yılının aralık ayı başından 2014 yılının ocak 15'ine kadar 45 gün gibi kısa bir sürede toplam 1062 Groupama müşterisine mini onarım hizmeti verildi. Mini onarım hizmetinde, hasar tespit ve müşteri kabul aşamasında önemli ölçüde hız kazanmak amacıyla iPad uygulamasına geçildi.

'2013'TE HEDEFLERİMİZİ AŞTIK'

RS Servis 2013 yılında hedeflerini ne ölçüde gerçekleştirdi?

2013 yılında ulaştığımız mobil parça adetlerini yüzde 23.6 artırarak 275 bine, onarım oranlarını yüzde 70'e çıkartma hedefi koymuştuk. Bu hedefimizi mobil parça adetlerinde fazlasıyla geçerek 222 bin 536 adetten, 285 bin 450 adede yükselterek yüzde 28 artış sağladık. Onarım oranlarını ise yüzde 61'den yüzde 66'ya çıkararak öngörülen hedefimiz olan yüzde 70'in biraz altında kaldık. Bu oranlarla sigorta sektörüne sağladığımız tasarruf 75 milyon lirayı aşmış durumda.

RS Servis hedeflediği hizmet kalitesine ne ölçüde ulaştı?

Hizmet kalitesinde çok iddialıyız. Bugün sigorta sektörüne hizmet veren tüm mini onarım servislerinin katılacağı bir müşteri memnuniyeti anketi hazırlansa birinci sırada çıkacağımızdan hiç şüphemiz yok.



'2014'Ü BÜYÜME YILI İLAN ETTİK'

RS Servis olarak 2014 yılı hedefleriniz nelerdir?

2014 yılında öncelikli hedefimiz en az 3 sigorta şirketi ile daha Mini Onarım hizmet anlaşması yapmak. Mobil parça adedini yüzde 15 artırarak 285 bin adetten 330 bin adede yükseltmeyi, onarım oranını da yüzde 70'e çıkarmayı hedefliyoruz. Bu oranlarla sigorta sektörüne sağlanan tasarruf 100 milyon lirayı aşacak.

RS Servis olarak önümüzdeki dönemde sigorta sektörüne yönelik ne gibi hizmetler sunacaksınız. Ne gibi yenilikleriniz olacak ve sigorta sektörüne bir mesajınız var mı?

Hasar onarımı konusunda sürprizlerimiz olacak. Gerçekleştirdikçe gazeteniz ile paylaşmaktan büyük mutluluk ve gurur duyacağım. 2014 yılını farklılık yılı olarak ilan ettik, fark yaratmaya devam edeceğiz.

RS Servis bayileri İstanbul'da buluştu

RS Servis Bayileri Eğitim Toplantısı 17 - 18 - 19 Ocak 2014 tarihlerinde İstanbul'da Nov Otel Zeytinburnu'nda yapıldı. RS Servis'in konuğu olarak İstanbul'da buluşan bayilere 3 gün boyunca mini onarım ve mobil parça onarımı ile ilgili çeşitli eğitimler verildi. Bayilerle 2009 yılından bu yana gelinen nokta değerlendirildi ve 2014 yılı hedefleri konuşuldu. Ayrıca 18 Ocak 2014 Cumartesi akşamı Kumkapı'daki yemekte bir araya gelen bayiler, yılın yorgunluğunu atarak keyifli bir gece geçirdi.


Ünal Ünaldı

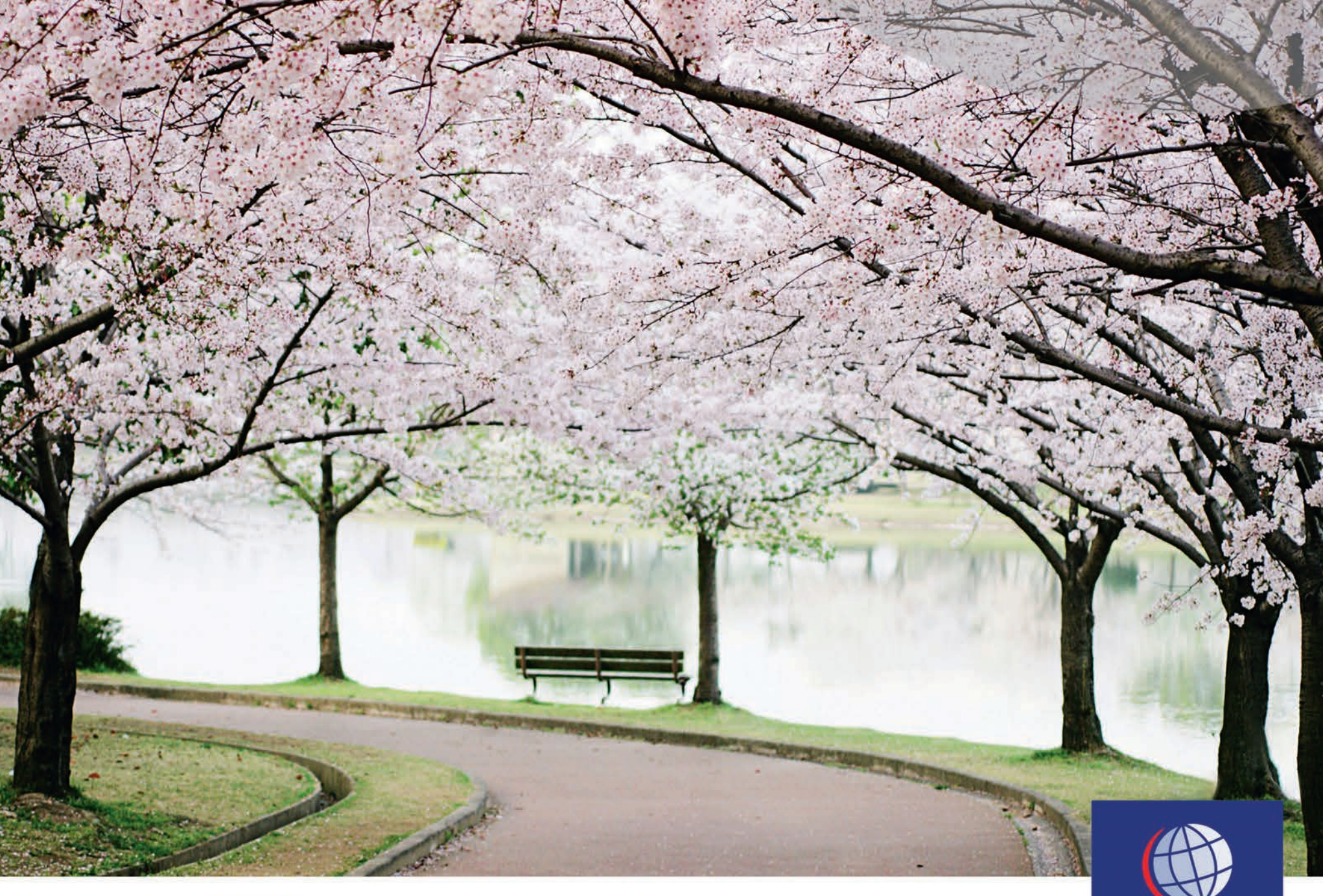






Inter Partner ASSISTANCE

"Profesyonel Yaşam Desteğiniz"



Member of the Global AXA ASSISTANCE Group

redefining / service

Inter Partner ASSISTANCE

Yüksek stok kapasitesi, tedarik karşılama, cazip iskonto oranı, hızlı operasyon yapısı:

Tual Otomotiv yedek parça tedarik hizmetinde iddialı

Tual Otomotiv, Hyundai marka araçların orjinal ve eşdeğer yedek parçalarının tedariki konusunda oldukça iddialı. Şirketin kurucu ortaklarından Hulki Kolören, piyasada en uygun fiyatlara yedek parça sağlayan şirket olduklarını söylüyor.

TUAL Otomotiv, Hyundai marka araçların her türlü yedek parçalarının tedariği konusunda faaliyet gösteren bir firma. 2010 yılında kurulan Tual Otomotiv sadece İstanbul ve Marmara Bölgesi'ne değil, tüm Türkiye'ye araba yedek parça tedariği konusunda hizmet veriyor.

Özellikle verdikleri uygun fiyatlar sayesinde tercih edilen şirket, yedek parça teslimatı konusuda da bir o kadar iddialı. Firma Türkiye'nin neresinden verilmiş olursa olsun siparişleri en geç 48 saat içinde müşterilerine teslim ediyor. Firmanın müşterileri arasında başta sigorta şirketleri olmak üzere otomotiv servisleri, oto kiralama şirketleri ve hasar onarım merkezleri bulunuyor.

Tual Otomotiv'in üç ortağı Hulki Kolören, Ahmet Seven, Suat Durmuş, sigorta ve otomotiv sektörlerine yabancı isimler değil. Her üçü de uzun yıllar bu alanlarda çalışmış kişiler.

Şirketin kuruluş fikri 2005'te yapılan bir kanun değişikliğinin tebliği ile ortaya çıkmış. 2005/4 sayılı Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalar ve Uyumlu Eylemlere İlişkin Grup Muafiyeti Tebliğine göre sigorta şirketleri, hasar onarımı sırasında sadece orijinal parça değil, eşdeğer parçaları da kullanabilmeye başladı. Tedarikçi firmalar; ithalatçı firmalar, yetkili servisler dışında getirttikleri ve piyasaya verdikleri araba yedek parçalarını sigorta şirketlerine de teklif etmeye başladılar. Bu sayede sigorta şirketleri hasar maliyetlerini düşürebildi.

Ayrıca yine bu değişiklikle sigorta şirketlerinin elde ettikleri bir diğer maliyet avantajı ortaya çıktı: Doğal rekabet. Sigorta şirketleri, yedek parça tedariği yapan firmalardan, daha önceleri yetkili servislerden isteyemedikleri oranda iskonto talep edebiliyor.

Tual Otomotiv kurucu ortaklarından Hulki Kolören, uygun fiyatlara logolu orjinal veya eşdeğer yedek parçaları üretim merkezlerinden, aracısız sağladıklarını ve bu sayede Tual Otomotiv olarak müşterilerine oldukça uygun şartlarla tedarik yapabildiklerini söylüyor. Tual Otomotiv'in merkezine yaptığımız ziyaret sırasında sorularımızı yanıtlayan Kolören nasıl piyasadan daha avantajlı olarak müşterilerine uygun fiyatlara Hyundai marka otomobillerin yedek parçalarını tedarik ettiklerini şu şekilde açıkladı:

"Yedek parçaları doğrudan ithal eden bizim gibi şirketler ana tedarikçilerden yüksek montanlı alımlara göre avantajlar elde edebiliyorlar. Bizim iç ve dış pazarlarda ticaret hacimlerimiz yüksek olduğundan daha fazla iskontolarla parça ithalatı yapabiliyor ve bu indirimlerin büyük kısmını da iç piyasadaki muhtelif alıcılarımıza teklif edebiliyoruz."

KÜRESEL ÖLÇEKTE OPERASYON AĞI

Türkiye dışında Dubai ve Çin'de ofisleri bulunan Tual Otomotiv işbirliği yaptıkları yedek parça tedarikçisi firmalarla uzun vadeli ve güvene dayalı anlaşmalara imza atmış. Kolören bu anlaşmalar ile ne amaçladıklarını şöyle açıklıyor: "Birlikte çalıştığımız firmalara, üreticilere yedek parça ithalatını uzun vadeli yapacağımıza inandırdığımız için, tahminimizin ötesinde avantajlar elde edip, bu avantajları da beraberinde iç pazardaki iş ortaklarımıza yansıtabildik. Bu da bize üç yıl içerisinde görece daha yüksek bir satış cirosu ve daha hızlı piyasaya girebilme olanağı sağladı."

Hulki Kolören, Türkiye'de iç piyasaya yaptıkları yedek parça tedariği dışında, son yıllarda gördükleri pazar olanakları nedeniyle yedek parça tedarik imkânlarını yurtdışına transit ticaret (crosstrade) yapmak için de kullandıklarını belirtti. Arabaların yedek parçalarını Türkiye karasularına hiç sokmadan tedarik merkezlerinden denizaşırı müşterilerine re-export yada transit ticaret şeklinde sattıklarını da söyleyen Kolören bu operasyonlar için daha çok Dubai ofislerini kullandıklarını ifade etti.

TÜRKİYE'DE 14 SİGORTA ŞİRKETİ MÜŞTERİSİ

"İskonto olanaklarımızı ve yüksek karşılama oranlarımızı sigorta şirketlerinin yedek parça tedariklerinde kullandığımızda 2011 ile 2014 yılı arasında 14 tane güzide sigorta şirketi ile orijinal ya da eş değer yedek parça tedariği konusunda karşılıklı fayda temelli çalışmalar yapmaya başladık" diyen Hulki Kolören, tedarik karşılama oranlarının yüzde 95'lere ulaştığını söyledi.

BÜYÜK STOK HACMİ, GÜÇLÜ MALİ YAPI

Sigorta şirketlerinin yanı sıra, iç pazarda yedek parça alım satımı yapan toptancılara, araç filolarına, kiralama şirketleri ve hasar onarım merkezlerine de hizmet verdiklerini belirten Hulki Kolören bu kapasitede yedek parça tedariki yapabilmelerini sağlayan yüksek stok hacmi ve bu hacmi olanaklı kılan güçlü mali yapılarına vurgu yaptı. Tual Otomotiv'in ticari operasyonu üç sac ayağı üzerine oturuyor: İthalat - ihracat ile stok kontrolü ve finansal işler. Finans işler ile ortaklardan Ahmet Seven sorumlu. Yurtiçi Pazar operasyonları ise üçüncü ortak Suat Durmuş'un sorumluluğunda. Tual Otomotiv kendisine gelen tüm yedek parça taleplerini İstanbul içinde en geç 24, ülke genelinde ise 48 saat içinde müşteriye ulaştırabiliyor . Üstelik bunu 9 bin kalem ürün ile yapıyorlar.

Ahmet Seven bu güçlü stok hacminin oluşabilmesi için sağlam bir mali yapı oluşturduklarını belirtti: "Bu kadar kısa sürede yani 24 saatlik süre içinde İstanbul, 48 saat içerisinde de Türkiye'nin en uzak noktasına ürünlerin ulaşabilmesi için hem hizmet yapımızın çok güçlü olması hem de bundan çok daha önemlisi stok hacmimizin kuvvetli olması gerekiyordu. Bunu da güçlü bir mali yapıyla ile sağlayabilirdik."

Fiilen faaliyete başladıkları 2011'den bugüne gelindiğinde 25 bin metrekare raf hacmi ve stok bulundurma kapasitesine ulaştıklarını ve bunu çoğunlukla kendi öz sermayeleriyle oluşturduklarını söyleyen Seven, "amacımız sigorta şirketlerinin yüzde 90'ların altında olmamak koşuluyla taleplerini karşılayabilmek" dedi. 2013'ü 6 milyon lira civarında bir ticaret hacmiyle (ciro) kapattıklarını söyleyen Seven 2014 yılını yaklaşık 10 milyon lira ticaret hacmiyle tamamlamayı hedeflediklerini belirtti.

"Tual Otomotiv, yüksek stok kapasitesi, sürekli bulundurduğu parça çeşitliliği ve adetlerle ülke iç pazarında büyük hacimli tedarik karşılama kapasiteleriyle çalışan yedek parça tedarikçilerinin arasındadır" diyen Suat Durmuş, yurtiçi operasyonların tamamıyla ilgileniyor.

İşe ilk başladıklarında öncelikle piyasaya toptan olarak yedek parça sattıklarını söyleyen Durmuş, ilerleyen dönemlerde daha çok sigorta şirketlerine yedek parça tedarikçisi olarak hizmet verdiklerini ifade etti. Suat Durmuş, şu an itibariyle 14 sigorta şirketiyle işbirliği yaptıklarını ancak Türkiye genelinde gerek pazarlama ağlarıyla gerekse online satış sistemleriyle toptan yedek parça satışı yaptıklarının da altını çizdi.



(Soldan sağa) Suat Durmuş, Ahmet Seven, Hulki Kolören

Pert Borsası ve Auto Online artık tek çatı altında

Solera Grup Türkiye'de iş ortağı olarak Pusula'yı seçti

Geçtiğimiz yıllarda Audatex markasıyla Türkiye'de faaliyet gösteren Solera Grup, Pert Borsası'nın yaratıcısı Pusula A.Ş.'yi satın alarak operasyonel gücünü birleştirdi. Bu birleşme ile birlikte çalışmaya başlayan ekipler Audatex markasını Türkiye'de hakettiği yere taşımak istediklerini ifade ediyorlar.

OTO sigortası branşında çalışanlar ve faaliyet gösterenlerin yakından tanıdığı Pert Borsası ve Audatex aynı çatı altında bir araya geldiler. Solera Holding bünyesinde faaliyet gösteren Audatex ve Pusula A.Ş. geçtiğimiz ağustos ayında imzalanan anlaşma ile birleşmişlerdi.

9 Aralık'ta ise şirket, Maslak'taki yeni ofislerinde bir kokteyl verdi. Pusula A.Ş. kurucusu Orhan Yıldız, birçok üst düzey yöneticinin ve şirket çalışanının katıldığı kokteyle Solera Holding Bölge Direktörü Arnauld Agostini de vardı. Hem Orhan Yıldız ile hem de Arnauld Agostini ile bu birleşmeyi ve 2014 planlarını konuştuk.

TÜRKİYE'DE HASAR SİSTEMLERİNDE ÖNCÜ

Sektörün 2000'li yılların başından beri yakından tanıdığı Pert Borsası markasının ait olduğu Pusula Otomotiv'in kurucusu Orhan Yıldız, sektöre ilk girdikleri zamandan bugüne sürekli bir gelişim içinde olduklarını belirtti.

Avrupa'da araştırma yaptıkları sırada Audatex ile karşılaştıklarını söyleyen Yıldız, Sektörün yönelimlerine göre software tabanlı bir çözüm aradıklarını ve bunu dünyada başarıyla o dönemde Audatex'in kullanmakta olduğunu belirtti: "Dünyaya baktığımızda bu konumda en uzman şirketin audatex olduğunu keşfettik. Biraz daha incelediğimizde, dünyada o dönem 50'ye yakın ülkede faaliyet gösteren Audatex'in bulunduğu ülkelerde hemen hemen yüzde 90 pazar lideri olduğunu gördük. 2005'te Audatex'i Türkiye'ye getirmek için araştırmalara başladığını söyleyen Yıldız, Pert Borsası'nın da Türkiye'deki hakim konumu sayesinde Audatex'in hisse satın alma yoluyla Türkiye pazarına girme kararı aldığını söyledi. Ancak Pusula A.Ş. ile Audatex el sıkışma aşamasındayken Solera Grup, Audatex'i satın aldı ve dünyadaki tüm operasyonları tekrar ele almak için durdurdu.

Yıldız bu dönemi şöyle anlattı: "Tabii Solera Grubu, Audatex'i satın alınca dünyadaki tüm satın alma operasyonlarını durdurma kararı aldı. Ve 2007 yılında Audatex kendi başına Türkiye'ye girdi. 2008 gibi de Oto Online'ı aldı. Auto Online Alman sermayesi ile 1997 yılında kurulmuş bir şirket. Tüm AB ülkelerinde pazar lideri olarak biliniyor. Türkiye'de Audatex, Auto Online olarak



faaliyet göstermeye başladı. Aynı sırada biz de Pert Borsası markamızla faaliyetlerimize devam ediyorduk. Auto Online ile rekabet halinde olsak da ilişkilerimiz hep devam etti. 2012 yılında tekrar partnerlik görüşmeleri başladı. 2013 ağustos ayında nihayet Solera Grup ile satın alma anlaşmasını imzaladık. O tarihten itibaren de Solera Holding bünyesi altında faaliyet gösteriyoruz."

"SOLERA İLE PRENSİPLERİMİZ ÖRTÜŞÜYORDU"

Orhan Yıldız, birleşme sürecinde fazla bir sorun yaşamadıklarını ifade etti. Yıldız bunun nedenini şöyle açıkladı: "Solera Grup dünya çapında bir şirket. Biz de kendi alanımızda oldukça deneyimli ve iyi bir kadroya sahibiz. Ayrıca kurumsal yapımızın da farkındaydılar. O yüzden bizimle çalışmayı seçtiler. Solera yalnızca çok iyi partner ilişkileri kuracağına inandığı firmalarla çalışıyor ya da onları kendi bünyesine alıyor. Dolayısıyla satın alacağı firmaları buna göre de değerlendiriyor. Biz 2 yıl boyunca büyük bir oditten geçtik. Dolayısıyla birleşme ve satın alma sürecinde neredeyse hiç sorun yaşamadık. Sağlıklı bir birleşme oldu diyebilirim."

"Pusula'nın genel merkezi Fulya'daydı, Audatex'ın Altunizade'deydi. Bize verilen ilk misyon bu iki firmayı tek çatı altında birleştirmekti" diyen Yıldız, anlaşmanın yapıldığı ağuston ayından aralığa kadar, sıfır kayıpla yenileme dönemini tamamlayıp bu sırada müşterilerine verdikleri hizmetlerde hiçbir sorun yaşamadan bu dönüşümü gerçekleştirdiklerini ve yeni ofislerini yeni yıla yetiştirdiklerini belirtti.


Pert Borsası ve Auto Online ekipleri Maslak'taki yeni ofislerinde aynı çatı altında çalışmaya başladılar.

'TÜRKİYE'DEKİ UYGULAMA PLATFORMUMUZU GELİŞTİRECEĞİZ'

Bay Agostini, öncelikle bize Solera'nın 2013 yılı faaliyetlerinden bahseder misiniz?

Solera Grup olarak mali yılımız 1 Temmuz'da başladı ve 31 Haziran'da bitti. Yani şu anda mali yılın ortasındayız. Solera'nın bu mali yılı çok iyi geçiyor. Ayrıca dünya çapında 1 milyar dolar gelire ulaştığımızı gururla söylemek isterim.

Solera Holding'in kurucusu ve İcra kurulu başkanı (CEO) Tony Aquila geçtiğimiz günlerde EY'den girişimcilik ödülü aldı. Yenilik şirketiniz için vazgeçilmez bir önemde öyle değil mi?

Tony Aquila ile sık sık birlikte çalışıyoruz. Ona o ödülü neden verdiklerini anlayabiliyorum. Öngörüleri çok kuvvetlidir.

Yenilik bizim için büyük önem taşımaktadır çünkü bildiğiniz üzere Solera (Audatex), 60'lı yılların ortasında faaliyete başlamış bir şirket. O zamandan beri sigorta sektörü için, hasar tespit konusunda uygun bir hesaplama yapmaktayız. Nesillerdir var olan bir şirketin bilgilerini yenilemesi ve pazarlarda yeniliklere açık olması gerçekten çok önemli. İşte bu yüzden, insanlar dünya çapında yeniliklere fazlasıyla yatırım yapıyor.

Siz Solera Holding'in bölge müdürüsünüz. Bize öncelikle global, sonra da yerel operasyonlarınızdan bahseder misiniz?

Solera, dünya çapında bir şirket. Dünya çapında 70'den fazla ülkede faaliyet göstermekteyiz. Önümüzdeki yıllarda, bu coğrafi genişleme devam edecek. Bir hedef belirledik ve ona "2020 Hedefi" adını verdik. 2020 yılı için hedefimiz, kendimizi 100 ülkede göstermek ve iki milyon dolar gelir sağlamak. Dünya çapında hasar pazarını incelerseniz, Solera'nın sigorta sektöründeki tek global tedarikçi olduğunu görürsünüz. Amerika'da ya da Avrupa'da olmanız, hiçbir şeyi değiştirmez. Bu kadar yaygın faaliyet gösteriyor olmak sigortacıların her gün karşılaştığı sorunları daha rahat bir biçimde anlamamızı sağladı. Mesela bugün Türkiye'de yaşanan sorunları çözmeye çalışmaya başladığımız zaman bunların daha önce Fransa ve İngiltere'de karşılaştığımız problemler olduğunu görüyoruz. Bu birikim bize büyük bir avantaj sağlıyor.

Bu kadar tercih edilmenizi neye bağlıyorsunuz?

Biz en iyi uygulamayı bulup paylaşmayı severiz. Global veri tabanımızda oluşturduğumuz çözüm, sigortacının:

1. Hasar maliyetinden tasarruf yapmasını sağlar,
2. Zaman kazanmasını sağlar,
3. Müşteri memnuniyetini arttırır.

Türkiye pazarı ile ilgili planlarınız neler?

Türkiye'de genişlemek istiyoruz. Türkiye pazarının Solera için büyük bir potansiyel oluşturduğuna inanıyoruz. Sigortacılar için kurtarma yönetimi konusunda uzman olan Pusula şirketini satın alarak, yatırımlarımıza başladık sayılır. Pusula şirketindeki üst yönetim, aynı zamanda Auto Online ve Audatex şirketlerinin faaliyetlerini yürütecektir. Türkiye'de güçlü bir Solera organizasyonu yaratmak için ekibe katılan Orhan Yıldız ve Haydar Aydın ile gurur duyuyoruz. Sigortacının, orijinal malzeme üreticisinin, kaportacının ve denetçinin hasarları daha iyi idare etmesini sağlayacağız. Bu işi birçok ülkede yaptık ve Türkiye'deki platformumuzu geliştirmek için birçok yenilik getireceğiz.

SAİK Başkanı seçilip acentelerin sorunlarıyla ilgili çalışmaya başlayan Hüseyin Kasap:

Acentelerin SAİK'i var

SAİK Başkanı Hüseyin Kasap göreve geldikten sonra hızla çalışmalara başladı. Hem acenteler hem de Hazine ile yürüttüğü sıkı iletişim süreci içinde sektörün sorunlarını belirleyen Kasap, acentelerin elini rahatlatacak çalışmalar yaptıklarını ifade ediyor.

ARALIK ayı başında SAİK başkanı seçilen Hüseyin Kasap, 24 Aralık'ta gerçekleşen İcra Komitesi'nin ardından hem Hazine hem de acenteler ile görüşerek hızla gündemini belirledi. SAB Sigorta Acenteleri Derneği'yle de görüşen Hüseyin Kasap, ocakta düzenlenen ikinci İcra Kurulu sonrası programlarını ve yapmak istediklerini Sigortacı Gazetesi'yle paylaştı. "Acentelerin SAİK"i var" diyen Kasap, yasal düzenlemelerden, reklam kampanyalarına, acentelerin sorunlarından sektörün büyümesinin önündeki engellere kadar pek çok farklı konuda açıklamalarda bulundu.

SAİK başkanı seçildikten sonraki ilk toplantınız 24 Aralık'ta gerçekleşti. O günden bugüne yaşanan gelişmeleri anlatır mısınız?

İlk görev günü 24 Aralık'ta başladı. İlk toplantıda beni başkan Süleyman Özer'i de başkan yardımcısı seçtiler. Tabii 3 ay boyunca toplanmamış bir SAİK'in önünde 128 maddelik uzun bir gündem duruyordu. Ocak ayının 20'sinde İcra Komitesi'nin ikinci toplantısı gerçekleşti. Toplantı öncesinde Hazine'ye gidip Sayın Genel Müdürümüz Ahmet Genç ile de uzun bir toplantı yaptık. Bu toplantıya göre ikinci toplatıda bir eylem planı oluşturduk.

Önemli bir konunun altını çizmek istiyorum. Acenteler açısından SAİK algısıyla ilgili söylemek istediğim bir nokta var. Sigorta acentelerinde SAİK'le ilgili acentelerin her sorununu çözecek kurum burasıymış gibi bir algı var. Örneğin, bankalar, kooparatifler, vakıflar veya otomotiv plazaları sigortacılık yapmasın, acente harici sigortacılık yapılmasını yasaklayalım istiyorlar.

Halbuki SAİK'in karışabileceği tek nokta otomotiv plazaları ile ilgili kısım. Çünkü geriye kalan yerler özel kanunla kurulmuş, kendi kanunlarından aldıkları yetki var, sigortacılık kanunundan aldıkları yetki var. Dolayısıyla benim banka sigorta acenteliğine, vakıf sigorta acenteliğine ve kooperatiflere karışmak gibi yasal bir hakkım yok.

Acentelerin bu bakış açısını yanlış mı buluyorsunuz?

Acentelerin diğer kanallara karşı 'biz burada ne yapabiliriz, kendimizi nasıl geliştirip koruyabiliriz' demesi lazım. Acenteler, 'nasıl gelişip kurumsallaşabiliriz', 'nasıl pastadaki payı büyültebiliriz' demek yerine Komite bunları yasaklasın diyebiliyor.

Maalesef geçen dört yılda SAİK çalışmalarından dolayı oluşan beklentiler bu yöndeydi. Bu alışkanları kırmak kolay olmuyor.

ŞİKAYETLERİN YÜZDE 90'I ACENTELİK SÖZLEŞMESİ

SAİK başkanı olarak acenteler için bu dönemde neler yapacaksınız?

Acentelerin lehine yapılması gereken her türlü düzenleme için çalışıyoruz. Hazine Sigortacılık Genel Müdürlüğü'nün, Hazine Müşteşarlığı'nın çıkaracağı yasalar, genelgeler, yönetmelikler var. Biz burada acenteleri, diğer kanallara karşı korumak için elimizden geleni yapacağız. Acentelerin sorunlarını Acentelik Yönetmeliği, Destek Hizmetleri Yönetmeliği ve Uzaktan Satış Yönetmeliklerinde yapılacak değişikliklerle inşallah çözeceğiz. Yeni SAİK olarak bu konuda görüşlerimizi oluşturduk, Hazine'ye iletiyoruz, gerekli çalışmaları yapıyoruz.

Ben sizin gazetenizde yayımlanan daha önceki bir söyleşide kira kontratları bile acentelik sözleşmesinden daha sağlam demiştim. Bu durum halen geçerli. Kirayı ödediğiniz müddetçe kimse sizi kapının önüne koymaz. Oysa sigorta primlerini zamanında ödeseniz bile yarın sabah sigorta şirketi acentenin ekranını kapatabilir. Mevcut sözleşmeler resmen kölelik sözleşmeşi. Bu konuları çözmek niyetindeyiz. Acentelerin şikayetlerinin yüzde 90'ı Acentelik Sözleşmesi'nden kaynaklanıyor.

Ekran kapatma, fesih, komisyon indirimleri, portföy hakkı yani aklınıza gelecek her türlü şikayet konusu bu sözleşmeden kaynaklanıyor. İşte burayı iyi düzenlememiz gerekiyor.

1 YILLIK EYLEM TAKVİMİ HAZIR

- Tahkim ile ilgili beklentilerimiz var. Bir kanun değişikliği yapmak gerekiyor. Bizim istediğimiz değişiklik, tahkimin acentelerle şirketler arasındaki sorunlara da bakılan bir yer olması.
- Acenteler arası iş paylaşımı da yine yapılmasını istediğimiz bir değişiklik. Nisanda Hazine acenteler arası iş paylaşımını serbest hale getirdi. Ama işin suyu çıktı. Bunun kontrol dahilinde yapılması gerekiyor.
- Tüketici Kanunu Mayıs 2014'te yürürlüğe girecek. Tüketicinin kredi alırken sigorta yaptırma zorunluluğu ortadan kalktı. Biz tüketicinin istediğinde sigortasını iptal ettirip başka bir kanaldan yaptırabilmesini istiyoruz.
- Acenteler KOSGEP kredilerinden yararlanmak için KOBİ statüsünde olmak istiyorlar. Bunu da halletmek istiyoruz.

"Acenteler merak etmesinler. Acentelerin SAİK'i var. Kendilerini yalnız hissetmesinler. Devletle, Meclis'le, sigorta şirketleriyle olan her türlü sorunlarını çözmek için yoğun biçimde çalışıyoruz."



Ancak acentelerimiz merak etmesinler. Acentelerin SAİK'i var. Kendilerini yalnız hissetmesinler. Yanlarında SAİK var. SAİK acenteler için çalışıyor.

Sigorta şirketleri acentelerin kendileri için ne kadar önemli olduklarıyla ilgili açıklamalar yapıyorlar. Bu açıklamalar gerçeği yansıtmıyor mu?

Problem ne biliyor musunuz; işler iyiyken primler paralar ödenirken her şey iyi, aksi bir iş olunca hemen ilişkiler bozuluyor. Hasar prim dengesi bozulunca ya da primler düşünce sigorta şirketinin genel müdürü veya yardımcısı hemen sizi rapor ediyor. İlk başta uyarı alırsınız ancak işler düzelmezse her şey acente aleyhine gelişmeye başlar.

Ayrıca sigorta şirketleriyle acenteler arasında yaşanan bir diğer sorun da şirketlerin destek hizmetleri. Şöyle şeyler yaşanabiliyor mesela: Acenteliğini yaptığınız bir şirketin servis anlaşması olan merkeze sigortalının arabasını yolluyorsunuz, sizin yolladığınız aracın bütün sigorta bilgileri çekilip yukarıdaki plaza acenteliğine pas ediliyor, daha sonra poliçelerin süresi gelince acenteler müşteriyle irtibata geçiyor. Yani kendi elimizle müşterileri plazadaki acentelere yönlendirmiş oluyoruz. Bu konuda acentelerin çok şikayeti var. Etik kuralları düzenlerken bu konuyu da dikkate alacağız.

ACENTELER SATIŞ KONUSUNDA EĞİTİLMELİ VE MOTİVE EDİLMELİ

Aslında acenteler trafik sigortası ve kasko satmak dışında daha fazla ürün satabilseler, müşterinin ihtiyaçları doğrultusunda poliçe oluşturabilecek uzmanlığa gelseler diğer satış kanalları içinde kaybolmazlar...

Doğru düşünüyorsunuz ama bu uzun bir süreç. Sigorta acenteliğinde herkesin eğitimi ve tecrübesi aynı olmuyor. SEGEM eğitimiyle ilgili eleştiri geldiğinde bana şunları söylediler: 'İlkokul terkle, iki fakülte mezunu olan acentenin aynı yerde bulunduğu bir yapıda nasıl homojen bir eğitim sağlanabilir...'

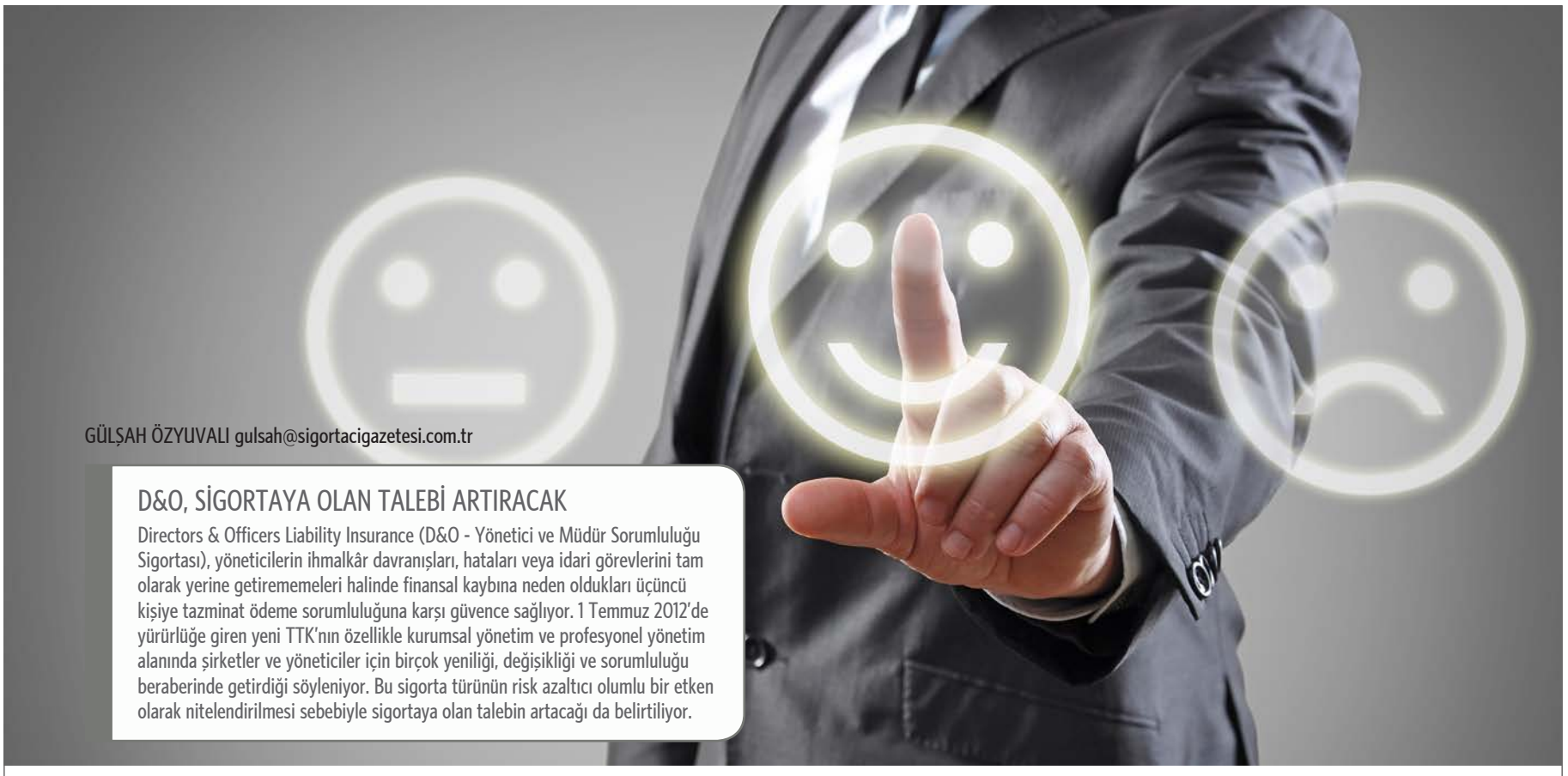
Gerçekten böyle bir yapı var. Ve acentelerin eğitim problemini SEGEM ile filan hemen çözmek mümkün değil.

Acentelerin eğitimi konusunda ne yapılabilir? Anadolu'nun il ve ilçelerinde acentelere yönelik özel programlar düzenlenmesi gerekiyor. İşi ve ürünü geliştirecek programların yapılması lazım.

Acentelerin iş yoğunluklarına göre eğitimler verilmeli. Mesela trafik sigortası ya da DASK poliçesi… O bölgedeki insanlara satılan DASK nasıl konut sigortasına dönüşebilir, trafik sigortası nasıl kaskoya dönüştürülür veya küçük işyerlerine işyeri poliçesi satılırken yanında ferdi kaza poliçesi nasıl satılır, acentelere bunlar öğretilmeli. Burada hem ürüne hem de acente eğitimine yönelik bir program yapılması gerekir.

Ben ödüllendirme yönteminin hep tuttuğuna tanık olmuşumdur. Bir acente haftada beş tane trafik poliçesi satarken yanında bir de konut ve ferdi kaza poliçesi sattığında, yüzde 17 olan trafik komisyonunu yüzde 20'ye çıkarırsanız acenteler her hafta kesinlikle bir konut veya ferdi kaza poliçesi satmaya başlayacaktır. Yani eğitim dışında acenteleri motive etmek de işin gelişimi açısından son derece önemli bir faktör. Sigorta şirketlerine bu konuda büyük iş düşüyor. Acentelerinin portföyünü değiştirip geliştirmek zorundalar.

Şirketlerin satış kanallarına bakıldığında poliçe üretiminin büyük kısmı halen acenteler tarafından gerçekleştiriliyor...



GÜLŞAH ÖZYUVALI gulsah@sigortacigazetesi.com.tr

D&O, SİGORTAYA OLAN TALEBİ ARTIRACAK

Directors & Officers Liability Insurance (D&O - Yönetici ve Müdür Sorumluluğu Sigortası), yöneticilerin ihmalkâr davranışları, hataları veya idari görevlerini tam olarak yerine getirememeleri halinde finansal kaybına neden oldukları üçüncü kişiye tazminat ödeme sorumluluğuna karşı güvence sağlıyor. 1 Temmuz 2012'de yürürlüğe giren yeni TTK'nın özellikle kurumsal yönetim ve profesyonel yönetim alanında şirketler ve yöneticiler için birçok yeniliği, değişikliği ve sorumluluğu beraberinde getirdiği söyleniyor. Bu sigorta türünün risk azaltıcı olumlu bir etken olarak nitelendirilmesi sebebiyle sigortaya olan talebin artacağı da belirtiliyor.

Ürün sorumluluk sigortası vazgeçilmez bir çözüm oldu

Ürün sorumluluk sigortaları Türkiye'de son yıllarda talep edilen bir branş haline geldi. Asıl hedef, sigorta ettirenin (üretici) mal varlığında meydana gelecek azalmayı önlemek. Bu sigorta türü hem tüketici hem de finansal gücünü ve itibarını kaybetmek istemeyen üreten için vazgeçilmez bir sigorta çözümü olarak da nitelendiriliyor.

ÜRETİM hataları günümüzde seri üretim biçiminin istenmeyen ama önüne geçilemeyen bir sonucu. Ayrıca, büyük çapta zararla sonuçlanan olaylara da sebep oluyor. Üreticinin sorumluluk konusu, ilk olarak Amerika, İngiltere gibi, sanayi ve ticaret alanında gelişti ve tüketici bilincinin fazla olduğu ülkelerde ortaya çıktı. Bununla beraber, ülkeler arası gelişen ticaretin de etkisiyle, kısa zamanda her devletin dikkat etmesini gerektiren bir konu halini aldı. Bir üreticinin, ürününü hatalı olarak piyasaya sürmüş olması, kusuru olmasa dahi o üründen zarar görmüş kişilere karşı sorumlu tutulmasına yetiyor. Ayrıca, hem tüketici hem de finansal gücünü ve itibarını kaybetmek istemeyen üreten için vazgeçilmez bir sigorta çözümü olarak da adlandırılıyor. Ürün sorumluluğu sigortası bir çeşit hukuki sorumluluk sigortası. Bu sigorta türü, sigortalının ürettiği malların kullanılması esnasında üçüncü şahısların ürünün kusuru nedeniyle uğrayacağı zararlar neticesinde yasal olarak ödemekle sorumlu olduğu bedeni veya maddi zararları tazmin eden bir ürün olarak belirtiliyor. Ürün sorumluluk sigortası kapsamında verilen teminatlar, bu branşın prim fiyatları hakkında düşüncelerini aktaran sektör yöneticileri, hem gerçekleşen ürün sorumluluk risklerine örnek verdiler, hem de müşteri gözüyle bu konuyu değerlendirdiler.

GERÇEKLEŞEBİLECEK ÜRÜN SORUMLULUK RİSKİ

Generali Sigorta Genel Müdürü Mine Ayhan, ürün sorumluluk sigortalarına şu şekilde bir örnek verdi: "Mesela, otomotiv sanayiine tedarikçi olarak hizmet vermektesiniz, ürettiğiniz malı ana sanayi firmasına satıyorsunuz ve ilgili firma sizin ürünlerinizi kullanarak hususi /ticari araç üretiyor. Bu aracın ürününüzün kusurundan dolayı kaza yaptığını ve üçüncü şahıslara zarar verdiğini varsayarsak, işte bu noktada sizin firmanıza gelebilecek tazminat taleplerini karşılayan ürün sorumluluk sigortasıdır. Yurtdışından ithal ederek Türkiye'de distribütör olarak sattığınız ürünlerin kusurundan dolayı üçüncü şahıs zararları/tazminat talepleri bu poliçeyle teminat kapsamındadır."

Öte yandan, ürün sorumluluk sigortaları Türkiye'de son yıllarda talep edilen bir branş haline gelirken, yönetici sorumluluk sigortaları da (Directors and Officers Liability) yeni Türk Ticaret Kanunu ile şirketler ve yöneticiler için birçok yeniliği, değişikliği ve sorumluluğu beraberinde getirdi. Eski TTK'ya göre bir şirkette bir sorun varsa bundan herkes sorumlu olurdu ve tüm şirkete ceza verilirdi. Yeni TTK'da ise yatay sorumluluk yerine dikey sorumluluk oluştu. Bir problem ile karşı karşıya gelince buna sebep olan kişi veya birime ceza geliyor. Yönetici sorumluluk sigortalarıyla ilgili bu gelişimi değerlendiren Anadolu Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Levent Sönmez, 1 Temmuz 2012'de yürürlüğe giren yeni Türk Ticaret Kanunu ile giderek artan önemi göz önüne alınarak sorumluluk sigortalarının ilk kez ayrıntılı olarak düzenlendiğini belirtti. Sönmez, "Meslekleri gereği bir hata yapıp, tazminat talebiyle karşılaşacağını düşünen kişilerin düzenleyeceği sözleşmelerle ilgili olarak, 'Sorumluluk Sigortaları' kavramı Türk hukukuna girmiştir. Buna göre, sigortacı, sigortalının sözleşmede öngörülen ve zarar daha sonra doğsa bile, sigorta süresi içinde gerçekleşen bir olaydan kaynaklanan sorumluluğu nedeniyle zarar görene tazminat ödeyecektir. Yeni TTK'da zarar görenin uğradığı zararı doğrudan sigortacıdan isteyebilmesi öngörülmektedir" dedi.

Ürün sorumluluk sigortaları konusunda hatasız üretilmiş bir ürünün piyasaya sürüldüğü anda kimse tarafından bilinmeyen bazı tehlikelerin ve zararlı sonuçlar doğurduğunun, sonradan bilim ve tekniğin gelişimi sonucu ortaya çıkabileceğini söyleyen Güneş Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Hasan Altaner ise, "Gelişim bozukluğu olarak adlandırdığımız bu sebep de tazminata neden olabilir. Örneğin alerjik hassasiyetleri olan kişilerin çikolatadan etkileneceğine dair ürün üzerinde bir işaret veya uyarı yapılmaması nedeniyle çikolata yiyen bir çocuğun alerjik reaksiyon göstermesi sonucu uğranılacak zarar ürün sorumluluk sigortası tarafından karşılanır" dedi.

'EK GÜVENCE SAĞLIYOR'

Ayrıca, ürün sorumluluk sigortasının fiyatlamasını tetikleyen ana konular arasında ciro büyüklüğünün, ürünlerin satıldığı coğrafi alanın ve sigortalının faaliyet alanının yer aldığını vurgulayan Eureko Sigorta Teknik Genel Müdür Yardımcısı Süha Çele, dünya piyasalarıyla karşılaştırıldığında ülkede bu branşın primlerinin düşük kaldığını söyledi ve ürün sorumluluk sigortasının bir ürün garanti sigortası olmadığını, bununla birlikte firmaların ürettiği ürünle ilgili sorumluluğuna ilişkin güvence sağlaması nedeniyle, ürünün satıldığı firmalara karşı hem prestij hem de ek güvence sağladığını da sözlerine ekledi.

Son olarak, konuyla ilgili düşüncelerini aktaran AIG Sigorta Sorumluluk Sigortaları Müdürü İpek Kutluğ Özcan, "Yerel kanun ve ürün standartları söz konusu olabileceği gibi, ülke vatandaşlarının yüksek tüketim bilinciyle, ayıplı ürünler için dava açma alışkanlıkların olması da mümkündür. Bu durumda üretici kısıtlı bilgiye sahip olduğu bir yerel mevzuatla karşı karşıya kalabilir. Tüm dünyada geçerli ve tüm dünya mahkeme kararlarının kabul edilmiş olduğu ürün sorumluluk poliçesinin mevcudiyeti, üreticinin can simidi olacaktır" dedi.

Generali Sigorta Genel Müdürü Mine Ayhan:

Tüketici için avantajlı bir sigorta ürünü

Ürün sorumluluk sigortasının kapsamında verilen teminatlar hakkında görüş bildiren Generali Sigorta Genel Müdürü Mine Ayhan, bu sigortanın eksik veya yanlış bir şekilde tasarımı yapılan ve imal edilen ürünler için geçerli olduğunu söyledi. Ayhan ayrıca, sigortanın, herhangi bir tasarım ve imalat hatası olmamasına rağmen kullanma talimatları yetersiz veya yanlış olan ürünlerin kullanımları sırasında da meydana gelen olayları kapsadığını dile getirdi.

Ürün sorumluluk sigortasının ürün garanti sigortası olmadığını belirten Ayhan, ürün garanti sigortasının, bir mal sigortası olduğunu ve zarar gören ürünün tazminine yönelik olduğunu söyledi. Ürün sorumluluk sigortasının ise bir sorumluluk sigortası olduğunu vurgulayan Ayhan, "Bu sigorta mala değil, sigortalının üretmiş olduğu ürünle ilgili sorumluluğa ilişkin güvence sağlar. Riske göre fiyatlandırma yapmak işimizin en temel hususu olduğu için fiyat politikası da buna göre doğru orantılı olarak değişiyor" dedi.

"Ürün sorumluluk sigortası, ürün garanti sigortası değildir. Ürün sorumluluk sigortası bir sorumluluk sigortasıdır, mala değil sigortalının üretmiş olduğu ürünle ilgili sorumluluğa ilişkin güvence sağlar."

Mine Ayhan, sözlerine şu şekilde devam etti: "Örneğin; otomotiv sanayiine tedarikçi olarak hizmet vermektesiniz, ürettiğiniz malı ana sanayi firmasına satıyorsunuz ve ilgili firma sizin ürünlerinizi kullanarak hususi /ticari araç üretiyor. Bu aracın ürününüzün kusurundan dolayı kaza yaptığını ve üçüncü şahıslara zarar verdiğini varsayarsak, işte bu noktada sizin firmanıza gelebilecek tazminat taleplerini karşılayan ürün sorumluluk sigortasıdır. Yurtdışından ithal ederek Türkiye'de distribütör olarak sattığınız ürünlerin kusurundan dolayı üçüncü şahıs zararları/tazminat talepleri bu poliçeyle teminat kapsamındadır."

Türkiye'de 4077 sayılı "Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun" ile kusurlu ürünlerin yol açacağı zararlara ilişkin sorumlulukların düzenlendiğini belirten Ayhan, ilgili kanunun 4'üncü maddesinde "Ayıplı Mal ve Hizmetler" başlığı altında, ayıplı maldan ve/veya ayıplı malın neden olacağı her türlü zarardan dolayı tüketiciye karşı satıcı, bayi, acente, üretici ve ithalatçının müştereken ve müteselsilen sorumlu olduklarının, ayrıca satılan malın ayıplı olduğunun bilinmemesinin bu sorumluluğu ortadan kaldırmayacağının da açıkça belirtildiğini söyledi. Bu noktada satılıp alıcısına ulaşan ve kusurlu olduğu tespit edilen ürünlerin üçüncü şahıslarda bedeni ve maddi bir zarara sebebiyet vermesini engellemek üzere ve ürünlerin toplatılması masraflarını temin etmek üzere "Ürün Geri Çağırma (Product Recall)" sigortasının devreye girdiğini söyleyen Ayhan, ürün sorumluluk sigortasının içinde ek teminat olarak sağlanabileceğini de ifade etti.

Bunların yanı sıra, eski TTK'ya göre bir şirkette bir sorun varsa bundan herkes sorumlu olurdu ve tüm şirkete ceza verilirdi. Yeni TTK'da ise yatay sorumluluk yerine dikey sorumluluk oluştu. Bir problem ile karşı karşıya gelince buna sebep olan kişi veya birime ceza geliyor. Yönetici sorumluluk sigortalarıyla ilgili bu gelişimi değerlendiren Ayhan, son dönemde yeni TTK'yla hayatımıza giren bu kavramla firmaların yanı sıra yöneticilerin sorumluluğunun da altının çizildiğini belirtti. Ayhan, bu durumun olumlu şekilde tüm sektörlerde faydalarını göreceklerini dile getirdi.



"Ürün sorumluluk sigortası, tüketici haklarının anayasada 'Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun' ile de koruma altında olduğu göz önüne alındığında büyük önem taşımaktadır" diyen Ayhan, hakları konusunda yeterli bilince ulaşmış tüketicinin bu ürünün sağladığı avantajların da farkında olacağını dile getirdi.

'YENİ TTK'DA YÖNETİCİLERİN SORUMLULUKLARI DAHA DA NETLEŞTİ'

Öte yandan, yönetici sorumluluk sigortasının yöneticiler açısından önemli bir ihtiyaç olarak ön plana çıktığını vurgulayan Ayhan, yöneticilerin, yanlış kararlarından kaynaklı tazminat talebiyle karşılaştıklarında, yasa gereği kendi mal varlıklarıyla şirkete, hissedarlara ve diğer menfaat sahiplerine karşı sorumlu olduklarını söyledi. Yönetici sorumluluk sigortasının da bu riski teminat altına aldığını belirten Ayhan, TTK'da yönetim kurulu üyeleri ve yöneticilerinin şahsi sorumluluklarının daha net hale getirilmiş durumda olduğunu ifade etti. Ayhan, "Daha önce müteselsilen sorumluluk söz konusuyken, yeni TTK ile yönetim kurulu üyesinin sorumluluğu farklılaştırılarak ve şirketlere bağımsız yönetim kurulu üyesi zorunluluğunu getirerek, yönetici sorumluluklarına netlik kazandırılmıştır. TTK'nın konuya ilişkin 361'inci maddesinde ayrıca, yönetim kurulu üyelerinin, görevlerini yaparken kusurlarıyla şirkete verebilecekleri zararın, şirket sermayesinin yüzde 25'ini aşan bir bedelle sigorta ettirilerek şirketin bu suretle teminat altına alındığı hallerde; bu hususun halka açık şirketlerde Sermaye Piyasası Kurulu ile pay senetleri borsada işlem gören şirketlerde borsa bülteninde duyurulması ve kurumsal yönetim ilkelerine uygunluk değerlendirmesinde esas alınması gerekliliği öngörülüyor" dedi.

Anadolu Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Levent Sönmez:

Tüketici haklarının korunması için gerekli

Ülkemizde sorumluluk sigortalarının yasal düzenlemeler yanında refah seviyesi ve hak arama bilincindeki artışın da katkısıyla hızlı bir gelişme süreci içinde olduğunu belirten Anadolu Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Levent Sönmez, son yıllarda sıklıkla görülen olumsuz haberler ve tazminat taleplerindeki artışın etkisiyle birçok kişi ve işletmenin risk algısında değişimlerin meydana geldiğini söyledi.

Bu kişilerin sigorta arayışına geçtiklerini de ifade eden Sönmez, ürün sorumluluk sigortasında bu çerçevede kayda değer bir gelişme gözlemlendiğini dile getirdi.

Ürün sorumluluk sigortasında riskin gerçekleşmesinden söz edebilmek için iki ön koşulun arandığına dikkat çeken Sönmez, bunlardan ilkinin ürünün piyasaya sürülmüş olması olduğunu ifade etti.

Üretici tarafından piyasaya sürülmeden, son kontroller yapılmadan önce ürün herhangi bir kimse tarafından kullanılmışsa doğan zarardan üreticinin sorumlu olmadığını dile getiren Sönmez, ikinci koşulunsa üründen kaynaklanan somut bir zarardan doğduğunu belirtti. Burada sözü edilen zararın ürünün kendisine gelen zarar olmadığını sözlerine ekleyen Sönmez, "Bu deyim ile üründe bulunan bir kusurdan ötürü üçüncü bir kimsenin (tüketicinin) vücut bütünlüğüne ve mülkiyetindeki mallara gelecek zarar kastedilmektedir.



Bu çerçevede, kusurlu üretilen bir ısıtıcının kullanım sırasında patlaması sonucu tüketicinin uğradığı bedeni ve maddi zararlar, prospektüsünde kullanım esasları / yan etkileri yeterince açıklanmamış ilaçların kullanımından kaynaklı zararlar, oto yan sanayii kapsamında satılan aksamın (örneğin fren aksamı) kusurundan ötürü oluşan araç kazalarının sonuçları gibi birçok olayı ürün sorumluluk sigortası kapsamında değerlendirmek mümkündür" dedi.

'HEDEF, SİGORTA ETTİRENİN MAL VARLIĞINDA OLUŞACAK AZALMAYI ÖNLEMEK'

Sönmez ayrıca, sigorta ettirenin sigorta sözleşmesinde belirtilen faaliyetinden dolayı neden olabileceği zararın miktarının ve bundan ne ölçüde sorumlu tutulacağının önceden bilinmediğini ifade etti. Ürün sorumluluğu sigortasında, yine genel sorumluluk sigortalarında olduğu gibi, sigorta bedelinin sözleşmenin asli unsuru olarak değerlendirilmediğini vurgulayan Sönmez, konuyla ilgili sözlerine şu şekilde devam etti: "Poliçede yer alan limit sigortacının sorumluluğunun azami tutarını göstermekte ve bu tutarı aşan zararlar için zarar göreni tazmin etme yükümlülüğü üreticiye kalmaktadır. Ürün sorumluluğu poliçesi ile sigortalanan şey, üreticinin üretimini yaptığı ürün değil, bu ürünün kusurlu imalatı nedeniyle zarar gören kimselerin tazminat talebine muhatap olan mal varlığıdır. Sigorta ettirenin mal varlığında meydana gelecek azalmayı önlemeyi hedef alan ürün sorumluluğu sigortası bu yönüyle bir pasif sigortası olarak değerlendirilmektedir." Bugün varılan noktada bir üreticinin ürününü hatalı olarak piyasaya sürmüş olmasının, o üründen zarar görmüş kişilere karşı sorumlu tutulmasını da beraberinde getirdiğini dile getiren Sönmez, hem kötü niyetli üreticilere ödün vermemek, hem de tüketicileri bilinçlendirerek haklarının korunmasını sağlamak için ürün sorumluluk sigortasının çok önemli bir konuma geldiğine dikkat çekti.

"Hem kötü niyetli üreticilere ödün vermemek hem de tüketicileri bilinçlendirerek haklarının korunmasını sağlamak için ürün sorumluluk sigortaları önemli bir konuma gelmiştir."

'SİGORTAYA TALEP ARTIYOR'

Tüm bunların yanı sıra, 1 Temmuz 2012'de yürürlüğe giren yeni Türk Ticaret Kanunu ile giderek artan önemi göz önüne alınarak sorumluluk sigortalarının ilk kez ayrıntılı olarak düzenlendiğini belirten Sönmez, yeni Türk Ticaret Kanunu'nda zarar görenin uğradığı zararı doğrudan sigortacıdan isteyebilmesinin öngörüldüğünü söyledi.

Levent Sönmez, bu çerçevede şirket yönetim kurulu üyelerinin görevlerini yaparken, bir kusur nedeniyle şirkete verebilecekleri zararlar için "Yönetim Kurulu Üyeleri ve Yöneticiler Sorumluluğu Sigortası"nın da ilk kez hukukumuzda düzenlendiğini ifade etti. Yeni TTK'da bu sigortanın mevcudiyetinin şirketler açısından risk azaltıcı olumlu bir etken olarak nitelendirildiğini dile getiren Levent Sönmez, bu sebeple, sigortaya olan talebin arttığının görüldüğünü de sözlerine ekledi.

Sönmez son olarak, halka açık şirketlerin yönetim kurulu üyelerinin ve yöneticilerinin, yatırımcıları korumak adına daha ağır sorumluluklar üstlendiklerinden sigorta talebinin de daha çok bu şirketlerden geldiğine dikkat çekti.

Güneş Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Hasan Altaner:

Ürün sorumluluk sigortalarında prim tutarları yüksek değil

Ürün sorumluluk sigortası kapsamında ürünün, üretim hatası nedeniyle üçüncü şahıslara verebileceği zararların teminat altına alındığını belirten Güneş Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Hasan Altaner, hatalı ürün toplama, ürün garanti ve finansal zararlar gibi teminatların da ek olarak ilave edilebildiğini söyledi.

Hatalı ürün toplama teminatının üretim hatası olan ürünün üçüncü şahsa zarar vermemesi için geri toplanması gerektiğinde, geri toplama için yapılan reklam, duyuru, kargo ve depolama gibi masrafları karşıladığını ifade eden Altaner, ürün garanti teminatının geri toplanan hatalı ürünün yenisinin üretilmesi için yapılan masrafları da güvence altına aldığını vurguladı. Altaner, finansal zarar teminatınınsa toplanan ürünün yenisi yapılıp gönderilinceye kadar beklenen dönemde oluşan finansal zararları ödediğini belirtti.

> **"Ürün sorumluluk sigortası prim tutarları, üreticinin cirosu gibi birçok faktöre göre değişkenlik gösteriyor. Bu sebeple, prim tutarlarının yüksek olduğunu söylemek doğru değil."**

Ürün sorumluluk sigortası prim tutarlarının, üründen, ürünün kullanıldığı alanlar ve üreticinin cirosuna kadar birçok faktöre göre değişkenlik gösterdiğini söyleyen Altaner, "Herhangi bir hasar anında ise oldukça yüklü miktarlarda ödemeler yapılabiliyor. Bunu göz önünde bulundurduğumuzda prim tutarlarının yüksek olduğunu söylemenin pek doğru olmayacağını düşünüyorum" dedi.

'UYARI YAPILMIYORSA ZARAR BU SİGORTA TARAFINDAN KARŞILANIR'

Gerçekleşen ürün sorumluluk risklerine örnek veren Altaner, "Ürün sorumluluk sigortasında tazminatı, fabrikasyon hatası yani üretim sırasında yapılan hata nedeniyle tek bir ürün veya serinin hatalı üretilmesi, ürünün bileşiminde, plan ya da çiziminde bulunan bir eksiklik nedeniyle üretimin etkilenmesi, talimat yanlışlığı/uyarı hatası yani üretim hatası olmamasına rağmen ürünün kullanımı konusunda tüketicilere yeterince veya doğru bilgi verilmemiş olması gibi sebepler doğurabilir" diyerek düşüncelerini aktardı.

Ayrıca hatasız üretilmiş bir ürünün piyasaya sürüldüğü anda kimse tarafından bilinmeyen bazı tehlikeleri ve zararlı sonuçlar doğurduğunun, sonradan bilim ve tekniğin gelişimi sonucu ortaya çıkabileceğini de sözlerine ekleyen Altaner, "Gelişim bozukluğu olarak adlandırdığımız bu sebep de tazminata neden olabilir. Örneğin alerjik hassasiyetleri olan kişilerin çikolatadan etkileneceğine dair ürün üzerinde bir işaret veya uyarı yapılmaması nedeniyle çikolata yiyen bir çocuğun alerjik reaksiyon göstermesi sonucu uğranılacak zarar ürün sorumluluk sigortası tarafından karşılanır" şeklinde konuştu.

'DİĞER SORUMLULUK SİGORTALARIYLA BENZERLİK TAŞIYOR'

Ürün sorumluluk sigortasının ödediği tazminat türü ve neleri kapsadığı incelendiğinde, diğer sorumluluk sigortalarıyla benzer yapıda olduğunu söyleyen Altaner, hepsinin ortak özelliğinin sigortalının veya sigorta ettirenin değil, üçüncü şahsın zararının ödenmesi olduğunu dile getirdi. Bir fabrikanın üretim sırasında üçüncü şahıslara verebileceği ya da çalışanlarının görebileceği zararların çeşitli sorumluluk sigortaları ile teminat altına alındığını belirten Altaner, fabrikanın hatalı ürettiği üründen zarar gören tüketicinin de kayıplarının teminat altına alınması ihtimalinden ürün sorumluluk sigortasının ortaya çıktığını vurguladı. Altaner, tüm bunların yanında, yeni TTK'da yapılan ve dikey sorumluluğu getiren değişiklikle beraber, yönetim kurulu üyelerinin görevlerini yaparken şirketlere verebilecekleri zararı konu eden 361. maddenin yönetici sorumluluk sigortasına talebi de ciddi ölçüde artıracağını belirterek sözlerini tamamladı.



Eureko Sigorta Teknik Genel Müdür Yardımcısı Süha Çele:

Ürün sorumluluk sigortaları hem prestij hem de ek güvence sağlıyor

Eureko Sigorta Teknik Genel Müdür Yardımcısı Süha Çele, sigortalının ürettiği malların kullanılması sırasında, üçüncü şahısların uğrayabileceği zararlardan dolayı, sigortalının sorumlu tutulabileceği zararların tazminat taleplerine karşı teminat sağladığını söyledi.

Çele konuyla ilgili olarak, "Bu tazminat taleplerinin nedeninin üçüncü şahısların ölmesi, yaralanması, sıhhatinin bozulması olabileceği gibi üçüncü şahıslara ait mallarda maddi kayıp ve zararlara neden olunması sebebiyle, sigortalının hukuki olarak ödemekle yükümlü olacağı zararlar ya da sigortalının yapacağı hukuki masraflar da olabilir" şeklinde ifadelerde bulundu. Bu branşın fiyatlamasını tetikleyen ana konular arasında ciro büyüklüğünün, ürünlerin satıldığı coğrafi alanın ve sigortalının faaliyet alanının yer aldığını vurgulayan Çele, dünya piyasalarıyla karşılaştırıldığında ülkede bu branşın primlerinin düşük kaldığını gözlemlediklerini de sözlerine ekledi.

Ürün sorumluluk sigortasının bir ürün garanti sigortası olmadığını belirten Çele, bununla birlikte firmaların ürettiği ürünle ilgili sorumluluğuna ilişkin güvence sağlaması nedeniyle, ürünün satıldığı firmalara karşı hem prestij hem de ek güvence sağladığını da söyledi. Çele sözlerini şu şekilde devam ettirdi: "Bu branşta en önemli konu, sadece kusurlu üretilen mamulden dolayı bedeni / maddi hasar gören tüketici veya üçüncü şahısların değil, seri üretim nedeniyle satılan ürünü ara ürün olarak kullananların göreceği büyük zararların da karşılanması yolu ile sağlanan faydadır. Bu kapsamda güvence altına alınan hasar ve zararlar, örneğin, ofis sandalyesinin kırılması sonucu ofisteki çalışanın yaralanması, üretilen sütteki bir hatadan dolayı binlerce insanın rahatsızlanması gibi geniş kapsamlı bir sorun da olabilir. Ürün kapsamının yanı sıra özellikle otomotiv, hazır beton, gıda, ilaç ve boya sektörlerinde yaşanan olayları değerlendirdiğimizde bu sigortanın bir ihtiyaç olduğunu söyleyebiliriz."



Çele ayrıca, kusurlu ürünlerin tüketici açısından yol açacağı zararların tazmin edilmesinin hızlanması ve üreticinin mali sıkıntıya düşmesi sonucu ortaya çıkabilecek zararı tazmin edememe endişesini ortadan kaldırması açısından bu sigorta türünün ek fayda sağladığını da sözlerine ekledi. İşletmenin tüm risklerini değerlendiren ve kapsayıcı risk yönetimi yaklaşımını benimseyen şirketlerin, sigortalanabilir ve sigortalanamaz tüm risklerini doğru yöntemler kullanarak ve bilançoya etkisini optimumda tutarak kontrol altına alma eğiliminde olduklarını söyledi.

> **"Ürün sorumluluk sigortası, firmaların ürettiği ürünle ilgili sorumluluğuna ilişkin güvence sağlaması nedeniyle, ürünün satıldığı firmalara karşı hem prestij hem de ek güvence sağlıyor."**

Çele konuyla ilgili sözlerini şu sözlerle sürdürdü: "Bu yaklaşımın sonucunda iş dünyasında ciddi çalışmalar yapan ve risklerini devretme-sigortalatma yolunu izleyen sektörlerin, üretimlerde belki de en büyük değerleri olan ürün güvenilirliği ve en büyük sorumlulukları olan müşterilere karşı sorumluluklarını sigortalatma ihtiyacı duymaya başladı. Ürün sorumluluk sigortalarının bu ihtiyaç sonucunda ortaya çıktığını ve teminat içeriklerinin giderek geliştiğini görüyoruz."

Çele bunlara ek olarak, yeni Türk Ticaret Kanunu'nun (TTK) getirdikleriyle birlikte yönetim kurulu üyeleri ve yöneticilerin şahsi sorumluluklarının daha açık şekilde belirtildiğini vurguladı. Çele, "TTK'nın yöneticilere getirdiği bu sorumluluklara bağlı olarak artan risk nedeniyle yönetici sorumluluk sigortasına talebin artacağını düşünüyoruz. Türkiye'deki anonim ve limited şirket sayısının yüz binler ile ifade edildiğini düşündüğümüzde, mevcut yönetici sorumluluk poliçe sayılarının potansiyelin çok çok altında olduğunu söyleyebiliriz" dedi.

'YÖNETİCİ SORUMLULUĞUN DAHA SADELEŞMESİ GEREKİYOR'

"Sigorta şirketlerinde bu alanda teknik personel eksikliği olması nedeniyle çok az sayıda şirket kendi kapasiteleri ve teknik değerlendirmeleriyle bu alanda faaliyetlerini sürdürüyor. Diğer şirketler riski yurt dışı piyasalara ihtiyari reasürans metodu ile plase ederek poliçe düzenlemeye çalışıyor" şeklinde yorumlarda bulunan Süha Çele, bu şekilde ancak görece daha büyük müşterilere ulaşılıp poliçe düzenlenebildiğini söylerken, bu durumun da yönetici sorumluluk sigortalarının büyümesindeki en büyük engellerden birisi olduğunun altını çizdi. Çele konuyla ilgili birkaç yaklaşımda bulunurken şunları ekledi: "Eğer sigorta şirketleri bu alanda paket ürünler hazırlayarak ürünü daha da sadeleştirir ve pazarlama desteği ile tüm potansiyel alıcılara ulaştırmak için gerekli aksiyonları alırlarsa, potansiyel alıcılardaki bilinç artacak. Dolayısıyla sigortacılık sektörü kısa sürede hızla büyüyebileceği bir alan daha yaratmış olacaktır."

AIG Sigorta Sorumluluk Sigortaları Müdürü İpek Kutluğ Özcan:

Sanıldığı kadar pahalı bir poliçe değil

AIG Sigorta Sorumluluk Sigortaları Müdürü İpek Kutluğ Özcan, ürün sorumluluk sigortasının, sigortalının ürettiği malların kullanılması / tüketilmesi esnasında ve/veya sonucunda üçüncü şahısların ürünün kusuru nedeniyle uğrayacağı zararlar neticesinde yasal olarak ödemekle sorumlu olduğu bedeni ve/veya maddi zararları tazmin eden bir sigorta ürünü olduğunu belirtti. Bir ürünün hatalı üretim, hatalı veya eksik ambalajlama, yetersiz tanıtım gibi nedenlerle ayıplı mal hâlini alabileceğini ifade eden Özcan, burada, "üretici" sözcüğünün 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesinde "Ayıplı Mal ve Hizmetler" başlığı altında belirtildiğini söyledi. Özcan sözlerine şu şekilde devam etti: "Bu başlık altında belirtilen, bitmiş bir ürünün, herhangi bir hammaddenin veya bir ürünü meydana getiren parçalardan birinin üreticisi olan ve ürün üzerine adını, ticari markasını veya bir başka ayırt edici özelliğini koyarak kendisini o ürünün üreticisi olarak sunan herhangi bir kişi anlamında kullanılmaktadır. Ayrıca üretici ürünün kusuru nedeniyle oluşan her türlü maddi ve bedeni zarar nedeniyle ulusal ve uluslararası kanunlar önünde sorumludur. Ayrıca ürün sorumluluk sigortaları maddi/bedeni zararın direkt nedeni olabilecek manevi tazminat taleplerini de karşılamaktadır" şeklinde konuştu. Ürün sorumluluk sigortası primlerinin ürün tipi, istenilen teminat limiti, firmanın cirosu, hasar geçmişi gibi parametrelere göre belirlendiğini dile getiren Özcan, sanılanın aksine pahalı bir sigorta poliçesi olmadığını da sözlerine ekledi.

> **"Ürün sorumluluk sigortası primleri; ürün tipi, istenilen teminat limiti, firmanın cirosu, hasar geçmişi gibi parametrelere göre belirlenmekte olup, sanılanın aksine pahalı bir sigorta poliçesi değildir."**

'HER ÜRÜN KENDİ İÇİNDE ÜRÜN SORUMLULUK RİSKİ TAŞIR'

Gelişen toplum bireyleri olarak her gün onlarca ürün kullanıldığını belirten Özcan, en basit gıda ürününden, en komplike iletişim araçlarına kadar her bir ürünün kendi içinde ürün sorumluluk riski taşıdığına dikkat çekti. Her gün tüketilen ekmekten yola çıkarak bir örnek veren Özcan, sözlerine şu şekilde devam etti: "Ekmeğin üretimi sırasında ekmeği ayıplı ürün haline getirebilecek birçok süreçten geçmektedir. Bu duruma tedarik zincirinde oluşabilecek hasar ihmallerini de eklediğimizde riskin büyüklüğü daha net ortaya çıkmaktadır. Örneğin küf içeren undan üretilmiş ekmeğin tüketimi sonucunda nihai kullanıcıların oluşabilecek tedavi masrafları ürün sorumluluk sigortası hasarlarına güzel bir örnek oluşturmaktadır."
Ülkelerin gelişmişlik ve eğitim düzeylerine paralel olarak tüketim bilincinin de farklılaştığını vurgulayan Özcan, bu nedenle ABD, Avustralya, Japonya gibi ülkelerde bilinçli tüketici ve yüksek ürün standart gereklilikleri gereği, ürün sorumluluk poliçelerine talebin de aynı şekilde arttığını söyledi.

'VAZGEÇİLMEZ BİR SİGORTA ÇÖZÜMÜ'

Özcan ayrıca, artık üreticilerin ürettikleri ürünleri global ölçekte pazarlama stratejileriyle birlikte daha önce bilmedikleri coğrafyalara, dolayısıyla da yeni kanun ve mevzuatların söz konusu olduğu ülkelere ihraç edebildiklerini de ifade etti. Ürünleri çok farklı bir kültürde, farklı gelenek ve tüketim alışkanlıklarının söz konusu olduğu yeni ülkelerde alıcılarıyla buluşturmalarının, bilmedikleri birçok riski de kendiliğinden oluşturduğunu belirten Özcan, "Yerel kanun ve ürün standartları söz konusu olabileceği gibi, ülke vatandaşlarının yüksek tüketim bilinciyle, ayıplı ürünler için dava açma alışkanlıklarının olması da mümkündür. Bu durumda üretici kısıtlı bilgiye sahip olduğu bir yerel mevzuatla karşı karşıya kalabilir. İşte bu durumda tüm dünyada geçerli ve tüm dünya mahkeme kararlarının kabul edilmiş olduğu ürün sorumluluk poliçesinin mevcudiyeti, üreticinin can simidi olacaktır" dedi.
Bunların yanı sıra, ürünlerin uluslararası dolaşımının her geçen gün artmasıyla birlikte, ürün sorumluluk sigortalarının ülkemizde özellikle son 10 yılda gelişmeye başlamış bir sigorta ürünü olduğunu dile getiren Özcan, "Hammadde üreticisinden, tedarik zincirindeki her bir işletmenin nihai ürün üzerinde sorumluluğunun olması nedeniyle son derece komplike hale gelen ürünlerin global dolaşımıyla, hem tüketici hem de finansal gücünü ve itibarını kaybetmek istemeyen üreten için vazgeçilmez bir sigorta çözümüdür" diyerek sözlerini tamamladı.



Koru Mutuel Sigorta ICMIF üyesi oldu

Koru Mutuel Sigorta, Uluslararası Kooperatif ve Mutuel Sigorta Federasyonu'na (The International Cooperative and Mutual Insurance Federation- ICMIF) üye oldu. Dünyada sigorta kooperatiflerinin sayısının artması ve var olan kooperatiflerin geliştirilmesi için çalışan ICMIF, sigorta kooperatiflerini tek çatı altında bir araya getirerek kooperatiflerin deneyimlerini birbirlerine aktarmasını amaçlıyor. ICMIF üyeliği hakkında konuşan Koru Mutuel Sigorta Genel Müdür Vekili Hüsamettin Doğramacı, "ICMIF'e üye olmakla, diğer sigorta kooperatifleri ile daha fazla iş birliği imkanına sahip olacağız. ICMIF'in, kooperatif sigortacılığı alanında en az 140 yıllık bilgi ve deneyim birikimi var. Hem ortak bulma, hem de ürün çeşitliliği konularında meslektaşlarımızdan öğrenecek çok şeyimiz var" dedi.



Liberty Sigorta'dan yurtdışına transfer

Liberty Sigorta Pazarlama Direktörü ve İcra Komitesi Üyesi Hanzade Aytaçlı; İngiltere, İrlanda, Portekiz, İspanya, Polonya ve Türkiye'nin bağlı olduğu Liberty International Avrupa Bölge Ofisi'ne transfer oldu. Aytaçlı, bu atamayla birlikte gelen bölgesel sorumluluğunu, Liberty International Avrupa Başkanı'na bağlı olarak yerine getirecek. Aytaçlı, "Liberty Mutual Insurance Grubu insan kaynağı stratejisini global ölçekte belirleyen bir şirket. Bu kapsamda, grup içerisinde 'yetenek havuzları' oluşturuluyor; çalışanların teknik bilgi, deneyim, hedef gerçekleştirme performansı ve yetkinlikleri hakkında bilgiler alınarak, uluslararası operasyonlarda dikey ya da yatay görevlendirmeler yapılıyor. Bu kapsamda, Liberty Sigorta'dan global bir pozisyona atanan ilk kişiyim. Bu da bana ayrı bir sorumluluk yüklüyor" dedi.


Hanzade Aytaçlı

HOMER
Auto Service
www.homerservisler.com



SAB Yönetim Kurulu SAİK'i ziyaret etti

SAB Yönetim Kurulu üyeleri, 20 Ocak tarihinde SAİK Yönetim Kurulu'nu ziyarete gitti. Bu ziyaret sonucunda geleceğe umutla bakmaya başladıklarını ifade eden SAB Yönetim Kurulu Başkanı Doğan Şen, sorunların çözümünde SAİK'e destek olacaklarını vurguladı.

SAB (Sigorta Acenteleri Derneği) Yönetim Kurulu üyeleri, 20 Ocak'ta SAİK Yönetim Kurulu'nu ziyarete giderek SAİK Yönetim Kurulu'nu kutladı. Ziyareti değerlendiren SAB Yönetim Kurulu Başkanı Doğan Şen, SAİK'in acentelik teşkilatının üst çatı örgütü olduğunu söyledi.

'BİRLİKTE GÜÇLÜYÜZ'

"Artık birlikte ve omuz omuzaysak çok güçlüyüz demektir. Sohbetimizde gördük ki SAB'ın ve SAİK'in görüşleri aynı, sorunları tespitimiz ve çözüm yolları aynı" diyen Şen, SAİK'le mutabık kaldıkları konulardan satır başları şeklinde bahsetti:

- SAİK'in ceza makamı hüviyetinden kurtulması, bunun yerine çözüm üreten ve sorun çözen hüviyetine kavuşturulması, sigorta meclisinde komisyonlar kurulması,
- Çıkmakta olan Acenteler Yönetmeliği'nde acente portföy mülkiyet hakkı, demokratik ve her kesimi koruyan standart acentelik sözleşmelerinin mutlaka olması,
- Operasyonel yüklerle ilgili acentelerin korunması, ürettikleri poliçe başına masraf istenmesi,
- Bilabedel yaptığımız hizmetlerimiz için bir ücret tarifesi çıkarılması,
- Acenteler arası iş paylaşımlarının maksadını aşması nedeniyle bir kontrol mekanizması kurulması gerekliliği,
- Yetkisiz kişilerce acentelik mesleğinin icra edilmesine engel olunması, gerçek profesyonel acentelerin üretim alanlarının tıkanmasına vesile olacak uygulamalara karşı çıkılması,
- Acentelerin toplumda tanıtılması ve sigortacılığın profesyonel acenteler tarafından yapılmasına ilişkin sosyal tanıtım ve bilgilendirme projelerine ihtiyaç olduğu,
- Acentelerin organizasyon, pazarlama, satış teknikleri ve mesleki bilgi konularında üst düzeyde eğitilmesi,
- Acentelerin KOBİ sayılması ve KOSGEB kredilerinden faydalanması,
- Acentelerle sigorta şirketleri arasında hesap mutabakatsızlığının giderilmesi için tekdüze muhasebe planı oluşturulması.

'SAİK'LE BİR ARADA ÇOK ŞEY BAŞARACAĞIZ'

Acenteler ve tüm STK'ler olarak SAİK'e sahip çıkmak zorunlulukları olduğunu ifade eden Şen, "SAİK de bizler gibi işi sadece sigortacılık olan acente meslektaşlarımızdan oluşmaktadır. Sorunlarımız ortak sorunlardır, acentelerin farklı bölgesel sorunları olmakla beraber özünde sorunlar aynıdır. Sorunların çözümü de aynıdır" diye konuştu. Şen, sen-ben, o STK-bu STK duruşlarından sıyrılmak, SAİK'e sahip çıkmak, fikir üretmek, paylaşmak ve SAİK'le işbirliği yapmak ve desteklemek mecburiyetleri olduğuna dikkat çekti. "SAİK ziyaretimizde Başkan Hüseyin Kasap'ın 'Evinize hoş geldiniz' söylemiyle karşılaması, bizleri onore etmiş ve geleceğe umutla bakmamıza neden olmuştur. Üç gün üst üste kendi işlerini bir tarafa bırakarak acentelerin sorunlarını çözmek için toplantı halinde olan, gönlü açık SAİK'le karşılaşmamız ve aynı dilde konuştuğumuza şahit olmamız, bu dört yılda birlikte çok şeyler başaracağımızın ümidini taşımamıza vesile olmuştur" diyen Şen, başta SAİK Başkanı Hüseyin Kasap ve tüm Yönetim Kurulu üyeleri ile TOBB temsilcilerine teşekkür etti.

Bunların Türkiye'deki acentelerin ortak sorunları olduğunu vurgulayan Doğan Şen, bu sorunların çözümünde tüm acentelerin elini taşın altına koyması gerektiğini kaydetti. Şen, sözlerini şöyle noktaladı: "Bu vesileyle SAB Yönetim Kurulu olarak SAİK yönetimini tekrar tebrik eder, başarılar dileriz. Sorunların çözümünde her zaman şartsız destek vereceğiz. Acentelerin haklarının korunmasının en büyük takipçisi olacağız."

IUC

Hiç durmadan, Özenle
Değer üreterek...



Türkiye • France • Romania • Azerbaijan

www.iuc-group.com

Sigma Raporu: Tüketici satın alma kararlarında bağımsız olmak istiyor

HAYAT SİGORTALARI modern tüketiciye göre yeniden

SWISS RE'NİN YAYINLADIĞI YENİ SIGMA RAPORU'NA GÖRE, BAZI TÜKETİCİLER HAYAT SİGORTASININ YARARINA İNANMALARINA RAĞMEN YİNE DE SİGORTA YAPTIRMIYORLAR. MODERN TÜKETİCİ BİR ÜRÜNÜN KENDİSİNE "SATILMASI" YERİNE, SATIN ALIRKEN BAĞIMSIZ BİR ŞEKİLDE KARAR VERMEK İSTİYOR. GÜNÜMÜZ ŞARTLARINDA ARADIĞI HER BİLGİYE RAHATLIKLA ULAŞAN TÜKETİCİ İÇİN, HAYAT BRANŞINDA FAALİYET GÖSTEREN SİGORTACILARIN DA PAZARLAMA YÖNTEMLERİNİ DEĞİŞTİRMESİ GEREKİYOR.

Dünyadaki bireylerin büyük çoğunluğu; sağlık, ölüm ve sakatlık gibi risklere karşı yeterince sigorta önlemi almıyor, hiç sigortası olmayan kişilerin sayısı da bir hayli fazla. Geleneksel düşünce yapısına göre, sigorta aracılığıyla risklere karşı güvence satın almak hem bireylerin hem de toplumların refah seviyesini artırıyor. Basit bir çıkarımla, bireylerin korunma ihtiyaçlarını karşılamak için sigorta ürünlerini satın aldığı söylenebilir; bundan da hayat sigortası satan şirketlerin ürünlerini kolayca sattığı sonucuna varılabilir. Ancak Swiss Re'nin yayınladığı Sigma Raporu'na göre, durum hiç de öyle değil.

Hayat branşında faaliyet gösteren sigortacılar, risk yöneticileri olarak, müşterilerinin sigortalanmamış risklere maruz kalma olasılığını en aza indirmek için zorunlu bir çaba gösteriyor. Hayat sigortasının temel taşlarından biri de sigortalıları risklerden korumak. Bu alandaki sigortacılar, müşterilere ulaşmak için sürekli daha çok çabalayarak toplumlardaki ortalama yaşam ömründe zaman içinde oluşan farkın azaltılmasına yardım edebilecek bir konumda. Ancak bunu başarıyla yapabilmenin ön koşulu, müşteri davranış ve tercihlerini anlayabilmekten geçiyor.

TÜKETİCİLER SATIN ALIRKEN BAĞIMSIZ KARAR VERMEK İSTİYOR

Davranışsal iktisat son yıllarda giderek dikkatleri üstüne çekti ve hızla büyüyen bir araştırma alanı halini aldı. Bu alan hâlâ gelişmesini sürdürüyor ve bazen tüketicinin davranışlarına dair farklı fikirler sunabiliyor, fakat ne olursa olsun kullanışlı bilgiler de içeriyor. Davranışsal iktisatla tüketicilerin kararlarını etkileyen kurumsal, hukuki, mevzuatsal, etnik ve sosyoekonomik faktörler bir arada incelenirse, tüketicinin satın alırken verdiği kararları anlamak çok daha kolay olabilir. Öne çıkan bir başka konu, modern tüketicinin araştırma imkanı istemesi ve seçimlerini objektif bilgilerin yanı sıra akranlarının deneyimlerine göre yapmayı tercih etmesi. Tüketici bir ürünün kendisine "satılmasını" istemiyor; tüketicinin asıl istediği, bir şey satın alırken vereceği kararın tamamen kendi kontrolünde gerçekleşmesi.

Tüketiciler, hayat sigortası ürünlerini hayatlarındaki belirsizlikleri hafifletmek ve gelecekte yaşayabilecekleri, öngörmenin zor olduğu aleyhlerine olan olayların kötü sonuçlarını minimuma indirmek için satın alıyor. Hayat sigortası, bireyler ve ailelerinin yaşayabilecekleri maddi sıkıntıları azaltıyor ve para kazanmalarına engel olacak bir sakatlık, yüksek tıbbi giderler ödeme zorunluluğu veya erken ölüm gibi durumlarda hayat standartlarını korumalarını sağlıyor.

YAŞAMIN HER AŞAMASINDA SİGORTA İHTİYACI DEĞİŞİYOR

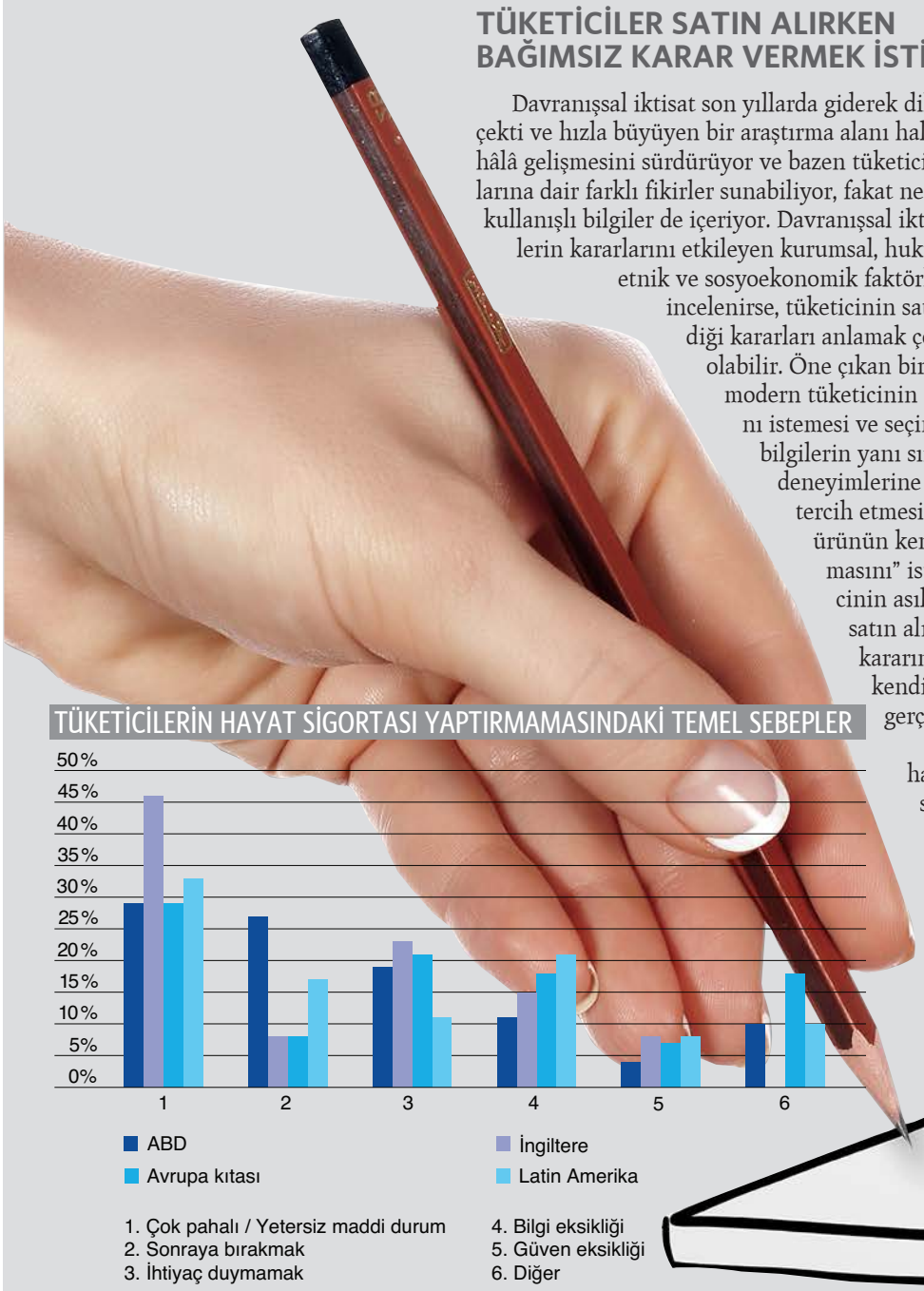
Bireyler ve aileler için, hayat döngüsü boyunca risklerden korunma ihtiyacı evrimleşir ve farklı korunma ihtiyaçları devreye girer. Kişiler, eğitimlerini tamamladığı, bir işe girdiği, evlendiği, bir ev aldığı ve çocuk sahibi olduğu erken yaşlarında daha çok gelirlerini korumaya yönelik bir ihtiyaç hissediyor. Yaşları ilerledikçe bireyler daha ziyade emeklilikleri için birikim yapmaya yöneliyor. Yaşlılık ya da emeklilik dönemlerindeyse, ileri yaşlarında gerekebilecek bakımı sağlama ve sonraki neslin maddi açıdan rahat etmesini garantiye alma ihtiyacı ağır basıyor.

Hayatlarında yaşadıkları önemli olaylar da belirli bir hayat sigortası ürününü almaları için kişileri teşvik edebiliyor. Birçok bireyin hayat sigortasına duyduğu ihtiyaç yaşam süreleri boyunca evrimleşiyor. Böyle bir evrimi yaşayanlar genelde evlilik, doğum, yeni bir iş ya da satın alınan yeni bir ev gibi etkenlerin biri sonucunda hayat sigortası almaya karar veriyor. Finansal danışmandan gelecek bir tavsiye, e-mail ya da medya kanallarıyla yapılan reklamlarla tanıtımlar veya aileden ya da arkadaşlardan gelecek bir öneri gibi diğer faktörler de hayat sigortası alma ihtiyacını tetikleyebiliyor. Benzer bir şekilde, işverenin grup hayat sigortası yaptırmayı önermesi ya da kişinin yeni bir iş kurması gibi durumlar da hayat sigortası yaptırma kararı vermesinde etkili olabiliyor. Aileden birinin ölümü, tanık olunan bir kaza veya birçok ölüme yol açan bir felaket de kişiye ölümlü olduğunu hatırlatarak hayatını sigortalatma ihtiyacı hissettirebiliyor.

HAYAT SİGORTASI ÜRÜNLERİ FİYATLARI SEBEBİYLE ALINMIYOR

Ekonomistler, uzun bir süre boyunca hayat sigortasının sağlayabileceği önemli avantajlara rağmen neden insanların bu sigorta türüne rağbet etmediğini bulmaya çalıştılar. Akla yatkın sebeplerden biri, talebin rasyonel olarak sınırlanması. Bu sebep, sosyal güvenlik ya da devlet programlarının özel sigortalara olan ihtiyacı yok ettiği durumlarda ortaya çıkıyor. Buna ek olarak, hayat sigortası tüketici ihtiyaçları hiyerarşisinde ilk sıralarda değil ve durgun ya da azalan harcanabilir gelirden kaynaklanan bütçe kısıtlamaları da bu sigorta türüne olan talebin azalmasına yol açabiliyor.

Psikolojik ve davranışsal önyargılar da hayat sigortasına rağbet edilmemesinde etkili olabilir. Yanlış zamanda yapılan tercihler, düşük finansal okuryazarlık seviyesi, kişinin kendine fazla güvenmesi ya da gereğinden fazla bilgi ya da seçenek olması gibi durumlar da bireylerin hayat sigortası ürünle-



ŞEKİLLENDİRİLMELİ

rini almamasında etkili olabiliyor. Dünya çapında yapılan birkaç ankete göre, bireylerin hayat sigortası yaptırmamasındaki temel sebepler fiyat ve satın alınabilirlik olarak öne çıkıyor. Bir diğer önemli sebepse, hayat sigortasına ihtiyaç duyulmaması olarak göze çarpıyor. Sonraya bırakmak, yetersiz bilgi, hayat sigortası ürünlerinin karmaşık yapısı ve sigorta sektörüne karşı güvensizlik de bireylerin hayat sigortası yaptırmamaya karar vermesinde rol oynayan diğer sebepler.

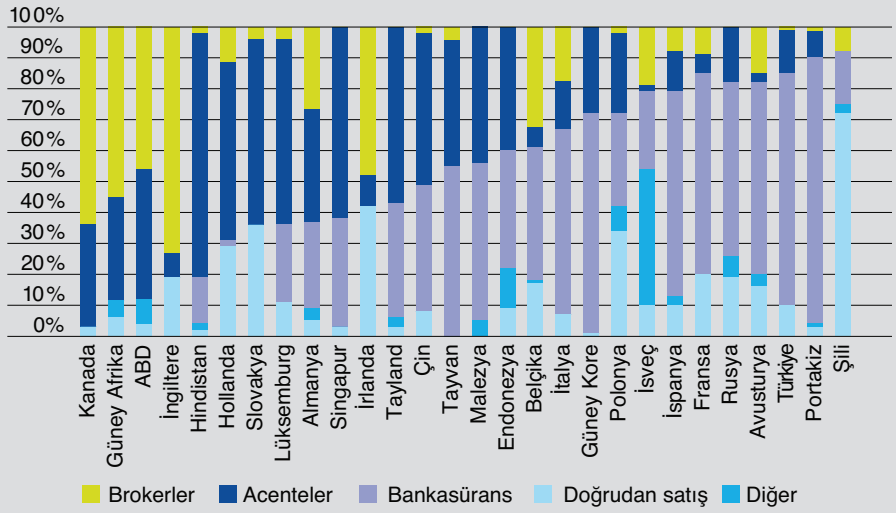
GENÇLER SİGORTA ALIRKEN ONLİNE ALIŞVERİŞİ TERCİH EDİYOR

Birçok ürün ve servis için tüketicilerin oldukça fazla satın alma seçeneği var. Günümüzde hâlâ sigorta ürünleri çoğunlukla acenteler ya da brokerler aracılığıyla veya Latin Amerika ve Asya pazarlarında bankasürans kanalıyla yüz yüze bir görüşme sonucu satın alınıyor. Genç tüketiciler, teknolojiyle daha yakın olduklarından ötürü, ama aynı zamanda ihtiyaçları daha basit olduğu için sigorta alışverişlerini internet üzerinden yapmayı daha fazla tercih ediyor. 20 ile 40 yaş arası bireylerin satın alma alışkanlıklarında acentelerin önemli bir rolü olsa da, gelişmiş Asya-Pasifik pazarlarında internet en çok tercih edilen ikinci satış kanalı olarak göze çarpıyor. Gelişmekte olan pazarlarda online sigorta alışverişi genelde internet erişimi olan cep telefonları üzerinden yapılıyor.

Sigorta ürünlerinin satın alınabileceği kanallar hayat dışında ve hayat sigortalarında birçok farklılık gösterirken, hayat sigortalarının dağıtım kanalları da kendi içinde değişiyor. Araştırmalara göre tüketiciler, hayat dışı sigorta ürünlerini online olarak araştırıp satın almaya daha yatkın. Poliçe sürelerinin kısalığı ve poliçeyi yapan şirketi değiştirme imkanı göz önüne alındığında bu anlaşılabilir bir durum.

Sigorta ürünlerinin satın alınabileceği kanallar hayat dışında ve hayat sigortalarında birçok farklılık gösterirken, hayat sigortalarının dağıtım kanalları da kendi içinde değişiyor. Portekiz'de ve Türkiye'de hayat ürünleri en çok bankalar tarafından satılırken, İngiltere ve Kanada'da ağırlık brokerlerde.

HAYAT SİGORTASI SATIŞLARININ DAĞITIM KANALLARINA GÖRE DAĞILIMI



SİGORTACILARIN TÜKETİCİLER HAKKINDAKİ BİLGİLERİ GELİŞMELİ



Hayat sigortası ürünleri, tüketicinin değişen ihtiyaçlarına göre ülkeden ülkeye farklılık gösteriyor. Bu sebeple, müşterilerin hayat branşında faaliyet gösteren sigortacılardan ne beklediğine dair kesin saptamalarda bulunmak oldukça zor. Ernst & Young'ın 2012 yılında dünya çapında yaptığı, hem hayat hem de hayat dışı branşları kapsayan bir ankete göre, müşterilerin sigortacılardan temel beklentileri basitlik, şeffaflık, güvenilirlik ve sadakat. Davranışsal ikti-sat ve tüketici anketleri, hayat branşında faaliyet gösteren sigortacıların nasıl daha müşteri odaklı olabileceğine dair çeşitli ipuçları sunuyor. Buna göre, sigortacıların odaklanması gereken konular arasında ürün tasarımı, underwriting, dağıtım kanalları ve iletişim ön plana çıkıyor. Buna ek olarak sigortacılar veri madenciliği ve araştırma vasıtasıyla tüketiciler hakkındaki bilgilerini geliştirebilir.

TÜRKİYE'DE HAYAT BRANŞI DÜNYANIN ÇOK GERİSİNDE

Türk sigorta sektöründe hayat sigortalarının durumu hakkında görüşünü aldığımız Anadolu Hayat ve Emeklilik Genel Müdürü Mete Uğurlu, Türkiye'nin sahip olduğu potansiyelin tam anlamıyla kullanılamadığını söyledi. Uğurlu, hayat sigortacılığı açısından bakarsak ülkemizin benzer ekonomik büyüklüklere sahip ülkelerle kıyaslandığında dahi çok düşük bir penetrasyon seviyesinde bulunduğunu vurguladı.

Konuyla ilgili açıklama yapan Aegon Emeklilik ve Hayat Genel Müdür Yardımcısı Zeka Birman ise, hayat sigortalarının orta vadede sağlayabileceği birikim ve birçok riske karşı koruma altına alması açısından orta vadeli önemli bir yatırım aracı olarak görülmesi gerektiğini belirtti. Birman, sigortaların kredilerle birlikte verilmesinin yasaklanmak yerine özellikle teşvik edilmesi gerektiğini kaydetti.

BAZI TÜKETİCİLER YARARLI OLDUĞUNA İNANSA DA HAYAT SİGORTASI ÜRÜNLERİNİ SATIN ALMIYOR

ABD, Latin Amerika, Avrupa ve Asya'da yapılan anketler, tüketicilerin neden hayat sigortası ürünlerini satın almadığını ortaya koyuyor. Ortaya çıkan sebepler fiyat, satın alınabilirlik ve paranın değeri gibi bazı genel konuları da kapsıyor. Diğer sebeplerse hayat sigortasına ihtiyaç hissedilmemesi, tüketicilerin ürünler hakkında yetersiz bilgiye sahip olması, ürünlerin karmaşık yapısı ve sigorta sektörüne duyulan güvensizlik olarak dikkat çekiyor. İlginç bir şekilde, anket sonuçlarına göre tüketiciler hayat sigortası almanın yararlı olacağına inanmalarına rağmen yine de sigorta yaptırmıyorlar.

TÜRKİYE'DE HAYAT SİGORTASI SATIŞLARI, DÜNYA ORTALAMASINA GÖRE OLDUKÇA DÜŞÜK. SIGMA RAKAMLARINA GÖRE, HAYAT SİGORTACILIĞI 2012 YILINDA DÜNYADAKİ TOPLAM PRİM ÜRETİMİNİN YAKLAŞIK YÜZDE 56'SINI OLUŞTURMUŞ. TÜRKİYE'DEYSE 2012 YILINDA HAYAT SİGORTACILIĞININ TOPLAM PRİM ÜRETİMİ İÇİNDEKİ PAYI YÜZDE 17 CİVARINDA.

RENK ÖZCAN renk@sigortacigazetesi.com.tr

Anadolu Hayat Emeklilik Genel Müdürü Mete Uğurlu:

Uzun vadeli konut kredilerinde hayat sigortası zorunlu olmalı

"BİREYSEL KREDİLERLE BAĞLANTILI OLARAK SATILAN HAYAT SİGORTASI ÜRÜNLERİNİN, BANKA İLE MÜŞTERİ ARASINDA KURULAN BORÇLANMA İLİŞKİSİNDE ÖNEMLİ BİR ÇİFT YÖNLÜ KORUMA GÖREVİ BULUNUYOR. ÖZELLİKLE UZUN VADELİ KONUT KREDİLERİNDE SİGORTA ÜRÜNLERİNİN MEVZUATSAL ANLAMDA ZORUNLU TUTULMASI OLDUKÇA FAYDALI OLACAKTIR."

Anadolu Hayat Emeklilik Genel Müdürü Mete Uğurlu, ülkemizde hayat sigortası sektöründe ulaşılan büyüklüklerin sadece gelişmiş ülkelerle değil, benzer ekonomik büyüklüklere sahip ülkelerle kıyaslandığında dahi çok düşük bir penetrasyon seviyesinde bulunduğunu vurguladı. Türkiye'nin sahip olduğu potansiyelin tam anlamıyla kullanılamadığını söyleyen Uğurlu, bu durumda ekonomik ve sosyo-kültürel faktörlerin etkili olduğunu belirtti.

Hayat sigortası branşının Türkiye'de ulaştığı hacmin sınırlı kalmasındaki sebeplerin büyük ölçüde genel sigorta sektörüyle ortak, kısmen de ürün segmentine özel olduğunu söyleyen Uğurlu, "Bu iki tespitin temel nedenleri, sigorta bilincinin ve yaşam kaybına bağlı risklerin farkındalığının düşük olması, kişi başına düşen gelirin mevcut seviyesi ve gelir dağılımının bozukluğu olarak özetlenebilir. Bu nedenlere rağmen, genç nüfusuyla önemli fırsatlar barındıran bir pazarda, hâlihazırda düşük bir penetrasyon oranıyla seyrediyoruz" diye konuştu.

'KREDİ BAĞLANTILI HAYAT ÜRÜNLERİ HERKESİN LEHİNE'

Mete Uğurlu, Sigorta Bilgi ve Gözetim Merkezi verilerine göre, 2013 yılının ilk 11 ayında hayat sigortası prim üretiminin yaklaşık yüzde 87'sinin bankacılık ürünleriyle bağlantılı satılan risk hayat sigortası ürünlerinden oluştuğu bilgisini verdi. Yasal düzenlemeye istinaden kredi bağlantılı sigorta üretiminin azalması durumunda, uzun vadede bankaların kredi tahsis aşamasında üstlendikleri ek riskleri kredi maliyetlerine eklemek durumunda kalabileceğine değinen Uğurlu, yaşam ve iş kaybı gibi risk faktörlerinin kredi fiyatlamasına negatif olarak etki edebileceğini ifade etti.

Bireysel kredilerle bağlantılı olarak satılan hayat sigortası ürünlerinin, banka ile müşteri arasında kurulan borçlanma ilişkisinde önemli bir çift yönlü koruma görevi bulunduğunu kaydeden Uğurlu, "Bu ürünler, bir taraftan bankanın alacaklarını kredi tahsis aşamasında yaşam kaybı, işsizlik, kritik hastalık gibi çeşitli risklere karşı teminat altına almakta, diğer taraftan da bu yaşamsal risklerin oluşması durumunda bankaya borcu bulunan kişiyi ve sevdiklerini korumaktadır. Bankaya kredi borcu bulunan bir müşteri, yaşam döngüsü içinde herkes gibi kendisinin de karşılaşabileceği yaşamsal ve mali risklerin yaratacağı maddi sıkıntıları, sigorta ürünleri sayesinde önceden engelleyebiliyor. Kişi, eldeki varlıkların da kaybedilmesi veya oluşacak ek finansal yüklerle geride kalan sevdiklerinin üzüntüsünün katlanmasının önüne geçebiliyor. Söz konusu ürünlerin bu anlamda ciddi bir sosyal işlevi de bulunuyor" dedi.

"Özellikle son yıllarda krediye bağlı hayat sigortaları hakkında hem müşterilerin hem de bankaların farkındalığının artması, uzun vadede ürünlerin yaygınlığının artmasını sağlayacak olsa da, özellikle uzun vadeli konut kredilerinde sigorta ürünlerinin mevzuatsal anlamda zorunlu tutulması oldukça faydalı olacaktır. Konut kredilerinde kredi kullanan kişinin vefat etmesi durumunda, kredi borcu sigorta şirketi tarafından kapatılıyor ve geride kalanlar konutun yeni sahipleri olarak hayatlarına devam ediyor" diyen Uğurlu, hayat sigortalarının büyümesine önem verdiklerine dikkat çekti.

'HAYAT SİGORTASI PAZARI 2023'TE 16 MİLYAR LİRAYA ULAŞACAK'

Türkiye Sigorta Birliği verilerini paylaşan Uğurlu, 2013 yılının ilk on bir ayında hayat sigortası prim üretiminin 3 milyar 100 milyon lira olarak gerçekleştiğini ve geçtiğimiz yılın aynı dönemiyle kıyaslandığında yüzde 26 oranında bir artış olduğunu aktardı. Hayat branşındaki prim üretiminin son yıllarda oldukça iyi büyüdüğünü söyleyen Uğurlu, bu büyümenin önümüzdeki yıllarda da sürmesini beklediklerini belirtti. Türkiye Sigorta Birliği'nin (TSB) talebi üzerine, McKinsey Danışmanlık tarafından hazırlanan "Türk Sigorta ve Bireysel Emeklilik Sektörünün 2023 Hedef ve Beklentileri Raporu"na göre, hayat sigortası sektörünün büyüyen kredi pazarına paralel olarak büyümesinin beklendiğinden bahseden Uğurlu, bu rapora göre sektörün 2023 yılında 10-16 milyar liraya ulaşmasının öngörüldüğünü söyledi.

2013 yılından önceki uygulamada bireysel emeklilik katkı paylarının ve hayat sigortalarına ödenen primlerin gelir vergisi matrahından düşürülebileceği limitlerin ortak olduğu bilgisini veren Uğurlu, bu uygulama kapsamında hem bireysel emeklilik sözleşmesi hem de hayat sigortası bulunan birçok kişinin ödedikleri prim ve katkı paylarının belirli kısımları için vergi avantajından faydalanamadığını ifade etti. Yasal düzenlemelerle birlikte hayat sigortalarına ödenen primin vergi matrahından indirim limitinin bireysel emeklilik katkı payı ödemelerinden ayrılarak münhasır hale getirildiğini kaydeden Uğurlu, indirim sınırı ücretinin de yüzde 5'inden yüzde 15'ine yükseltildiğini aktardı.

'BİRİKİMLİ HAYAT SİGORTASI ÜRÜNLERİNE TALEP ARTACAK'

"1 Ocak 2013 tarihinden itibaren kişiler kendisi, eşi ve küçük çocuklarına ait hayat sigortaları için ödedikleri primlerin yüzde 50'sini, primi ödedikleri ayda elde ettikleri ücretin yüzde 15'ini ve yıllık olarak brüt asgari ücretin yıllık tutarını aşmamak üzere vergi matrahlarından indirebiliyor. Böylece hem hayat sigortası hem de bireysel emeklilik sözleşmesine sahip olan kişiler, bireysel emeklilik sözleşmeleri için devlet katkısı avantajından faydalanırken hayat sigortalarına ödedikleri primler için de vergi avantajını kullanabiliyor. Söz konusu düzenlemelerin, müstakilen teşvik edilir hale gelen birikimli hayat sigortası ürünlerinin kişilerin farklı yaşam evrelerine yönelik orta ve uzun vadeli birikim oluşturma ve risk teminatı sağlama ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik konumlandırılabilmesine imkan tanıyacağını düşünüyoruz" diyen Uğurlu, bu ürünlere yönelik talepte de önümüzdeki dönemde bir artış olacağını söyledi. Birikimlerin geri ödenmesi aşamasında, toplu para üzerinden stopaj uygulamasından vazgeçildiğine ve yalnızca getiriler üzerinden vergilendirme yapıldığına değinen Uğurlu, bu gelişmeleri de hayat sigortalarına olan ilgiyi artırıcı unsurlar olarak değerlendirdi.

Anadolu Hayat Emeklilik olarak, önümüzdeki dönemde hayat sigortası ürünlerini daha fazla kişiye ulaştırarak kamuoyunda farkındalık yaratmanın öncelikleri arasında bulunduğunu belirten Uğurlu, "Dolayısıyla, çeşitli müşteri segmentlerine yönelik



yeni ürünler geliştirmeye devam edeceğiz. Risk hayat sigortaları, kritik hastalık ve işsizlik sigortası ürünlerimizi hem banka hem de diğer kanallarımızdan hedef kitlelere ulaştırma yönündeki çalışmalarımızı yürütmeye devam edeceğiz. Buna ilaveten, önümüzdeki dönemde ivmelenmesini beklediğimiz gelir sigortaları, farklı yaşam evrelerine yönelik birikim oluşturma amaçlı birikimli hayat sigortaları, eğitim sigortaları ve oluşacak piyasa ihtiyaçları ve mevzuat açılımları paralelinde tontin ve belirli hedef kitlelere yönelik affinity tarzındaki sigorta ürünlerini de tüm dağıtım kanallarımız aracılığıyla müşterilerimize sunma konusunda çalışmalarımızı sürdüreceğiz" diye konuştu.

'HAYAT SİGORTASINA YÖNELİK TANITIMLAR DEVAM ETTİRİLMELİ'

Türkiye'de sigorta bilincinin yükselmesinde, sigorta şirketleri, birlikler ve acentelerin yapacağı katkıların büyük önem taşıdığını vurgulayan Mete Uğurlu, "TSB nezdinde sigorta sektörüne ilişkin farkındalığın ve güvenin artırılması amacıyla, sektörde faaliyet gösteren şirketler olarak ortak çalışmalar yapıyoruz. Hayat sigortası branşında sigorta bilincinin yaygınlaşması konusunda geçtiğimiz yıllarda çok önemli tanıtım ve reklam çalışmaları yapıldı. Bu çalışmaların sektörün tanıtımına, kişilerin sigortaya yönelik ilgisinin ve sigorta bilincinin artırılmasına yönelik olumlu etkilerinin olduğunu görüyor ve tanıtım/reklam faaliyetlerinin önümüzdeki dönemde de yaygınlaştırılarak devam ettirilmesinin oldukça faydalı olacağını düşünüyoruz" dedi.

Ülkemizde sigorta bilincinin henüz arzu edilen seviyelerde olmaması nedeniyle, sigortalı başına düşen sigorta ürünü açısından dünya ortalamalarının oldukça altında olduğumuza dikkat çeken Uğurlu, sigorta pastasının büyütülebilmesi adına çapraz satış uygulamalarıyla mevcut sigortalılara yönelik pazarlama ve satış aksiyonlarının da geliştirilmesi gerektiğini dile getirdi. Uğurlu sözlerini şöyle tamamladı: "Dolayısıyla sigorta sektörünün müşteri tabanını oluşturan bireysel emeklilik katılımcıları ile hayat ve hayat dışı sigortalı portföylerinin çapraz satış fırsatı olarak değerlendirilerek, mevcut müşterilerin farklı ürün ihtiyaçlarına yönelik çözümler sunulması ve müşteri derinliğinin artırılması büyük önem taşıyor. Bu bilgiler ışığında; söz konusu ürünlerin, müşterilerin talep ve ihtiyaçları doğru analiz edilerek, orta vadeli tasarrufa yönelik olarak ürün bazında farklılaşan teminat unsurları değerlendirilerek ve vergi avantajları da dikkate alınarak sunulmasının kritik öneme sahip olduğunu söyleyebiliriz."

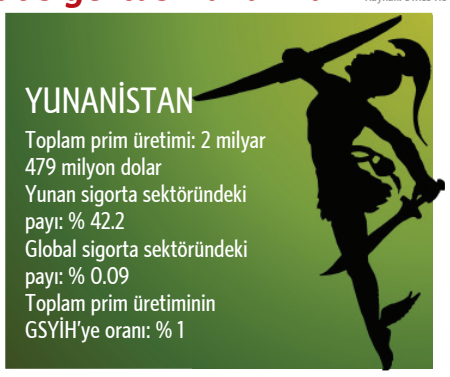
Akdeniz ülkelerindeki hayat sigortası rakamları

Kaynak: Swiss Re Sigma Raporu



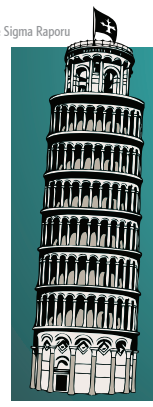
TÜRKİYE

Toplam prim üretimi: 1 milyar 742 milyon dolar
Türk sigorta sektöründeki payı: % 16
Global sigorta sektöründeki payı: % 0.07
Toplam prim üretiminin GSYİH'ye oranı: % 0.22



YUNANİSTAN

Toplam prim üretimi: 2 milyar 479 milyon dolar
Yunan sigorta sektöründeki payı: % 42.2
Global sigorta sektöründeki payı: % 0.09
Toplam prim üretiminin GSYİH'ye oranı: % 1



İTALYA

Toplam prim üretimi: 93 milyar 273 milyon dolar
İtalya sigorta sektöründeki payı: % 64.7
Global sigorta sektöründeki payı: % 3.56
Toplam prim üretiminin GSYİH'ye oranı: % 4.46



İSPANYA

Toplam prim üretimi: 33 milyar 762 milyon dolar
İspanya sigorta sektöründeki payı: % 46.9
Global sigorta sektöründeki payı: % 1.29
Toplam prim üretiminin GSYİH'ye oranı: % 2.5

Aegon Emeklilik ve Hayat Genel Müdür Yardımcısı Zeka Birman:

Hayat sigortası sadece kredi alırken ödenen bir masraf değil

"KREDİ VERİLİRKEN MÜŞTERİLERDEN BİR MASRAF KESİLİYOR, HAYAT SİGORTASI PRİMİ DE BU MASRAFLARIN İÇİNDEKİ KALEMLERDEN BİRİ GİBİ GÖRÜLÜYOR. ÖNCELİKLE BU ALGININ AŞILMASI GEREKİYOR. SİGORTANIN SADECE BİR MASRAF KALEMİ DEĞİL, SOSYAL AMACA YÖNELİK VE SATIN ALINMASI GEREKEN BİR ÜRÜN OLDUĞUNU HERKESE ANLATIYOR OLMALIYIZ."

Aegon Emeklilik ve Hayat Genel Müdür Yardımcısı Zeka Birman, dünya üzerinde hayat sigortalarının payı fazlayken Türkiye'de bu payın daha aşağılarda olmasının birçok sebebi olduğunu ifade etti. Bu sebeplerden biri olarak tasarruf dendiğinde Türkiye'de insanların daha ziyade altın, emlak gibi yatırım araçlarını düşünmesini sayan Birman, hayat sigortasının günümüzde geri planda kaldığını söyledi. Birman, hayat sigortalarının orta vadede sağlayabileceği birikim ve birçok riske karşı koruma altına alması açısından orta vadeli önemli bir yatırım ve sigorta aracı olarak görülmesi gerektiğini belirtti.

"Ali Babacan birçok demecinde tasarruf eğiliminin azaldığını ve bunun önüne geçilmesi gerektiğini söylüyor. Eğer kişiler giderek daha az tasarruf ediyorsa bu yaşlılıklarında ve birikim gerektiren ilerideki diğer finansal ihtiyaçlarını karşılamada sorun yaşayacakları anlamına geliyor" diyen Birman, hayat sigortasının yaygınlaşmamasında önyargıların da etkili olduğuna değindi. Birman,"Hayat sigortası ihtiyaç değil diye düşünenler olabilir, geçmişten gelen memnuniyetsizlikler de var. Bunların birçoğu bazı düzenlemelerle giderildi, ama muhakkak bu önyargıların da bir etkisi vardır. Şu anki durumun arzla da ilgisi var. Şirketler şu an ağırlıklı olarak bireysel emekliliğe odaklanmış durumda. Dolayısıyla Türkiye'de hayat sigortacılığı gelişime açık, şirketler hayat sigortacılığına daha fazla odaklansa bu alanda da artışı görüyor oluruz" diye konuştu.

'RİSK ALGISINA GÖRE İHTİYAÇLAR BELİRLENİYOR'

Türkiye'de sigortacılığın geneline bakıldığında en yaygın olanların sağlık ya da kasko gibi branşlar olarak göze çarptığına dikkat çeken Birman, şöyle devam etti: "Bu genelde insanların hayatına değer vermediği, ancak arabasına değer verdiği şeklinde yorumlanıyor. Ben bunu riskle karşılaşma ihtimalinin daha fazla olduğu yerde sigorta ihtiyacının ön plana çıkması şeklinde yorumluyorum. Çünkü yola çıktığınız neredeyse her gün kaza görebiliyorsunuz veya sağlık nedeniyle hastaneye gitme ihtiyacı her sene en az bir ya da iki kez kendiniz veya bir tanıdığınızda olabiliyor. Bu sebeple insanlar bu güvencelere daha fazla ihtiyaç duyuyor."

'EMEKLİLİKTEN ÖNCEKİ DÖNEM İÇİN BİRİKİMLİ HAYAT UYGUN'

Emeklilik dönemi için bireysel emeklilik varken emeklilikten önceki döneme yönelik olarak da birikimli hayat sigortası ya da benzer ürünler olduğuna dikkat çeken Birman, şunları söyledi: "Bu ihtiyaç hep vardı, hep de olmaya devam edecek. Şu anda 'birikimli hayatın' üretimi nispeten düşük bir seviyede gibi görünüyor ama ihtiyaç olduğu sürece bu ürün de hep olacak. Şu anda prim üretimine baktığınızda birikimli hayatın payı giderek azalıyor, fakat zamanla bu durum düzelecektir diye düşünüyorum."

Aegon olarak hayat sigortacılığında büyümek için şu anda farklı dağıtım kanallarına yatırım yaptıkları bilgisini veren Birman, "Tüm Türkiye'de daha fazla müşteriye ulaşabilmek için bir banka iş ortağımız ve direkt satış örgütümüz var. Acente ağımızı daha da genişletiyoruz. Bunların yanı sıra, bu yıl online satış kanalımızı açtık, onu giderek daha aktif bir hale getireceğiz. Ürün yelpazemizi de giderek genişleteceğiz" dedi. Eylül ayında Ödeme Güvencesi Sigortası'nı başlattıklarını aktaran Birman, bu yeni ürünlerini "Prim İadeli ve Ödüllü Birikim Hayat Sigortası müşterilerin başına bazı risklerin gelmesi durumunda o poliçenin primlerini ödemeye yönelik, sigortanın sigortası diyebileceğimiz bir ürün" diyerek anlattı.

'YENİ HAYAT SİGORTASI ÜRÜNLERİ ZAMANLA DEVREYE GİRECEK'

Birman, "Korumaya yönelik yurtdışında 'Uzun Bakım Sigortası (long term care)' diye bir ürün var, Türkiye'de böyle bir ürün bulunmuyor. İnsanlar emekli olduktan sonra bakıma ihtiyaç duyuyor; belli bir yaştan sonra hem insanların kendi kendine bakma yetisi azalıyor hem de sağlık durumları da giderek kötüleşiyor. Uzun Bakım Sigortası da bu bakım ihtiyacını karşılayan bir ürün. Bunun dışında irat ödemeli hayat sigortası da dünyada ilgi gören bir ürün. Bu tarz ürünlerin zamanla hayatımıza gireceğini düşünüyorum" dedi.

Türkiye'de insanların hayat sigortasına daha fazla ihtiyaç hissetmesine yönelik tanıtımlar yapılabileceğini belirten Birman, sözlerine şöyle devam etti: "Pazarlama faaliyetlerinde çarpıcı olarak sigortaya gerçekten ihtiyaç olduğunu hissettirmek gerekiyor. Satış aşamasında, belki bir danışman ya da satış görevlisi müşteriyle karşı karşıya böyle bir sigortaya neden ihtiyaç olduğunu açık bir şekilde anlatmalı. Biz kendi jargonumuzu anlıyoruz, ancak müşterinin anlayabileceği bir dilde hayat sigortasını anlatabilmemiz gerektiğini düşünüyorum. Kişiler neden bu sigortaya ihtiyacı olduğunu anlarsa sigorta almaya sıcak bakanların sayısı da artacaktır."

Hayat sigortalarının kredilere entegre edilerek satılmasını kısıtlayan yasa hakkında da konuşan Birman, bu yasanın sektörü nasıl etkileyeceğinin zamanla anlaşılacağını belirtti. "Kanunun alt mevzuatları ile düzenlemeler netleşmedi. Ancak üretim üzerindeki etkisi bu düzenlemeler sonucunda belli olacaktır" diyen Birman, yine de kredi hayat sigortalarının satılmaya devam edeceğini düşündüğünü, çünkü alınan borcun sigortalanması çok önemli bir ihtiyaç olduğunu belirtti.



'DÜZENLEMELER SORUNLARI ÇÖZMEYE YÖNELİK OLMALI'

Krediye entegre edilerek satılan hayat sigortalarının sorun olarak algılanmasının sebebinin satış aşamasında yaşanan bazı sıkıntılar olabileceğine değinen Birman, "İzlenimlerimizden anladığımız kadarıyla verilen krediyle hayat sigortasının süre, tutar ya da teminat açısından örtüşmediği, prim tutarının yüksek olması veya satış aşamasında bilgilendirme konularında şikayetler olduğunu anlıyoruz" dedi. Birman, düzenlemelerin daha ziyade bu gibi sorunları çözmeye yönelik düzenlemeler olması gerektiğini vurguladı.

Bankaların daha ziyade kredi hayat, yani kredilerle birlikte verilen hayat sigortalarını sattığını aktaran Birman, bu hayat sigortalarının kredi verilirken farklı farklı yöntemlerle verilebildiğini dile getirerek "Kredi verilirken müşterilerden bir masraf kesiliyor, hayat sigortası primi de bu masrafların içindeki kalemlerden biri de gibi görülüyor. Birçok masrafın yanında sigorta priminin de bir masraf gibi gösterilmesi doğru değildir. Bu algının aşılması gerektiğini düşünüyorum; yani sigortanın sadece bir masraf kalemi değil, sosyal amaca yönelik ve alınmasının gerekli bir şey olduğunu ilgili herkese anlatıyor olmamız gerekir. Birçok masrafın yanında sigorta priminin de bir masraf gibi gösterilmesi bana çok doğru gelmiyor, bunun yerine sigortaların kredilerle birlikte verilmesinin özellikle teşvik edilmesi gerekir. Örneğin barınmanın bir ailenin temel ihtiyaçlarından birisi olduğunu düşünürsek, konut için yapılan kredi sigortalarının özellikle teşvik edilmesi gerekir diye düşünüyorum" dedi.

Temel Sigortacılık Eğitim Programı branş kayıtları başlıyor

TSEV, Temel Sigortacılık Eğitim Programı'nın ikinci dönem branş eğitimlerine ara dönemden öğrenci alıyor. Programın bahar döneminde başlayacak ikinci yarıyılında verilecek eğitimlerde öğrenciler uzmanlık alanlarına göre bir branşa kayıt yaptıracak.

TSEV, Temel Sigortacılık Eğitim Programı'nın ikinci dönem branş eğitimlerine ara dönemden öğrenci alıyor.

Bir akademik yıl süren ve iki dönemden oluşan programın, sigortacılık mesleğine ilişkin genel konularda eğitim verildiği birinci dönemi tamamlandı. Programın bahar döneminde başlayacak ikinci yarıyılında, Yangın ve Mühendislik Sigortaları, Kaza Sigortaları, Nakliyat Sigortaları, Hayat Sigortaları, Sağlık Sigortaları, Muhasebe branşları eğitimleri verilecek. Öğrenciler uzmanlık alanlarına göre bu branşlardan bir tanesine kayıt yaptıracaklar.

Programa ikinci dönem itibarıyla dahil olacak ve sınavlarda başarı gösterecek öğrenciler, Temel Sigortacılık Eğitim Programı'nın sadece ilgili branşından mezun olduklarını gösteren bir sertifika almaya hak kazanacaklar.

24 Şubat – 4 Haziran tarihleri arasında gerçekleştirilecek ikinci dönem branş eğitimlerine mevcut kontenjan dahilinde ve sınırlı sayıda öğrenci kabul edilecek. Programa son kayıt tarihi 14 Şubat'tır. Program, hafta içi üç gün ve mesai saatleri dışında gerçekleştirilecektir.

Detaylı bilgi için, egitim@tsev.org.tr veya 0212 296 22 57 numaralı telefondan TSEV Eğitim Birimi'yle iletişime geçilebilir.



TSEV, 2014'ün ilk 3 ayına ait eğitim programlarını duyurdu

Kısa Süreli Eğitim Programlarını üçer aylık dönemlerde sektöre sunan TSEV, 2014 Ocak-Mart dönemi kısa süreli eğitim programlarını duyurdu.

Bu dönemde yer alan bazı eğitim programları şu şekildedir:

"Trafik Sigortasında Son Değişiklikler ve Tarife Uygulamaları" eğitim programında 2014 yılı itibarıyla trafik sigortasına getirilen değişiklikler ele alınacaktır.

"Hayat Sigortaları ve Bireysel Emeklilik Sistemi'nde Vergi Uygulamaları" başlıklı eğitim programı kapsamında hayat ve emeklilik ürün ve hizmetleriyle ilgili Gelir Vergisi Kanunu, Kurumlar Vergisi Kanunu, Gider Vergisi (BMSV) ve Veraset ve İntikal Vergisi Kanunu Uygulamaları ele alınacaktır.

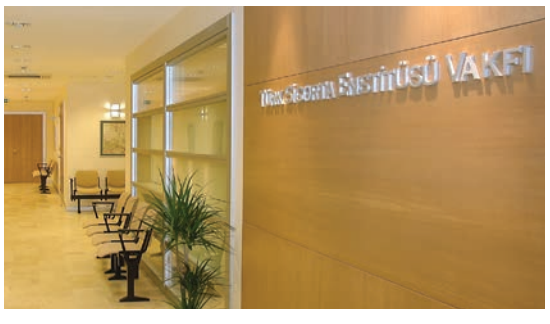
Branşlar bazında temel seviyede "Temel Sigortacılık Bilgileri", "Temel Yangın Mühendisliği", "Havacılık Sigortaları" ve "Uygulamalı Temel Reasürans Bilgileri" eğitimleri bulunmaktadır.

"Sigorta Mevzuatı"ndaki güncel değişikliklerin örneklerle ele alınacağı programda ayrıca terminoloji, sigortanın temel kavram ve prensiplerinin İngilizce kullanımlarının anlatıldığı ve bunları takiben Business Letter Writing, Presentation & Art of Public Speaking konularının işleneceği "Hayat Dışı Branşı Çalışanlarına Yönelik İş İngilizcesi" eğitimi yer almaktadır.

PricewaterhouseCoopers işbirliğiyle gerçekleştirilecek olan "Sigorta ve Emeklilik Şirketlerinde Finansçı Olmayan Yöneticiler için Finansal Analiz" eğitim programında finans ve muhasebe eğitimini uzmanlık alanı olarak almamış, ancak işletmenin faaliyet sonuçlarını yorumlamak, günlük finansal faaliyetlerle ilgili kararlarda daha hâkim ve etkin olmak isteyen kişilerin bilgilendirilmesi amaçlanmaktadır.

Tüm eğitim programıyla ilgili bilgi için www.tsev.org.tr sayfası ziyaret edilebilir.







TSEV'den Sigorta Acenteleri Teknik Personel Eğitimleri

5684 sayılı Sigortacılık Kanunu'na dayanılarak çıkartılan 26847 sayılı Sigorta Acenteleri Yönetmeliği gereğince zorunlu olan, "Sigorta Acenteleri Teknik Personel Eğitimleri" bu yıl TSEV'in organizasyonu ile gerçekleşecek.

Eğitimler 2014 yılında Şubat-Nisan ve Eylül-Kasım olmak üzere iki dönem halinde düzenlenecek olup, program ve başvuruyla ilgili detaylı bilgi almak için www.segem.org.tr adresi ziyaret edilebilir.

TSEV-FAIR işbirliği ile uluslararası eğitim semineri

TSEV, Afrika ve Asya kıtalarında yer alan sigortacı ve reasürörler arasındaki bilgi ve uzmanlık paylaşımı ve iş ilişkilerini geliştirmek amacıyla kurulan FAIR'in (Federation of Afro-Asian Insurers and Reinsurers) Eğitim Komitesi'nde yer almaktadır.

Bu çerçevede TSEV, FAIR işbirliğiyle İstanbul'da 2012 yılında "Pricing and Modelling in Casuality Insurance" konulu uluslararası eğitim semineri düzenlenmişti. 2014 yılındaysa 3-4 Nisan tarihlerinde "Insurance Marketing and Selling Dynamics in Emerging Markets" konulu bir uluslararası eğitim semineri gerçekleştirilecek. Sektörün üst düzey yöneticileri ve profesyonellerinin bilgi ve deneyimlerini paylaşacağı seminerde Türk ve Avrupa sigorta piyasasının geleneksel, dijital ve sosyal boyutlarına dayanarak gelişmekte olan piyasalardaki sigorta sektörü üzerinde durulacak.

Aktüer Adaylarına Yönelik Eğitim Programları TSEV'de

"Uzmanlık Eğitim Programları" çerçevesinde verilen Aktüer Adaylarına Yönelik Eğitim Programları'nın ilki olan "Matematik Eğitim Programı", 18 Aralık 2013 tarihinde başladı. "Matematik Eğitim Programı"nın bitişini takiben 18 Şubat 2014 tarihinde başlayacak ikinci program olan "Finansal Matematik Eğitim Programı" ise 11 Mart tarihinde son bulacaktır. "Finansal Matematik Eğitim Programı"nda Paranın Zaman Değeri, Faizin ve Faiz Problemlerinin Çözümü, Temel ve Genel Annüiteler, Kazanç Oranları, Amortisman Çizelgeleri ve Borç Ödeme Fonu konuları ele alınacaktır.

ÇOK SATANLAR



15,99 TL

EMRE AYDIN
Sevilen pop ve alternatif rock şarkıcısı Emre Aydın'ın son albümü "Eylül Geldi Sonra" dinleyicileriyle buluştu.



20,00 TL

DEMİ LOVATO
1992 doğumlu ABD'li şarkıcı, söz yazarı ve oyuncu Demi Lovato'nun son albümü "Frozen" raflardaki yerini aldı.

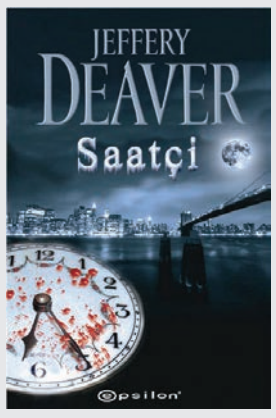
YERLİ
1- Eylül Geldi Sonra
Emre Aydın -DMC
2- Darmaduman - Duman -Pasaj
3- Hiç Konuşmadan
Mehmet Erdem -Sony Müzik
4- Levlanın Hikayesi
Model -Gnl Menajerlik Ses
5- Proje 2 - Erdem Kınay -
Kny Müzik Yapım
6- Cadde - Yaşar - Seyhan Müzik
7- Kalbe Kiralık Aşklar
Ferhat Göçer - Emre Grafson Müzik

YABANCI
1- Frozen - Demi Lovato -Walt Disney R.
2- Kidz Bop 25
Kidz Bop Kids - Razor & Tie
3- The River & The Thread
Rosanne Cash - Blue Note Records
4- Foreverly
Billie Joe + Norah, Armstrong -Reprise
5- Live At The Cellar Door
Neil Young - Reprise
6- Pure Heroine
Lorde - Motown / Universal
7- Lucinda Williams
Lucinda Williams - Lucinda Williams R.

Kaynak: Idefix, Amazon, D&R

Saatçi **Jeffery Deaver**

Soğuk bir aralık ayı... New York sokakları. Aynı gece içinde işlenen iki korkunç cinayet. Katilin olay yerine bıraktığı, kadranı Ay Takvimi ile döşenmiş saatler ve uçuşup duran sorular: "Bir insan ne kadar sürede ölür? Katil cinayeti işledikten sonra, olay yerine neden geri döner? Bir suçlu ne zaman yalan söyler? Birinin yalan söylediğini nasıl anlarız?" Deaver'ın artık efsaneleşen kahramanı, boynundan aşağısı felçli, suç uzmanı, üstat Lincoln Rhyme, sevgilisi Amelia Sachs ve ekibi soruşturmayı üstlenirler, fakat yüzyıllardır doğru işleyen şaşmaz bir saat kadar mükemmel kurulmuş bu oyunda adım adım çözüme ulaşmaya çalışırlarken, hayatın önemli sırlarından biriyle karşı karşıya geleceklerdir.



552 sy. 25 TL

Bülbülün Gözündeki Cin **A.S. Byatt**

"Bir vakitler, erkeklerle kadınlar madenî kanatlar üstünde göklerde uçar iken, ördek ayakları takıp denizlerin dibinde yürür iken, balinaların konuşmalarını, yunusların şarkılarını dinler iken... Bütün bunlarla büyük ölçüde ilgisiz, dolayısıyla mutlu bir kadın yaşardı. Bu kadının işi öykü anlatmaktı" diye başlıyor Bülbülün Gözündeki Cin. Ancak eskilere ait bir masal anlatmıyor A.S. Byatt. Hikâyenin kahramanı, bir konferansa katılmak için İstanbul'a gelen orta yaşlı, akıllı bir edebiyatçıdır. Kapalıçarşı'daki bir dükkândan eski püskü, toz içinde bir çeşmibülbül satın alır. Gelgelelim çeşmibülbülün içinde bir cin vardır. Ve "akıllı uslu" olmayan bu cin, kadının hayallerini bir bir gerçekleştirecektir.



208 sy. 13 TL

İnsanlığın En Eski Muamması
Bertrand David, Jean-Jacques Lefrére

"İnsanlığın En Eski Muamması", ressam Bertrand David'in konuyla ilgili sorduğu temel sorularla açılıyor. David, atalarımızın yeteneklerinin kaynağını, insanlığın evrimini gözden geçirmeye, kafaları meşgul eden gizemleri aydınlatmaya dönük sorularını, mağaraların ulaşılması en zor köşelerini binlerce yıl önce keşfeden eski insanlar ekseninde sıralıyor. David'in onların bu zor bölgelere ilerleyişlerinin mantığını çözmeyi amaçlayan soruları yanıtlarken yardım aldığı isim ise, bilim insanı Jean-Jaques Lefére. İkili, söz konusu rastlantısal keşifleri çözümlemeye soyunarak "İnsanlığın En Eski Muamması"nın koordinatlarını çiziyor.



120 sy. 11,50 TL

ERHAN DUMANLI
erhandumanli@gmail.com



Yeterli eğitimimiz yok mu?

SON 3-4 aydır devamlı eğitim eksikliğimizi yazdım, kaynaklarımız Birleşmiş Milletler veri tabanı ve Pisa gibi testler yapan kurumlar. Sonuç; 6.5 yıllık eğitim ortalaması ile Avrupa'da sonuncu ülkeyiz. Aşağıda örneklerle bu eğitim eksikliğinin günlük hayatımızda nelere yol açtığını anlatmaya çalışacağım.

■ Bizlere okul hayatımızda hep kişisel haklarımıza sahip çıkmamız gerektiği öğretilmişti ve Türk insanı değişik platformlarda haklarına sahip çıkma mücadelesi vermiştir ancak burada önemli eksiklik karşıdaki bireyin de kişisel hakları olduğunun kabul görmesi ve onun haklarına da saygı gösterilmesi hatta öncelik verilmesidir. Batı dünyası bu konuda vatandaşlarını çok iyi eğitmiştir ve günlük hayatlarında çok örnekleri görülmektedir.

Oğlumun ABD'deki okuduğu üniversitenin bulunduğu kasabada bir takside yolculuk yaparken ışıkların olmadığı ve dört adet yolun birleştiği bir göbeğe gelmiştik, taksi şoförü bir süre durdu ve birkaç araç yoluna devam ettikten sonra o da yola koyuldu ben de 'neden bekledin ve neye göre yola koyuldun' dedim, o da bana, 'dört yol ağzına gelen araçlar geliş sıralarına göre geçiş hakkı alırlar, eğer ışıklar yoksa ve de herkes buna uyar' dedi. Yani ilk gelen ilk gider, ülkemizde böyle bir düzen olabilir mi, araç sahipleri karşıdakine böyle bir öncelik verir mi!

Türkiye'de ışıkların olmadığı bir kavşakta neler yaşanabileceğini düşünebiliyor musunuz!

Londra'da taksi ile havaalanına gidiyorum, taksi şöförü bir aracın önünü kesti ve bana sir müsaade ederseniz şu aracı kullanana bir iki şey söyleyeceğim 'dedi ben de şaşkın 'ok' dedim. Taksiden indi ve gidip araç şofürüne bir şeyler söyleyip döndü, 'ne konuştun adamla' dedim, 'sen kendi hayatını düşünmüyorsan araçtaki diğer insanların hayatını düşün ve böyle tehlikeli araç kullanma dedim' diye cevap verdi. Ben yine ülkemde bu taksi şöförü aynı tavrı İstanbul'da gösterse sonu ne olur acaba diye kara kara düşündüm.

Bence ülkemizde trafiğin çok kötü olmasının sebebi, herkesin bencilce kendi çıkarını korumaya çalışması ve karşısındakinin haklarına hiç saygı göstermemesi. Olayın başı ve sonu bu, tabii ki çok önemli bir eğitim sorunu, herkes birbirinin haklarına saygılı olacak ve böylece gerçek bir toplum olunacak.

■ Geçenlerde bir gazetede yazıyordu, ülkemizde çocuk yaşta evlendirilen (büyük bir ihtimal ile satılan) kız sayısı, 181 bin imiş. Bu eğitim eksikliği değil de nedir.

■ Kadın evi terk ediyor ve baba evine gidiyor, koca gidiyor hem karısını hem karısının anne ve babasını vurarak öldürüyor.

■ Delikanlı mahalleli kıza çıkma teklif ediyor, kız 'hayır' diyor ve orada öldürülüyor.

■ Yaşları 18 civarı 3-4 genç bir otoparkı basıp oradaki genci dövmeye kalkıyor, gencin babası da 3 genci vurup öldürüyor .

■ Geçenlerde yine bir gazetede yazılanlara göz atalım: 10 ayda cinayete kurban giden kadın sayısı 189. Her ay 19 kadın kocaları, sevgilileri veya akrabaları tarafından öldürülüyor.

Cinayetlerin sebeplerine bakalım:

■ Ayrılık, boşanma: Yüzde 29
■ Kadının hayatına dair bir karar vermek istemesi: Yüzde 24
■ Kıskançlık: Yüzde 21
■ Ekonomik sebepler: Yüzde 9
■ Diğer: Yüzde 17

Yukarıdaki gerekçelerle 2013'ün 10 ayında 189 kadını öldürenler kimler:

■ Kocası: Yüzde 31, ■ Eski kocası:Yüzde 5,
■ Sevgili-Eski sevgili: Yüzde 14, ■ Akrabalar: Yüzde 10 ,
■ Diğer-Bilinmeyenler: Yüzde 40

Bu arada tabii ki faili meçhul oranı yüzde 40, çok yüksek, ama büyük bir ihtimalle yukarıdakilere dağılıyordur.

Bu da ancak eğitimle düzeltilecek konulardan birisi.

Eğitim konusunda bilmemiz gereken bir önemli istatistik var; buna göre eğitimde en önemli pay yüzde 30 ile ailede, yüzde 20 de okul eğitiminde. Bu neyi gösteriyor? Ailesinden düzgün eğitim alamamış birisine sadece okul eğitimi yeterli olmayabilir, yani annesi ve babası eğitilmiş olmayan bireyin çok eğitimli olması da beklenmemeli.

Sonuç olarak ülkemizde kesinlikle eğitim konusunda çok önemli hamleler yapılmalı ve bu 6.5 yıl 10-11 yıllara çıkarılmalıdır. Aksi takdirde 6.5 yıl eğitim almış insanlarımızdan çocuklarını eğitmelerini bekleyemeyiz, en basitinden trafik sorununu da çözemeyiz.



HAKAN YURDAKUL
hakanyurdakul@yahoo.com

Postmodern organizasyonlar ya da uzmanın ölümü

BİR kavram olarak postmodern, daha "entel", "afili" ya da "sanatkârane" görünmekten başka işlere de yarıyor olabilirdi. Modern sonrası diye çevrilebilecek bu kavram aslında modernizmin temel kutsalına ciddi bir itiraz. Bu itiraz, gerçek nedir sorusunun cevabı etrafında dönüyor. Denilene göre modernizm ölçülemeyeceği veya denenemeyeceği için "bilimsel gerçek"ten başka gerçeği gerçek olarak kabul etmiyor. Bu ölçülebilen ve denenebilen bilimsel gerçek de "maddi olarak ne işe yarıyor" sorusuna cevaptan başka bir şey değil. Tüm insan faaliyetlerinin gerçeğin aranması ve öğrenilmesine hasredildiği düşünülürse, fayda ve fonksiyon ekseninde tanımlanan gerçekle hayat gayet tatsız-tuzsuz bir şekilde arz-ı endam ediveriyor.

Bunun pratik yansımalarını bir örnek üzerinden anlatmaya çalışmak daha iyi olacak. Diyelim ki sorumuz şirket nedir olsun. Bilimsel gerçekler ışığında da şirketi kâr amacı güden türlü faaliyetler yürüten bir tüzel kişilik olarak tanımlayalım. Bu durumda şirketin kaynakları, yani sermayesi, çalışanları, makineleri, binaları vesair de bu amacı gerçekleştirmek için kullanılan araçlar oluyor. İnsan dışındaki araçlarda sorun yok, bunlar zaten bilinçsiz. Ama insanın araç haline gelmesi pek kolay olmuyor, çünkü insanın diğer araçların aksine öznel değerleri, düşünceleri, algıları ve hisleri mevcut. Bu örnekte modernizme yönelik temel eleştiri, bu öznel insanların araçsallaştırılması için yapay altyapı ve değerlerin üretilerek insanların kandırılması ve hayatın içinin boşaltılması. Mesela organik bir toplum yerine yapay bir toplumun üretilmesi, insanların organik olarak kendilerini bir parçası görmediği bu yapay toplum uğruna bazı fedakârlıklarda bulunmasının yapay bir erdem olarak pazarlaması ve bunların toplamının da iyi bir şeymiş gibi gerçek diye sunulması. Bu sürece örnek olarak da modern ulusun inşası sıkça veriliyor. Postmodernist eleştirinin önerdiği alternatif ise tek bir gerçeğin olmadığının, gerçeğin kişiye ve nereden bakıldığına göre değiştiğinin kabulü. Bunun şirketler dünyasına uygulamadaki yansıması, kârlılığın şirketin tek gerçekliği olmadığının kabulü ile sosyal sorumluluk, çevrenin korunması ve insan ögesinin dikkate alınması oluyor.

Postmodernizme bakılırsa, gerçek bu nesnel ve fayda eksenli tanımından taşıp "güzel", "iyi" ve "ahlaklı" gibi maddi fayda üretmeyen alanları da kapsamaya başlayınca, belki daha kârlı ve etkin değil, ama daha sahici ve tatminkar bir hayatın da kapıları açılıveriyor. Bunun mümkün olması için de, biricikliği ve tekelliği reddedilen bilimsel gerçeğin sözcüsü durumunda olan uzmanların tenzil-i rütbeye uğratılması gerekiyor. Bunun sonucunda uzman, bir tür ilahi gerçeği kesin ve inkâr edilemez bir şekilde söyleyen bir bilge kişiden, olanı kendi bakış açısı ve bilgisiyle yorumlayan bir yorumcu konuma tevdi ediyor.

80'lerin ve 90'ların gözde kavramlarından biri olan postmodernizm kulağa hoş geliyor değil mi? Ne yazık ki bu yeterli olmamış olacak ki 2000'lerde postmodernizmden ve çoklu gerçeklikten pek bahseden yok. Bunun temel nedeni olarak gösterilen şey ise, bu çoklu gerçeklik tasavvurunun insana güvenebileceği "evrensel" bir gerçek bahşetmemiş olması ve pratikte her şeyin gerçek olabileceği bir kaostan başka bir şey vaat etmemesi. Nitekim dünya tarihini pre-modern (modern öncesi), modern ve postmodern olarak tanımlayan bazılarının öngördüğü sonraki aşama, birilerinin kendi doğrularını diğerlerine zorla kabul ettirmeye çalışacakları Kabile Savaşları Dönemi.

Sıkılıp kaçmadan bu satıra kadar gelebildiyseniz neden bunlardan bahsettiğimi sormaya da hakkınız var demektir. Bahsedilen kârlılık hedeflerine odaklanıp belirli bir süre çalıştıktan, ne bileyim belli başlı kariyer hedeflerini gerçekleştirip emeklilik olmasa da işyerinde belirli bir dinginliğe ulaştıktan sonra insanın kafasına gelip oturan bir soru var: Hayat bu mu ve bu kadar mı? Eğer hayatınızı iş odaklı kurmak gibi derin bir hataya düşmemişseniz bu soruya haklı olarak gülüp geçeceksiniz. Ama eğer hayatınızı rakamlardan ve işyerinde kurulan "sözde" arkadaşlıklardan (buna işyerinden evlenme kolaycılığı da dahil edilebilir mi?) ibaret kılma kolaycılığına kaçtıysanız önünüzde iki ihtimal var. Ya hiç emekli olmayın, çünkü bildiğiniz başka da bir hayat yoktur ya da Jean Paul Sartre'ın veciz sözündeki gibi "Öteki Cehennemdir". Ya da Mevlana'nın dediğini işitin ve artık yeni bir şeyler söyleyin.

Gelecek sayıda görüşmek ümidiyle.



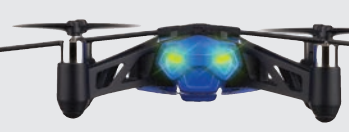
PEBBLE STEEL

Akıllı saat 2.0

Yetenekleriyle şaşırtan, e-mürekkep ekranlı akıllı saat Pebble'ın paslanmaz çelik kasalı ve çizilmez Gorilla Glass ekranlı yeni modeli, tanıtıldı. Pebble Steel, yenilenmiş tasarımı ile ilk nesle göre çok daha şık görünüyor. Saat, hem Android hem de iOS işletim sistemiyle uyumlu. Firma ayrıca Mercedes, Pandora, ESPN, Foursquare, Yelp, GoPro ve iControl ile işbirliği içinde olduğunu duyurarak önümüzdeki günlerde daha fazla popüler uygulamaya kavuşacağının sinyallerini de veriyor. Fırçalanmış paslanmaz çelik kordon ile mat çelik kordona sahip saatin her iki modelinin kutusundan da bir adet deri kordon çıkıyor. Ocak sonu itibarıyla teslimatına başlanan saatin fiyatı 250 dolar.

PARROT MINIDRONE

Mini helikopter



MiniDrone, geçtiğimiz yıllarda AR.Drone 2.0 ile gönülleri fetheden Parrot'ın ilginç oyuncaklarının en yenisi. Dört pervaneli helikopter AR.Drone'un daha küçük versiyonu olarak tasarlanan MiniDrone, iki büyük tekerleği sayesinde yerde de gidebiliyor. Öte yandan cihaz havada kendi kendine de sabit durabildiği için kontrol etmesi çok kolay. MiniDrone, Bluetooth 4.0 ve iOS/Android için geliştirilmiş uygulaması yardımıyla mobil cihazlarla bağlantı kuruyor. Tam dolu pille 6-7 dakika kullanılabilen ve yaklaşık 50 metre kontrol mesafesi bulunan MiniDrone'da 500 MHz işlemci, 1 GB RAM, barometre, jiroskop, akselerometre, ultrasonik sensör ve kamera yer alıyor.



INTEL EDISON

SD kart kadar PC

Ocak ayında düzenlenen tüketici elektroniği fuarı CES 2014'te giyilebilir teknolojiler oldukça ön planaydı. Bu alanda gövde gösterisi yapan Intel'in ilgi çekici sunumlarından biri de tüm bu cihaz ve prototiplerin merkezine konumlanan SD kart büyüklüğündeki bir bilgisayar üzerineydi. Intel'in 22 nm mimarisi üzerine kurulu çift çekirdekli bilgisayarı Edison'ı katılımcılara CEO Brian Krzanich tanıttı. Sadece telefon veya tabletlerle değil akla gelecek her türlü cihaz ya da eşyayla kullanılabilecek olan Intel Edison, dahili Wi-Fi ve Bluetooth modüllerine sahip. Krzanich'in belirttiğine göre Edison, geliştiriciler için tasarlanmış ve geleceğin giyilebilir akıllı cihazlarında kullanılması hedeflenmiş bir bilgisayar.



PLAYSTATION NOW

Oyun severlere müjde

PS4'ün tanıtılmasıyla birlikte kullanıcıların çoğu eski PlayStation oyunlarını yeni konsolda oynayıp oynayamayacağını merak ediyordu ama geçtiğimiz ay tanıtılan bulut tabanlı oyun servisi PlayStation Now, tüm endişeleri giderdi. PS3 ve PS4'le hizmete başlayacak olan servisin, PS Vita, Sony Bravia TV'ler ve akıllı telefonlarla tabletler gibi diğer akıllı cihazlara doğru kapsamını genişletmesi bekleniyor. Servis kullanıma açıldığında konsola bile ihtiyaç duymadan PlayStation oyunlarını oynamak mümkün olacak.



SAMSUNG SMARTPHONE GAMEPAD

Konsol gibi



Bluetooth üzerinden Galaxy serisi akıllı telefonlara bağlanan Smartphone GamePad, telefonu oyun konsoluna dönüştüren bir oyun kumandası. Üst kısmındaki mekanizmayla 4 ile 6,3 inç arası ekran büyüklüğüne sahip cihazlar kumandanın üzerine sabitlenebiliyor. Smartphone GamePad'le oyun oynarken HDMI bağlantısı veya AllShare Screen Mirroring aracılığıyla telefonu televizyona bağlamak ve oyun deneyimini büyük ekrana taşımak da mümkün. Üzerindeki micro-USB bağlantı noktasından şarj edilebilen kumanda, Android 4.3 ve üzeri işletim sistemine sahip cihazlarla kullanılabiliyor. Aralarında Need for Speed Most Wanted gibi oyunların bulunduğu 35 oyuna destek veren kumandayla oynanabilecek oyun sayısının önümüzdeki aylarda artması bekleniyor.

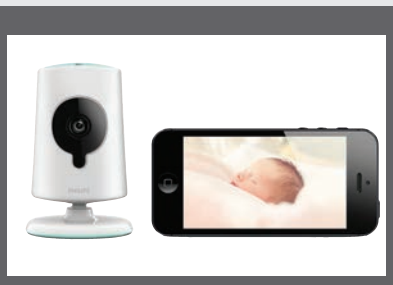


OLLOCLIP

Üçü bir arada

Olloclip, iPhone'larla kullanılan bir aksesuar. Üçü bir arada lens aparatı olan bu aksesuar iPhone 5c'nin canlı renklerine uyum sağlayacak renk seçeneklerine sahip. Yeşil, sarı, kırmızı, mavi ve beyaz renklerde üretilen lensi kullanarak iPhone'un kamerasıyla geniş açı, makro ya da balık gözü efektli fotoğraflar çekmek mümkün. Makro ile yakın çekim yapabilen üçü bir arada lens, geniş açı ile normalde iPhone 5c'nin çekebileceği alanın iki katı alanı kareye sığdırabiliyor. Balık gözü lenste ise 180 derecelik bir açıyla çekilmiş fotoğrafların kenarlarında bozulma efektleri oluşuyor ve enteresan kareler ortaya çıkıyor. App Store üzerinden indirilen Olloclip uygulaması ile çalışan aksesuarda dayanıklılık için uçaklarda kullanılan alüminyum malzeme kullanılmış. Çok elementli üst kalite optiğin de yer aldığı Olloclip, 60 dolardan satışa sunuldu.





PHILIPS IN.SIGHT

Gözüm üzerinde

Philips In.Sight B120E, kullanıcılara evde neler olup bittiğini gösteren bir bebek kamerası. iOS veya Android'li cihazlara yüklenen uygulaması üzerinden kontrol edilen kablosuz kamera, bulunduğu ortamdan hem görüntü hem de ses iletimi gerçekleştirebiliyor. Geleneksel bebek monitörlerinin aksine Philips In.Sight bebek kamerası, birden fazla kullanıcıyı destekliyor. Söz gelimi hem ebeveynler hem de büyükanne ve büyükbabalar, kendi akıllı telefon ve tabletleri üzerinden bebeğin canlı akışını görüntülemeleri mümkün oluyor. Kamerada sıcaklık ve nem sensörleri de bulunuyor.

CANON EOS M2

İkinci nesil aynasız



Canon, ilk aynasız fotoğraf makinesi EOS M'nin güncellenmiş versiyonunu duyurdu. Tasarım olarak EOS M ile aynı olan EOS M2, hızlandırılmış otomatik odaklama sistemiyle geliyor. İlk modele göre daha hızlı odaklama yapabilen fotoğraf makinesi, 18 megapiksel çözünürlüklü APS-C sensör ve DIGIC 5 görüntü işlemcisine sahip. Vizörü bulunmayan fotoğraf makinesinin 3 inçlik ekranı dokunmatik özellikte. Küçük boyutlarına rağmen oldukça büyük boyutlu bir sensöre yer verilen EOS M2'nin üzerinde oldukça az sayıda düğme bulunuyor. Kontrolleri çoğunlukla dokunmatik ekran üzerinden yapmak gerekiyor. İlk olarak Japonya ve Çin'de piyasaya çıkacak olan fotoğraf makinesinin 18-55 lensle birlikte fiyatı 820 dolar.

EŞBER ERÜLGEN
esberulgen@ttmail.com



Kaldırım ve metro 2014

BU köşede ilk yazımı, Mayıs / 2009'da yazmış, kendimi tanıtmış ve ne tarz konular yazacağımı anlatmıştım. Bir sonraki ay başlık: KALDIRIMLAR VE KÜLTÜR. Beni kaldırımdan bahsetmeye neyin sevk ettiğini bugün hatırlamam mümkün değil. Celal Şahin'in, Sesle Çizgi programlarındaki, "İndir Kaldırımı Kaldır Kaldırımı" şarkısından bile bahsedip; "Kaldırımların Yüksekliği, O Ülkenin Kültür Seviyesini Gösterir" ters orantılı vecizesi ile bağlamışım. (Haziran / 2009)

Üçüncü yazımın başlığı: METRO. Pertevniyal Lisesi yıllarımızda, Yenikapı'da başlayan metro sondajlarını ve 1949'dan 2009'a kadarki metro maceramızı , günbegün yaşamış bir kişi olarak anlatmışım. Bu şehrin trafik probleminin tek çözüm çaresinin METRO olduğunu... (Temmuz/2009)

Bu şehrin her dönemde sıkıntılarını çektiğim trafik ve ulaşım güçlükleri beni öyle boğmuş ki; şu KÖŞE elime geçince sanki bir faydası olacakmış gibi sarılmışım kaleme, başlık: 3. KÖPRÜ ve METRO. Bu sefer Hürriyet Washington Muhabiri, Tolga Tanış'ın 42.CADDE adlı köşesinden (alıntı için iznini almak şartıyla !) geniş bir alıntı yaparak, anlatmaya çalıştıklarımın adeta teyidi mahiyetindeki satırları aktarmışım. Özetle, yeryüzüne para sarf etme, çözüm METRO'dur, artık insanlar Amerika'da araba kullanmayı sevmiyor. (Eylül / 2009)

Kültür seviyemizin işareti, YÜKSELTİLMİŞ KALDIRIM'ın azizliğine uğrayıp, omurgamın 12. vertebrasını kırmam üzerine yazı başlığım: KALDIRIMIN İNTİKAMI. Dilimin döndüğü, terbiyemin ve bu köşenin müsaadesi kadar verip, veriştirmişim KALDIRIM'lara. (Mart / 2010)

Yazının başlığı: POTPURİ. Köşe yazarlarından özenip, tek konu yerine küçük küçük konular işlemişim. İkisi yine İstanbul trafiği ve METRO. (Haziran / 2010)

Bıktırmışım sizleri, başlık: KALDIRIMLAR. Başlık böyle olsa da üçte biri METRO. Bordür ve kaldırım bakım onarım masrafları ile ilgili resmî rakamlar, ilgili Bakan' ın geniş izahatı da var.. (Ekim / 2010)

Başlık: MECİDİYEKÖY. Ali Sami Yen arazisinin satılması nedeni ile Mecidiyeköy trafiğinin tahlili, dolayısı ile METRO ihtiyacının önemi.. (Şubat /2011)

Yazı başlığı: TÜNEL MODASI VE METRO. İstanbul için tek çarenin METRO olduğunu anlatmak için bin dereden su getirmeye çalışmışım. (Nisan/2011)

Elbette benim köşem Hürriyet'in 3. sayfası değil, orada ve emsali sayfalarda yazılanların da hiçbir sonuca ulaşamadığını görüyoruz. Takvime bağlayıp muayyen fasılalarla aynı şeyleri defalarca tekrarlayanlar var. Alınganlık yapacak değildim ya..

Yapılacak mahallî seçimler için başlayan etkinliklerde METRO, birinci sırada. Slogan hangi tarihte, nereden nereye, kaç dakikada gidileceği. Jeton'lar düşmüş.

KALDIRIM meselesi ise hiç söz konusu edilmiyor. Oysa ne bordürler, ne de ambalajlar içinde getirilip, kuma gömülen kaldırım taşları üzerinde yürünemeyecek bir haldeler. Farklılıklarından dolayı takılıp düşmek ahvali âdiyeden, yani basit olay. Gençler fark etmeyebilir ama yaşlıların yürürken dengesi bile bozuluyor. Şahit aramaya gerek yok, kendimden biliyorum ama yine de TEPAV Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı, köşe yazarı Esen Çağlar'ın bu konudaki yazısından bir bölüm aktarıyorum:

"Neden kaldırımlarımız asfalt-betondan değil de, yanar-döner taşlardan yapılıyor? Dünyanın başarılı olarak kabul edilen tüm şehirlerinde, New York'ta, Londra'da, Paris'te kaldırımlar çok basit beton-asfalttan yapılmış. Tek renk. Tek düze. Ama muntazam. Bizde ise, hem İstanbul, hem Ankara'da ve sanırım tüm diğer şehirlerimizde, pek havalı taşlar kullanılıyor. Ama bu taşlar ya kalkıyor, ya kırılıyor, sonunda olan kaldırıma ve üstünde yürümeye çalışan insanlara oluyor. Ben Ankara'da, bir ana cadde üzerinde yaşıyorum. Ve inanın ayağım bir taşa takılmadan kaldırım üstünde yürümeyi özledim. Havalı kaldırım taşları falan yerine de tek istediğim düzgün kaldırımlar. Şimdi sadece merak ediyorum, bizim yaptığımız taşlar mı daha ucuz, Parislilerin New Yorkluların yaptığı beton kaldırımlar mı daha ucuz? Toplum refahı için hangisi daha doğru? Biri bana açıklayabilir mi?"

Mutluyum, yalnız değilmişim, olay benim TAKINTIM değilmiş. Yalnız, bir vertebra daha kırarsam on parmağım yakalarında olacak!



MEHMET MURATOĞLU
mehmet@etkinyonetim.com

"Postkapitalist Yönetici"...

"Kumanda otoritesine sahip olmadığınız, ne kontrol altında olduğunuz, ne de kontrol edebildiğiniz durumlarda yönetebilmeyi öğrenmeniz gerekiyor." Peter F. Drucker

GÜNÜMÜZDE, modern yönetimin gereklerinin yerine getirilmesinde, değerlendirilmeye alınan tüm varsayımların, kural ve uygulamalarının tartışılır olmasının tek nedeni, Drucker'ın yönetim üzerindeki gözlemleri ve ortaya koyduğu fikirleri olmuştur. Bugün bilinen yönetim uygulamalarının çoğu Peter Drucker'ın düşüncelerinden türetilmiştir. Kişileri ve kurumları yönetmenin karmaşık olduğunu, neredeyse bugün kullanılan tüm modern yönetim kavramlarını önce o ifade etti ya da geliştirdi. İşte bu kadar önemli bir yönetim düşünürünün ocak ayı içinde, akıcı ve doyurucu bir kitabını okudum: Managing in a time of great change-Büyük değişimler çağında yönetim.

Kitaptan fazlasıyla etkilendiğimi söyleyebilirim. Neden mi? Çünkü, bu kitapta liderlik tanımı farklı boyutlarda ele alınmaktadır. En önemlisi, liderlerin kritik durumları fırsata çevirebilmek ve işi yapabilmek için gerekli olan ilişki tesisinin nasıl bir entelektüel bilgi birikimiyle paylaşılması gerektiğinin anlatılmış olmasıdır.

Ayrıca, yöneticilerin asla vazgeçemeyecekleri değişim eylemleri de ele alınmaktadır. Drucker, yöneticilerin geleceğe hazırlanması ve gelecek için neler yapabileceğini ve yapması gerektiğini incelemektedir.

Bu kitap, yöneticilerin dünyasında son zamanlarda yürürlükte olan ve bu nedenle kesin gözüyle bakılan varsayımları, kural ve uygulamaları tartışmaktadır. Yönetimde, ekonomi ve toplumda gerçekleşen köklü değişimin, enformasyonun yöneticinin temel kaynağı ve örgütün iskeleti haline gelmesinin sonuçları ele alınmaktadır.

Yönetim düşünürlerinin geleceğe hazırlanan yarının yöneticileri için söyledikleri tek şeyin; onların bugünkü yöneticilerinden çok daha farklı şeyler ve bunları çok daha farklı bir tarzda yapacak olduklarıdır.

Drucker, okuyucuların yönetim hakkındaki tüm düşüncelerini alt üst etmiş ve yönetici kavramına, yeni bir yaklaşım eklemiştir. **Postkapitalist Yönetici:** İşletmelerin öncelikli hedefi, üretkenliği artırmak ve bunun sorumluluğunu taşıyan üst yönetimlerin işlerini yapabilmeleriyle ilgili alternatifleri ve bunun toplam kalite anlayışında yerine getirilmesi için gerekli tüm seçenekleri değerlendirmektir.

Yöneticiler hâlâ, kendilerine bağlı olarak çalışan insanlardan söz etmektedirler. Oysa Drucker'a göre bu kavramın artık yönetim sözlüğünden çıkarılması gerek. Artık otoritenin yerini enformasyon yani bilgi ağı almaktadır. **Burada tanımlanmaya çalışılan yönetici kavramı, komuta etmekle yükümlü olduğu birden fazla çalışanı kontrol etmek değil, gerçekleştireceği işlerle ilgili işbirliğini geliştirme yöntemleri ve hızlı çözümlerle kararlarındaki eylemleri yerine getirebilme becerilerini ortaya koymalarıdır.** Artık, kişinin firmaya bağımlı olması yerine kendisi için ne kadar sorumluluk üstlendiği daha çok sorgulanmalıdır. Yeni koşullar altında herkes, az sayıda şef kademesiyle ve doğrudan tüketici tatmini tarafından yönlendirilen ideal örgütü oluşturmaya çalışmaktadır. O halde yöneticiler, bu yeni yönetim dünyasına nasıl ayak uyduracaklar? Yanıtlanması gereken soru bu. Artık beş yıl boyunca yapılan şeylerin aynısını, hiçbir şirket kırk yıl boyunca, emekli oluncaya kadar yöneticilerden beklemeyecektir. Değişim ve yenilenme zorunludur. Artık tepe yöneticileri, eskiden olduğu gibi terfi için ne yapmalıyım sorusundan daha çok: "Bundan sonra geçeceğim firmayı iyi seçebilmek için neleri öğrenmem gerekir" sorusuna cevap arayacaktır. Aynı şekilde, iş yönetimi çoğu yerde hâlâ şubeleri yönetmek olarak anlaşılıyor. Ama bu, 1950'lerin ya da 60'ların kontrol yaklaşımından başka bir şey değil. Gerçek şu ki, çokuluslu şirket hızla geleceği ümitsiz bir tür haline geliyor. Şirketler şimdiye kadar iki yolla büyüdüler; ya aşağıdan yukarıya ya da iktibaslar yoluyla büyüdüler. Her iki durumda da kontrol yöneticideydi. Bugün ise şirketler yoluyla, çok çeşitli anlaşmalar ve ortak girişimler üzerinden büyüyor. Çoğu kişi bunun farkında değil. Bu yeni büyüme türü, kaynakları ve pazarları mülkiyetinde tutması ya da kontrol etmesi gerektiğine inanan geleneksel yöneticiyi şaşkınlığa düşürmektedir. Peki, ama yöneticiler yaşamlarını bu yeni dünyaya nasıl uyduracaklar? Her şeyden önce, kişinin firmaya bağımlı olmak yerine kendisi için daha çok sorumluluk üstlenmesi gerekiyor.

Sağlık haberlerimiz, kardeş yayınlarımız Eczacı ve Bizim Eczacı dergilerinden alınmaktadır.



PROF. DR. EKREM SEZİK
Türk Fitoterapi Derneği Başkanı
ekrmsezik@gmail.com



Zencefil
Baharat ilaç oldu

Mutfaklarımızda baharat olarak önemli yer tutan zencefil, bulantı ve kusmaya karşı sentetiklerle yarışıyor!

Zencefil, bilimsel adı Zingiber officinale olan bitkinin ya olduğu gibi veya dilimlenerek kurutulmuş toprakaltı gövdesidir. Zencefilin Hindistan, Nijerya, Çin, Japonya, Endonezya, Avustralya, Jamaika gibi ülkelerde tarımı yapılmakta ve dünya üretiminin % 35'i Hindistan tarafından sağlanmaktadır.

Kullanılış

Taze zencefil sebze, kurusu baharat olarak asırlardır kullanılmaktadır. Batı ülkelerinde baharat, zencefilli ekmek, bisküvi, kek, puding, çorba, bira, şarap vd gıdaların yapımında kullanılmasının yanında, zencefilden elde edilen uçucu yağ ve oleorezin de kullanılmaktadır. Gıda olarak kullanımların yanında değişik geleneksel tıp sistemlerinde de ilaç olarak kullanılmış ve kullanılmaktadır. Şöyle ki:

- MÖ iki binli yıllarda yazılmış Ayurvedik Tıp kitaplarında gaz söktürücü, hazmı kolaylaştırıcı, koliklere ve basura karşı ayrıca kronik cilt hastalıklarında kullanıldığı kayıtlıdır. Ayurvedik Tıpta hâlâ bu ve diğer amaçlar için kullanılmaktadır.
- Geleneksel Çin Tıbbı'nda ise öksürük, kusma, karın ağrısı, ishal, romatizma, diş ağrısı gibi rahatsızlıkların yanında ilaç formüllerindeki diğer bitkilerin zararlı etkilerini azaltıcı olarak kullanılmaktadır.
- Dioscorides'in (MS 2. yüzyıl) Materia Medica adlı meşhur kitabında sindirim sistemi rahatsızlıklarında kullanılabileceği, mide ve bağırsaklar için yararlı olduğu kayıtlıdır.

Etkileri

Zencefilin geleneksel tıp sistemlerinde çok sayıda ve farklı kullanılışlara sahip olması, Batılı araştırmacıların zencefilin bu kullanılışlarına biraz şüpheyle bakmalarına sebep olmuştur. Ama, son 30 yılda yapılan araştırmalar, bu kullanılışların önemli bir kısmını açıklayan sonuçlar verince, bu şüpheler yok olmuştur. Zencefil ve etkili maddeleri üzerinde her yıl çok sayıda araştırma yayınlanmaktadır. Bu araştırmalardan çıkan sonuçları birkaç cümle ile özetleyelim.

- Avrupa İlaç Kurumu vasıta tutmasında kusma ve bulantıyı önlemek için kullanılabileceğini kabul etmiştir. Ayrıca hafif gaz, şişkinlik ve spazm görülen sindirim sistemi rahatsızlıklarına karşı da kullanılabileceği kabul edilmektedir.
- Hamilelerdeki ve kemoterapi sırasındaki bulantı ve kusmayı önlemek için kullanılabileceği kabul edilmektedir.
- Zencefilin romatizma ve osteoartrit ağrılarını giderici etkileri üzerindeki çalışmalarda da epey yol alınmıştır. İltihap giderici ve spazm çözücü etkilerinin tespit edilmesi, bu kullanılışları destekleyen bulgulardır.
- Antioksidan etkisinin bulunması soğuk algınlığında veya vücut direncini artırma hatta bazı kanserlerde etkili olmasını açıklamaktadır.
- Değişik kanser hücrelerine olan etkileri üzerindeki çalışmalarda genellikle pozitif sonuçlara ulaşılmıştır. Ama kanseri önler veya kanser ilacı demek için, henüz çok erkendir. Daha çok, çok çalışma gerekmektedir.

Antioksidan, bulantıya karşı gibi etkilerinden faydalanmak için ne yapılabilir?

Preparatları kullanılabilir. Bunun yanında çayı da yapılabilir: Kaba bir rende ile rendelenmiş 1 gram kadar zencefil, çay gibi demlenip içilebilir. Bu kadar yorulmayıp, poşet zencefil çayı da içebilirsiniz.

Zararları var mı?

Çin'de hem gıda hem ilaç olarak emniyetle kullanılabilecek 70 bitkisel ürün listesinde, Amerikan Gıda ve İlaç Kurumu'nun ise "genel olarak güvenilir" grubunda yer almaktadır. Bunlar zencefil için çok pozitif değerlendirmeler. Zaman zaman zencefil çayı içmekte yarar var. Hemen uyaralım: Kullanılacak miktar ve süreyi abartmamak gerekir. Bilhassa hamileler, safra taşı bulunanlar aşırı kullanmamalıdır.

Kısacası, zencefile artık sadece değişik yararlı etkileri bulunan bir baharat olarak bakılmıyor. Bulantı ve kusmaya karşı olan etkilerinin bilimsel verileri yeterli olduğu için ilaç olarak kullanılmakta. Diğer etkileri üzerinde yapılan çalışmalar arttıkça, değişik amaçlar için kullanılabilecek yeni bitkisel ilaçların elde edilmesine aday bir ürün.

Cildinizi kışın yenileyin

Yaz aylarında alevlenen sivilce, leke, cilt kırışıklıkları ve hastalıklarına kışın doğru müdahalelerde bulunarak parlak ve pürüzsüz bir cilde sahip olabilirsiniz.

Cilt lekeleri farklı nedenlere bağlı oluşabilir. Gebelik dönemi, bazı ilaçların kullanımı, aşırı güneşe maruz kalma, solaryum, bazı hormonal hastalıklar ve genetik faktörlere bağlı cilt lekelenmeleri görülür.
Leke tedavisinde önemli olan renk değişikliğine neden olan hücrelerin ciltteki derinliğidir.
Cildin üst kısımlarında oluşan lekeler daha koyu renktedir, tedavileri daha kolaydır.
Derin lekeler daha açık renktedir ve tedavileri daha zordur. Leke tedavilerinde kimyasal soyma işlemleri ve fraksiyonel lazer tedavileri uygulanır.
Bu tedaviler cildi güneşe karşı daha hassas duruma getirir.
Ayrıca güneş, lekelenmenin en önemli nedenleri arasındadır.

Formda kal sağlıklı ve mutlu yaşa

Arzu ettiğiniz sağlıklı yaşam için yeni yılda kendinize bir şans tanıyın. Yaz kapıya dayanmadan sıkı ve fit bir vücuda sahip olabilirsiniz. Kilo kontrolü, form tutmak ve fit bir vücut için kullanmak istediğiniz gıda takviyeleri için mutlaka eczanenizi ziyaret edin.

Yeni bir yıl yeni umutlar ve yeni heyecanlar demek. Bu sene yeni yıl hedeflerinizin arasında sağlıklı ve fit olmak mutlaka olmalı. Bunun için aşağıdaki 6 beslenme kuralını uygulamalı. İşte size sağlıklı ve fit bir yaşam için ip uçları.

İşe mutfağınızdan başlayın

Mutfak sağlıklı beslenmenin başladığı yerdir. Alışverişinizden, pişirme araçlarınıza kadar sağlıklı olanları tercih etmeye başlayın. Örneğin bu sene kızartma tencerenizi çöpe atın ve kendinize bir buharda pişirme cihazı alın. Yine dumansız gril ve ızgara mutfağınızın bir parçası olmalı. Alışverişe tok çıkmak, abur cubur satın almanızı önler.



Daha fazla balık tüketin

Balık sevsek bile ihmal ettiğimiz besinlerden biri. Ya evde pişirmekten kaçıyoruz, ya düzenli tüketmemek için başka bahaneler yaratıyoruz. Fakat omega-3 yağ asitlerinin düzenli alınmasının vücut ağırlığını korumada ve zayıflamada etkili olduğu biliniyor. Haftada 2-3 kez ızgara balık tüketmek zayıflamanıza ve fit olmanıza yardımcı.

Kahvaltınızda en az 10 gr. protein alın

Proteinin metabolizma hızlandırdığı bir gerçek. Kahvaltıda protein ihtiyacınızın bir kısmını düzenli almak, gün içerisinde kendinizi daha enerjik hissetmenize yardımcı olacak. Bu nedenle kahvaltınızda peynir, yumurta, yoğurt, süt gibi kaliteli protein kaynaklarından en az biri yer almalı.

Pratik pişen sağlıklı yemek tarifleri öğrenin

Yemek pişirmek ve yemek için fazla vaktinizin olmadığı veya eve geç döneceğiniz günler için pratik pişirebileceğiniz birkaç sağlıklı yemek tarifi öğrenin.

Baharatlara hayatınızda yer açın

Acı kırmızı pul biber, karabiber gibi baharatların metabolizmayı hızlandırmaya, tarçının kan şekerini dengelemeye yardımcı olduğu biliniyor. Mutfağınızda gözünüzün önünde duracak bir baharatlık, daha fit bir yıl geçirmenize yardımcı olacaktır.

Öğün atlamamayı alışkanlık haline getirin

Keyifle yenecek bir yemek için her zaman vaktiniz olmalı. Aynı zamanda düzenli beslenme; kan şekerinizin daha dengeli olmasını sağlayarak ani acıkmaları ve tatlı krizlerini önler.

C VİTAMİNİ

Soğuk algınlığını atlatmakta etkili mi?



C vitamini, bağışıklık sistemine katkılarının yanında antioksidan olması, kollejenlerin sentezinde rol alması, demir mineralinin kullanımına katkısı gibi nedenlerden dolayı çok değerli bir vitamin.

Vitaminlerin ve minerallerin, bağışıklık sistemimiz üzerindeki etkileri yadsınamaz. Vitamin ve mineral yetersizliklerinde vücut direncinin azaldığı, hastalıklara daha kolay yakalanıldığı ve hastalık süresinin daha uzun olabileceği uzun zamandır bilinen gerçekler. C vitamini yetersizliğinde; vücut direnci azalıyor, diş etlerinde kanama oluşabiliyor, damarlarda kanama kolaylaşabiliyor ve bazı vitamin ve minerallerin vücuttaki yararlı etkileri azalıyor.

Zararları var mı?

Bilinenin aksine portakal, mandalina, limon gibi turunçgiller C vitamini içerseler de, C vitamininin en zengin kaynağı değiller. Maydanoz ve asma yaprağı C vitamininin en zengin kaynakları. Fakat günlük tüketim miktarları genelde sınırlı olduğundan ötürü günlük gereksinimini karşılamakta yetersiz kalabiliyorlar. Çilek ve kuşburnu da C vitamini içeriği yüksek olan meyvelerden. Yeşil biber ve kivi diğer en iyi C vitamini kaynakları. 1 adet kivi, günlük C vitamini ihtiyacının yaklaşık %80'ini, bir adet portakal ise yaklaşık %49'unu karşılar.

Soğuk algınlığında kullanılmalı mı?

Bu konudaki tartışmalar ve bilimsel çalışmalar hâlâ devam ediyor. Finlandiya'da yapılan bir çalışmada, ek C vitamini almanın soğuk algınlığına yakalanma oranını %80'e kadar azaltabileceği belirlenmiş olsa da, bu çalışma yoğun egzersiz yapanlarda gerçekleştiği için, hareketsiz kişilerde sonuç net değil.
Diğer çalışmalarda ise, soğuk algınlığı süresini kısaltmaya yardımcı olduğunu ancak hastalığın seyrini değiştirmediği ortaya çıkmış durumda. Günde 1 gram C vitamini alımının olumlu etkileri olabilir. Erkeklerin günlük C vitamini gereksinimi 90 mg, kadınların 75 mg'dır.

C vitamini kürü Günlük C vitamini ihtiyacınızı karşıladığınıza emin olun! Aşağıdaki kürün 1 porsiyonu günlük C vitamini gereksinmesinin tamamından fazlasını karşılar.

Karışık Meyve Suyu (Bir Kişilik)
2 adet kivi , 2 adet portakal, 2 dilim ananas
Hazırlanışı: Bütün meyveleri yıkayın, soyun. Bütün malzemeleri blenderdan geçirin. Her seferinde taze hazırlayın, bekleme C vitamini kaybına yol açar.
Fakat bilinçsiz C vitamini takviyesi uzun dönemde böbrek taşı riski yaratabileceğinden ötürü, kişiler C vitamini takviyesine başlamadan önce mutlaka doktorlarına danışmalılar.



FAZIL KARAMAN
f.karaman@fkymm.com

Ticari defterlerin elektronik ortamda tutulması:

MALİYE Bakanlığı Vergi Usul Kanunu'nun verdiği yetkiye dayanarak 421 Sıra No'lu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği ile bazı mükelleflere elektronik fatura düzenleme ve alma zorunluluğu getirmiş olup, bu kapsama giren mükellefler aynı zamanda elektronik defter tutmak zorundadır. Anılan genel tebliğe göre elektronik defter uygulamasına 2014 takvim yılı (elektronik defter yazılımlarını kendi geliştiren mükelleflerin 1 Eylül 2014 tarihi itibarıyla elektronik defter test süreçlerini başarı ile tamamlamış olmaları gerekmektedir) içerisinde geçilmesi zorunludur. Tabiatıyla, zorunluluk kapsamına girmeyen mükelleflerden isteyenlerin de gerekli şartları yerine getirmeleri ve izin almaları halinde elektronik defter tutabilmesi mümkündür.

Diğer taraftan, Türk Ticaret Kanunu'nun 64. Maddesinde de ticari defterlerin elektronik ortamda tutulmasıyla ilgili hükümler mevcut olup, elektronik ortamda tutulan defterlerin açılış ve (yevmiye defteri ile yönetim kurulu karar defteri için) kapanışlarında noter onayı aranmayacağı belirtilmiştir.

Gelir İdaresi Başkanlığı'nca yayımlanan Vergi Usul Kanunu Sirküleri/67 ise elektronik deftere geçiş süreleri ile ilgili açıklamalar yer almaktadır. Buna göre, elektronik defter tutma zorunluluğu bulunan mükelleflerden;

a) Elektronik defter uygulamasına 2014 Aralık ayı içerisinde başvuranların 1/1/2015 tarihinden itibaren,

b) Elektronik defter uygulamasına 2014 Aralık ayından önce başvuranların en geç 2014 Aralık ayından başlamak üzere,

c) Özel hesap dönemine tabi olanların 1/12/2014 tarihinden önce elektronik defter uygulamasına başvuru yapmaları ve en geç 2014 Aralık ayı içerisinde,

elektronik defter tutmaya başlamaları gerekmektedir.

Yukarıda belirtilen kanunların verdiği yetkiye istinaden 13 Aralık 2011 tarihli Resmi Gazete'de Maliye Bakanlığı ile Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'nca müştereken Elektronik Defter Genel Tebliği (Sıra No: 1) yayımlanmıştır. Anılan genel tebliğde; gerek Vergi Usul Kanunu ve gerekse Türk Ticaret Kanunu kapsamında defterlerin elektronik ortamda oluşturulması, kaydedilmesi, muhafazası ve ibrazına ilişkin usul ve esaslar belirlenmiştir.

Tebliğ kapsamında kendilerine izin verilenler, www.edefter.gov.tr internet adresinde duyurulan format ve standartlara uygun olarak ve aylık dönemler itibarıyla elektronik defterlerini oluşturmaya ve saklamaya başlayacaklardır. Defterlerini elektronik defter biçiminde tutmaya başlayanlar, söz konusu defterlerini kâğıt ortamında tutamazlar. Aksi takdirde defterler hiç tutulmamış sayılır. Elektronik defter izni şu an itibarıyla sadece yevmiye defteri ve büyük defter –defteri kebir- için verilmektedir.

24 Aralık 2013 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan 2 Sıra No'lu Genel Tebliğle yukarıda belirtilen 1 Sıra No'lu Genel Tebliğde bazı değişiklikler yapılmıştır.

Elektronik defterler, ilgili olduğu ayı takip eden 3. ayın son gününe kadar gerçek kişilerde kendilerine ait güvenli elektronik imza veya mali mühür ile imzalanacak, tüzel kişilerde ise kendilerine ait mali mühür ile onaylanacaktır. (Kurumlarda son ay için süre; kurumlar vergisi beyannamesinin verildiği ayın son gününe kadardır) Bu şekilde imzalı veya mühürlü defterler elektronik defter uygulaması aracılığı ile Gelir İdaresi Başkanlığı'nın onayına sunulacaktır. Elektronik defter tutma sürecinde hesap döneminin ilk ayının beratının alınması açılış onayı, son ayının beratının alınması ise kapanış onayı yerine geçecektir. Başkanlık mali mührünü de içeren beratlar gerektiğinde ibraz edilmek üzere elektronik defterlerle birlikte muhafaza edilecektir.

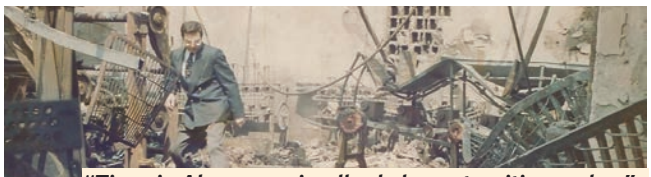
Yıl içinde elektronik defter tutmaya başlayanlar, başladıkları tarihi izleyen bir aylık süre içerisinde eski defterlerine kapanış tasdiki yaptıracaklardır.

Elektronik defterlerle ilgili olarak www.edefter.gov.tr sitesinde gerekli açıklamalar ve yönlendirmeler mevcuttur.



TİMUÇİN ALPAY
timucinalpay@gmail.com

Hasarcı olmak...



"Timuçin Alpay geçmiş yıllarda hasar tespiti yaparken"

Şu anda sektörde kariyer yapan İstanbul Üniversitesi'nden bazı öğrencilerim ve mesleki teknik (hasar) eğitim verdiğim bazı acenteler beni arayarak karşılaştıkları teknik sorunların çözümü için destek ve bilgi paylaşımı istiyor. Bunun nedenini sorduğumda genellikle "sigorta şirketi hasar servisi çalışanlarından sorunun hakkaniyetle çözümü için olumlu yanıt alamadıklarını" söylüyorlar.

Tabii bana sorulan soruların tamamı hasar tazminatları ve genel şartlar ile ilgili. Her ne kadar yeni 6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunu geçmişten beri süregelen birçok soruna açık ve net hükümleri ile doyurucu yanıtlar vermiş olsa da değişen ekonomik ve sosyal hayatımız ile her hasarın kendine özgü koşullarda gerçekleşmesi bazen farklı bakış açılardan değerlendirmeler yapmayı zorunlu kılıyor.

Özellikle bazı sigorta şirketlerinde genel giderleri kısmak için teknik konuların bile Call Center çalışanlarına bırakıldığı ve yetersiz teknik/hukuk bilgisine sahip bu çalışanların sigortalıların hak ve menfaatlerine engel olduğuna bizzat kendim şahit oldum. Ayrıca yine personel giderlerini kısmak için hasar servisi gibi yüzlerce konuda mevzuata ve temel hukuk bilgisine sahip donanımlı personel yerine eğitimsiz ve ucuz maliyetli personelin tercih edilmesi hasar yönetim süreçlerini içinden çıkılmaz noktalara getirmektedir.

Sigortacı Gazetemizin yeni köşe yazarı ve sigortacılık sektörümüzün duayenlerinden Erhan Dumanlı da köşesinde özellikle eğitime ve kaliteli eğitim almış iş gücünün önemine vurgu yapmaktadır. Ben de bu konuda önemli bir konuyu dile getirmek istiyorum. Hasar servislerinde çalışacak personel; öncelikle sigortacılık bölümü mezunları arasından tercih edilmeli, Ticaret Kanunu, Borçlar Kanunu ve Medeni Kanun gibi temel hukuk alanında ders almış olmalılar, matematik ve istatistik dersleri okumuş olmalıdır. Kariyer planlamasında yönetici adaylarının ise mutlaka uluslararası alanda kabul görmüş olan İngilizce diline vakıf olması gerekmektedir. Ve en önemlisi bu nitelikteki personeli hasar servislerinde görevlendirdikten ve diğer servislerdeki oryantasyon görevi bittikten sonra asla değiştirmemeli ve ücret politikalarında bu nitelikteki personeli ücret piramidinin en tepesinde değerlendirmelisiniz. Kısa dönemde personel ücret maliyetleri size olumsuz gibi gelebilir ise de o personelin uzun dönemde şirketinize yarattığı katma değeri somut biçimde görebilirsiniz. Tekrar etmek istiyorum. Hasar servisindeki personel sirkülasyonu şirketin en az personel sirkülasyonu olan departmanı olmalıdır.

Düşünün ki, vasıflarını yukarıda saydığımız bir hasar servisi çalışanının; iş ortağımız tüm acenteleri, büyük müşterileri, müşteri davranış biçimlerini, sigorta eksperlerini, raporlama tekniklerini, hasar dosyası yönetimini, tazminat hesaplama tekniklerini, ödenecek (ya da ödenmeyecek) tazminata karar vermesi, sigorta ve branş bazında diğer alanlardaki mevzuatı ancak 5 yıllık bir süreçte öğrenebilmekte ve deneyim sahibi olabilmektedir.

Siz bu kadar bilgi ve beceriye sahip personeli ikide bir değiştirir yerine ucuz maliyetli deneyimsiz personel istihdam eder iseniz hasar yönetim süreçlerinde kaybettiklerinizi hayal bile edemezsiniz. Bu konuda küçük bir örnek vermek isterim. Trafik poliçesi şirketimizce düzenlenmiş şehirlerarası yolcu taşıyan bir otobüs kaza yapar. Otobüs sürücüsü yüzde 100 kusurludur ve kazada 2 kişi ölmüştür. Yapılan destekten yoksun tazminatı hesabında ölen iki kişinin varislerine Trafik Sigorta Poliçesi Kapsamında 500 bin TL ödenmiştir.

Ödenir ne var bunda demeyin sakın. Çünkü otobüsün başka sigorta şirketince düzenlenmiş Zorunlu Karayolu Taşımacılık Mali Sorumluk poliçesi vardır. Söz konusu zorunlu yolcu taşıma poliçesi genel şartlarının B.8 maddesi gereğince tazminat talebi önce bu poliçeden, sonra Trafik Sigorta Poliçesinden sonra da var ise ihtiyari mali mesuliyet poliçesinden karşılanır. Ancaaaaak elimdeki dava dosyasına göre sigorta şirketi mevzuatı bilmeyen tüm hasar yöneticilerinin imzası ile önce trafik poliçesinden 500 binTL ödeme yapmış... Geçmiş olsun efendim.



6 ŞUBAT

BÜLENT ORTAÇGİL BEŞİKTAŞ KÜLTÜR MERKEZİ'NDE

Türk pop tarihinin en önemli sanatçılarından birisi olarak kabul edilen Bülent Ortaçgil, ilk albümü "Benimle Oynar Mısın?"da Onno Tunç ve de Ergun Pekakcan'la çalıştı. Bu albümden bazı şarkılar ise 1976 tarihli Kadir İnanır ve Müjde Ar'ın oynadığı Zeki Ökten filmi "Pisi Pisi"de kullanıldı. Çeşitli başarılarla sanat hayatını sürdüren Ortaçgil, yedi yılın ardından son albümü olan "Sen"i çıkarttı. Tüm söz ve bestelerin kendisine ait olduğu albümde çok özel şarkılara yer verildi. Türkiye'de şehir müziğinin önemli isimlerinden olan Ortaçgil'in BKM konserini dinleme fırsatını kaçırmayın.



7 ŞUBAT

İZMİRLİLER GRİPİN'LE OOZE VENUE'DE BULUŞUYOR

Sevilen rock grubu Gripin son albümü "Yalnızlığın Çaresini Bulmuşlar" ile İzmir'deki sevenleriyle Ooze Venue sahnesinde buluşuyor.



7 ŞUBAT

POP SEVERLER İÇİN YENİ FIRSAT

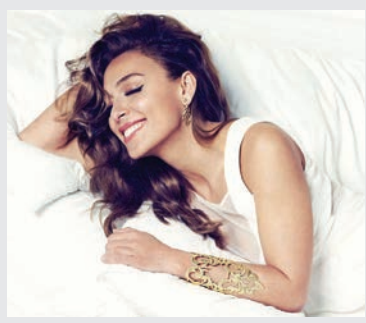
Müzik sektörüne kazandırdığı hit şarkılarla zirvede olan Soner Sarıkabadayı, dinleyicileriyle Jolly Joker İstanbul sahnesinde olacak.



8 ŞUBAT

MİZAH SEVERLER İÇİN "HAKUNA MATATA"

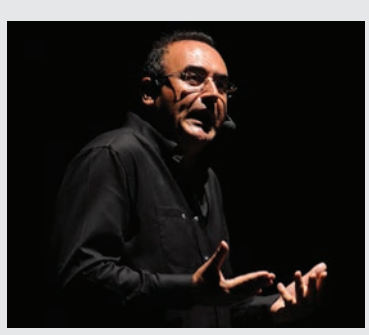
Mizahi eleştiri yönüyle öne çıkan komedi ustası Metin Uca'nın, "Hakuna Matata" adlı tek perdelik komedi oyununu, Kadıköy Halk Eğitim Merkezi'nde izleyebilirsiniz.



10 ŞUBAT

ZİYNET SALİ ROMANTİK ŞARKILARIYLA SAHNEDE

Romantik şarkılarıyla tanıdığımız şarkıcı Ziynet Sali'nin yerli ve yabancı şarkılardan oluşan özel repertuarını, Beşiktaş Kültür Merkezi'nde dinleyebilirsiniz.



12 ŞUBAT

SUNAY AKIN'DAN "İKİ KİTAP BİR HEVES"

Ünlü yazar Sunay Akın'ın "İki Kitap Bir Heves" adlı yeni oyununu, Caddebostan Kültür Merkezi, İstanbul'da seyretme fırsatını yakalayabilirsiniz.



18 ŞUBAT

DEĞİŞİKLİK İSTEYENLERE KARSU KONSERİ

İlk stüdyo albümünü Hollanda'da çıkaran ve uzun süre müzik listelerinde bir numarada kalan Karsu, sevenleriyle İzmir AKM Yunus Emre Salonu'nda buluşuyor.



20 ŞUBAT

GENCO ERKAL'LA "KEREM GİBİ"

Tiyatro ve belgeseli buluşturarak, şiir dünyasında gezintiye çıkartan Erkal'ın performansını, İKÜ Akıngüç Oditoryumu ve Sanat Merkezi'nde izleyebilirsiniz.



22 ŞUBAT

MFÖ ANTALYA'DA...

Tüm zamanlara damgasını vurmuş en sevilen şarkılarından oluşan repertuvarlarıyla MFÖ konserini, Jolly Joker Antalya'da dinleme fırsatını kaçırmayın.



22 ŞUBAT

BKM FERHAT GÖÇER'İ AĞIRLIYOR

Yeni albümünün ardından gerçekleşecek ilk konseriyle sevilen şarkıcı Ferhat Göçer'i, Bostancı Gösteri Merkezi, İstanbul'da dinleyebilirsiniz.



24 ŞUBAT

GÖKSEL KONSERLERİ DEVAM EDİYOR...

Türk pop müziğinin önemli kadın yorumcu ve şarkı yazarlarından Göksel, ilgi gören son albümüyle BKM'de sahne alıyor.



28 ŞUBAT

MEHMET ERDEM SEVİLEN YORUMUYLA ANKARA'DA

Mehmet Erdem, 2013'te yayınladığı "Herkes Aynı Hayatta" albümüyle milyonların beğenisini kazanarak, aldığı "En İyi Erkek", "En İyi Çıkış" ve "Yılın Müzisyeni" gibi ödüllerle de 2013 yılını bol ödülle tamamlayan bir sanatçı. "Hakim Bey", "Herkes Aynı Hayatta", "Olur Ya" şarkılarıyla geçtiğimiz yıldan bu yana müzik listelerinin zirvesinde yer almaya devam eden Erdem, yeni albümü "Hiç Konuşmadan"ın çıkış şarkısı olan, "Acıyı Sevmek Olur Mu?"yu radyolar aracılığıyla dinleyicilerle paylaştı ve kısa sürede büyük beğeni kazandı. On şarkının yer aldığı "Hiç Konuşmadan" albümünde, sözü ve müziği İlhan Şeşen'e ait "Bir Ucuz Gitar", bir Barış Manço klasiği "Gibi Gibi" imzalı şarkılarını, Jolly Joker Ankara'da dinleyebilirsiniz.

FARUK ÖMRÜUZAK
fomruuzak@yahoo.co.uk



Çınarla ben

YENİ yılın ilk ayını hızlıca tamamlıyoruz.
Aylar ve yıllar artık daha bir hızlı geçiyor. Ocak ayı bitmek üzere.
Nazım bu ay doğmuş, tam 112 yıl önce. Şubat ayında da Sevgililer Günü kutlanacak.
Nazım'ı mı yazayım yoksa Aziz Valentine'i mi? En iyisi bir taşla iki kuş vurmak...
Nazım'ın ağzından sevgili oğluma sesleneceğim.
Bir oğlum var ellerinizden öper, bilmeyenler için söyleyeyim, adı Çınar.
Nazım şiiri sanki oğlum için yazmış. Aslında bizimkisi isim benzerliği ama şiirdeki gerçek hepimiz için.
Birlikte şiirin tadını çıkaralım.

Su başında durmuşuz,
Çınarla ben.
Suda suretimiz çıkıyor,
Çınarla benim.
Suyun şavkı vuruyor bize,
Çınarla bana.

Su başında durmuşuz,
Çınarla ben, bir de kedi.
Suda suretimiz çıkıyor,
Çınarla benim, bir de kedinin.
Suyun şavkı vuruyor bize,
Çınarla bana, bir de kediye.

Su başında durmuşuz,
Çınar, ben, kedi, bir de güneş.
Suda suretimiz çıkıyor,
Çınarın, benim, kedinin, bir de güneşin.
Suyun şavkı vuruyor bize,
Çınara, bana, kediye, bir de güneşe.

Su başında durmuşuz,
Çınar, ben, kedi, güneş, bir de ömrümüz.
Suda suretimiz çıkıyor,
Çınarın, benim, kedinin, güneşin, bir de ömrümüzün.
Suyun şavkı vuruyor bize,
Çınara, bana, kediye, güneşe, bir de ömrümüze.

Su başında durmuşuz.
Önce kedi gidecek,
kaybolacak suda sureti.
Sonra ben gideceğim,
kaybolacak suda suretim.
Sonra Çınar gidecek,
kaybolacak suda sureti.

Sonra su gidecek
güneş kalacak;
sonra o da gidecek...

Su başında durmuşuz.
Su serin,
Çınar ulu,
Ben şiir yazıyorum.
Kedi uyukluyor
Güneş sıcak.
Çok şükür yaşıyoruz.
Suyun şavkı vuruyor bize
Çınara bana, kediye, güneşe, bir de ömrümüze...

Maalesef şiirde eşime yer yok. Artık o da kusurumuza bakmaz.
Nazım şiiri sipariş üzerine bizim için yazmadı ki. Dedim ya bizimkisi sadece isim benzerliği...
Evet, şairin dediği gibi her şeye rağmen yaşıyoruz. Şükürler olsun hala su başındayız. Daha ne olsun...
Yüce Tanrım hepinize bütün sevdiklerinizle birlikte nice 'Sevgililer Günü' yaşatsın, hayatın ışığı ruhunuzu aydınlatsın.



ALİ ERÜL
alierul@gmail.com

At bir sakal

MASALARA ana yemek servisi henüz yapılmış ve herkes tabaklarına yönelmişken ürünlerini üçer beşer gözümüze sokan düğün fotoğrafçısına verdiğim tepki üzerine yazıyorum bu yazıyı.

Eskiden de düğünler olur ve resimler çekilirdi, hatta günümüze göre daha önemli idi o resimler çünkü o yıllarda akıllı cihazlar henüz icat edilmediği için kimse tam teşekküllü magazin muhabiri değildi. Ayrıca sözleşmeli fotoğrafçı varken kamera çıkartıp resim çekmek de zinhar ayıptı. Fakat tüm bu monopolistik koşullara rağmen o dönemin resimcileri davetli masalarını bu denli taciz etmezler, satışın bu ısrarcı ve dayatmacı örneklerini sergilemezlerdi.

Verdiğim tepki için kendimi de eleştirdim. O fotoğrafçı büyük olasılıkla düşük bir maaş artı satıştan prim esaslı çalışıyor o işletmede; onu istihdam eden kişi de o mekanın ihalesini alırken "Yılda şu kadar düğün, bu kadar davet, ortalama şu kadar davetli çarpı kişi başına şu kadar resim" diye yapıyor kendi fizibilitesini, o işletme beklediği geliri üretemezse kendileri ve aileleri adına işsizlik ve sıkıntı demek olacak bu durum ama hepsinin bilincinde olmama rağmen "Bana ne ya!" hakkımı da kullanmak istiyorum.

Şu "Abime ne vereyim?" ritüeli aslında bu zorlayıcı, itici, mekanik düzenin bir sonucu. Herkes tüketici, herkes harcayıcı, herkes bir yerde bulunmak için daha fazlasını vermek zorunda. İşin diğer yanında da gereksiz bir vicdan azabı, "Sen böyle yaparsan, o böyle yaparsa ne olur bu işin sonu" kemirmesi; birden senden beklediği kabulü görmeyen karşı tarafın bozuk atması ya da küsüp yok olması tripleri.

Sokağa adımınızı attığınız andan itibaren başlıyor bu "Ne koyayım" eziyeti. Öyle bir pop kültürü ki virüs gibi yayılıyor, kanıksanıyor, çoğunluğun normali haline geliyor. Komi garsondan "Arada su bardaklarına bak, boşalan olursa doldur" eğitimini alıyor, birkaç sene sonra garsonluğa terfi ettiğinde "Bardaklar hiç boş kalmasın"cı oluyor. Bir gün kendi yerinin patronu olduğunda da "Sürekli tabak değiştirin, su koyun, küllükler hep yenilensin"i nitelikli hizmet olarak öğretiyor çalışanlarına. Bu düşüncesiz, rahatsız edici ve haydi adını koyayım "arabesk" hizmet anlayışı da gitgide egemen oluyor tüketicilerin cirit attığı yerlere.

Çoğu şeyden habersiz bir kesim bir düğüne ya da yemeğe davetli olduğunu sanıyor sadece; oysa oraya gittiklerinde baskı ile, vicdan sömürüsü ile, zorlama ile onlara bir şeyler aldırmaya kilitlenmiş bir satıcı ordusu var cephede bekleyen. Valeye para vermek zorundasın ve bunun bir rayici var, içe dokunan bakışlı kavruk kız çocuğundan ya da yanındaki papyonlu büyümüş de küçülmüşen gül de almak zorundasın, fotocu varsa ondan da üç beş resim edinmelisin, sazcılardan bir Heybeli isteyip onları da görmelisin, sana isminle hitap ederek içkini tazeleyen komiyi, "size ne balık ayırtayım" garsonunu ve hatta şefi de görmek durumundasın mekandan ayrılmadan. Berbere ya da kuaföre mi gittin, saçını keseni, yıkayanı, montunu tutanı, üstünü fırçalayanı, "içecek bir şey ister misin" diyen veledi de görmende fayda var.

Mesele kimin ne kadar saçtığı ya da saçabildiği ya da bunun standardını belirlemek değil; mesele hemen hepsi gönülden, zorlamasız, usturuplu veya en ticari emelle de olsa sempatik olması gereken bu sunumların, o anın ya da ortamın olmazsa olmazı gibi algılanmasının önüne geçmek olmalı.

Sunulan hizmet ne kadar faydalı olursa olsun sunum şekli ve zamanlaması son derece önemli. Salt bunu belirlemek ve hoşnutsuzluğu en aza indirmek için milyonlarca liralık araştırmalar yapıyor firmalar ama "Girerim en kalabalık masanın ortasına, bölerim en hararetli ya da mahrem konuşmayı, birkaç ürün de sokuşturup rızkımı çıkartırım..." hâlâ hoş görülebiliyor ya da kanıksanabiliyor ne yazık ki.

Ücreti önemsiz ve kolay halledilen işler için bildim bileli kullanılan bir terim vardır, "At bir sakal" diye; ama bunun hemen öncesinde de "Gönlünden ne koparsa" diye bir tarif yapılır, yani takdire tabidir kopacak şey; ne kadar takdir o kadar çorba parası sizin anlayacağınız.

Görüşmek üzere.



JOBS

KÜNYE
Yönetmen: Joshua Michael Stern
Senaryo: Matt Whiteley
Oyuncular: Ashton Kutcher, Josh Gad, J.K. Simmons, James Woods
Türü: Biyografi, Dram
Yapım Yılı: 2013

Ashton Kutcher, ezber bozan girişimci ve Apple'ın mucidi Steve Jobs rolüyle karşımızda. Bu etkileyici ve keyifli film, Jobs'un üniversite öğrenimini yarıda bıraktığı, Apple şirketinin kurucu ortağı olarak yükseldiği ve daha sonra şirketten atıldığı gençlik günlerini ele alarak başlıyor. On yıldan uzun bir süreden sonra, Jobs geri dönüyor ve belirlediği stratejiyle Apple'ı tek başına dünyanın en değerli şirketlerinden biri haline getiriyor. Onun bu destansı yolculuğu, teknolojiyi ve dünyayı sonsuza dek değiştiren ilklere imza atıyor. Jobs, öngörülü ve büyüyüşünün önünde hiçbir şeyin durmasına izin vermeyen bir teknoloji dehasının gerçek hikâyesi.



AÇIK TEHLİKE

Vatansever filminin yapımcısından, eleştirmenler tarafından çok beğenilen ve gişede izleme rekorları kıran bir film daha. Akıl hocası Amiral James Greer'in ölümcül bir hastalığa yakalanmasının ardından Ryan, CIA İstihbarat Daire Başkanlığı'na yardımcı olarak atanır. İlk görevi başkanın arkadaşlarından, Kolombiya uyuşturucu karteliyle yakından ilişkisi bulunan seçkin bir işadamının öldürülmesini araştırmaktır. Bu arada CIA çoktan Ryan'dan habersiz olarak uyuşturucu lorduna karşı askeri bir harekatı yürütmesi için birisini görevlendirmiştir. Filmin yönetmenliğini Phillip Noyce üstleniyor.



ZORLU İKİLİ

İki rakip büro, bu iki farklı büroda çalışan iki ajan ve bunların başından geçenlerle ilgili bir aksiyon filmi "Zorlu İkili". Birlikte çalışmak zorunda bırakılan bu iki ajan da, bir diğerinin gizli bir görevde çalışan federal bir ajan olduğundan habersizdir. İşlerinde iyi olan ajanlar birbirlerinden habersiz, birbirlerine güvenmeden kendilerine verilen tüm görevleri yerine getirerek, başarılara imza atarlar. Fakat sonunda olanlar olur ve nasıl olduğunu anlamadan son görevlerinde para çalmakla suçlanırken bulurlar kendilerini. Filmin yönetmenliğini Baltasar Kormákur üstleniyor.



EN BÜYÜK KORKU

Jack Ryan (Ben Affleck), CIA uzmanı olarak, üçüncü dünya savaşını çıkartmaya çalışan ve ellerinde bir nükleer bomba bulunan teröristleri engellemeye çalışmaktadır. Teröristlerin amacı, bombayı patlatmak ve bunu Rusların yaptığı izlenimi bırakarak Amerika'nın karşılık vermesini sağlamaktır. Tom Clancy'nin popüler romanından uyarlanan "En Büyük Korku", özellikle içerdiği nükleer patlama sahnesi ve Amerikan başkanının yaralı görüntüleri yüzünden Beyaz Saray'dan çok tepki toplayan bir yapım oldu. Filmin yönetmenliğini Phil Alden Robinson üstleniyor.



HERKÜL: EFSANE BAŞLIYOR

Tarihin ünlü mitolojik kahramanlarından biri olan Herkül, izleyicisiyle 3D formatında buluşacağı bu yapımda yabancılarla dolu, tekinsiz bir dünyada maceraya atılıyor. Milattan önce 1200 yılında, antik Yunan şehirlerinden birindeyiz. Dünyada yaşayan kraliçelerden biri, Zeus'un cazibesine kapılır ve ondan bir çocuğu olur. Herkül adını verdikleri bu prens için öngörülen kaderde, zalim kralın hanedanlığını sona erdireceği ve şehre düzen getireceği yer almaktadır. Kim olduğunu ve aslen nereden geldiğini bilmeyen Herkül'ün istediği tek şey Girit prensesinin aşkına karşılık vermesidir; ne var ki güzel prensesin daha önce kardeşine söz vermiş olması işleri karıştırır...

KÜNYE
Vizyon Tarihi: 7 ŞUBAT
Yönetmen: Renny Harlin
Senaryo: Renny Harlin, Sean Hood, Daniel Giat
Oyuncular: Kellan Lutz, Gaia Weiss
Türü: Aksiyon, Fantastik



14 ŞUBAT

KARDEŞİM İÇİN

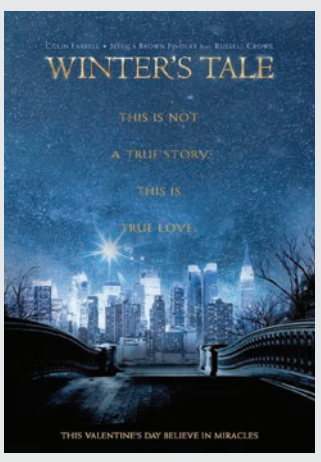
Russell ve kendisinden küçük kardeşi Rodney, sürekli ekonomik sıkıntılar içerisindeki Rust Belt kasabasında yaşamaktadırlar ve her daim kaçıp gitmenin, daha iyi bir hayat kurmanın hayallerini kurarlar. Fakat kader ağlarını tersine örer ve bir hata sonucu Russell kendisini hapishanede bulur. Kardeş ise kuzey bölgenin en zalim ve acımasız suç ağlarından birine bulaşır ve yaptığı hata canına mâl olur. Hapishaneden çıktıktan sonra Russell, kendi özgürlüğü ile kardeşinin intikamı arasında bir seçim yapmak zorunda kalır. Yönetmenliğini Scott Cooper'ın üstlendiği filmin senaryosu da Brad Ingelsby'ye ait.



21 ŞUBAT

ŞARKI SÖYLEYEN KADINLAR

Orta yaşlardaki Mesut'un garip evi, avladığı ve doldurduğu hayvan başları ile doludur. Tüm ömrünü bu hobiye vermiş gibidir. Mesut, bir gün kendisine yardımcı olması için eve bir hizmetli tutar. Bu hizmetli, ormanda kimsesiz dolaşan yardıma muhtaç bir kadını alıp Mesut'un evine getirir. Bu üç kişi yeterince garip bir üçlü oluşturmuşken, gelininin ve en iyi arkadaşı olan yöre doktorunun eve gelmesi durumları daha da garipleştirecektir. Reha Erdem'in son filmi deprem ihtimali nedeniyle boşaltılmak istenen bir yörede, insanların kapıldığı bir akıl tutulmasını anlatıyor.



28 ŞUBAT

KIŞ MASALI

1916'nın New York şehrindeyiz... İrlanda göçmeni bir ailenin oğlu olan Peter Lake şimdilerde yetenekli bir hırsız olarak hayatını sürdürmektedir. Göreve çıktığı evlerden birinde ev sahibesi Beverly Penn ile karşı karşıya gelir ve genç kadına âşık olur. Ne var ki aşkları pek de uzun ömürlü olamayacaktır; Beverly bu olayın hemen ardından hayatını kaybeder. Beverly'yi aklından çıkaramayan Peter, gelecekte yaşayacağı doğaüstü bir olay sonrasında kendini başka zaman bir diliminde, kim olduğunu hatırlamadığı bir hâl içerisinde bulur. Akiva Goldsman filmin yönetmenliğini üstlenen isim.



EMİN ÖZCAN
emin@sigortacigazetesi.com.tr

Son ırmak da kurumaya başladı...

"SON ırmak kuruduğunda, son ağaç yok olduğunda, son balık öldüğünde, Beyaz Adam paranın yenmeyen bir şey olduğunu anlayacak."
Bu bütün dünyanın bildiği ve saygı gören bir Kızılderili atasözü. Bu atasözü artık Türkiye için de tehlike çanlarının çaldığını ortaya koyuyor...
Sanırım siz de farkındasınızdır, Türkiye'de büyük bir kuraklık dönemi yaşanıyor... İstanbul'da aralık ayında yağan karın dışında neredeyse hiç yağış olmadı.
Kuraklık sadece İstanbul'la da sınırlı değil; ülkemizde Doğu Anadolu'nun kuzeyi ve Ege Bölgesi dışında yağış alan yer yok gibi. Üstelik yağışlar da normal bir seyir izlemiyor. Küresel ısınmanın yarattığı iklim değişikliği sonucu, Kuzeydoğu Anadolu karla boğuşup donuyor, İzmir selle cebelleşiyor...

ÇANLAR TÜRKİYE İÇİN ÇALIYOR

İstanbul'da barajların doluluk oranının yüzde 35 seviyesine inmesi "Bu yaz susuz mu geçecek" sorularına yol açarken veriler tehlike çanlarının sadece İstanbul değil tüm Türkiye için hem de geri dönülemez şekilde çaldığını gösteriyor. İklim değişikliği konusunda uzun yıllardır uyarılarda bulunan sivil toplum örgütü Greenpeace de Türkiye ikliminde 'en'leri yaşadığımızı belirterek, önlem alınmazsa ciddi sorunlar yaşayacağımız uyarısında bulunuyor.
Milliyet gazetesinin haberine göre, Meteoroloji Mühendisleri Odası Başkanı Sıtkı Erduran, Türkiye genelinde 2013 yılı boyunca düşen yağışa bakıldığında hem ortalamaya hem de 2012 senesine göre ciddi bir düşüş yaşandığına dikkat çekiyor. Erduran, "Şu anda kuraklık zaten var. İklim değişikliği ile birlikte devam da edecek" diyor.
Erduran'ın verdiği rakamlar incelendiğinde durumun vahameti de fark ediliyor. Bu rakamlar ışığında Türkiye geneline bakıldığında, yağış oranında ortalamaya göre yüzde 12.7, geçen yıla göre de yüzde 23.7 oranında azalma olduğu görülüyor. Yağışın ortalamaya göre arttığı tek bölge Ege iken diğer tüm bölgelerde yağış oranlarında ciddi bir azalma yaşanıyor. Buna göre, Marmara bölgesinde ortalamaya göre yüzde 9.1, Akdeniz'de yüzde 19.2, İç Anadolu'da yüzde 26.9, Karadeniz'de yüzde 10, Doğu Anadolu'da yüzde 23.2, Güneydoğu Anadolu bölgesinde ise yüzde 13 oranında azalma gerçekleşti. Yağış oranlarında ortalamaya göre en fazla düşüş görülen şehir yüzde 39.3 ile Adana olurken onu yüzde 29.7 ile İstanbul takip ediyor. Bu iki şehrin arkasından da yüzde 26.3'lük bir düşüş ile Ankara geliyor. (Milliyet, 13 Ocak 2014)

KIZILIRMAK KURUYOR

İnternet gazetesi T24'ün haberine göre, kış mevsimine rağmen yağışların istenilen düzeyde olmaması nedeniyle Türkiye'nin en uzun nehri Kızılırmak'ın Sivas bölümündeki Dikmencik ve Söğütlühan mevkilerinde debide yaklaşık 7 kat düşüş yaşandı. T24'ün haberi şöyle sürüyor: "Devlet Su İşleri (DSİ) 19. Bölge Müdürlüğü yetkililerinden alınan bilgiye göre, Kızılırmak'ın Sivas girişindeki Dikmencik mevkisinde Ocak 2013'te yapılan anlık ölçümlerde ırmağın debisinin saniyede 30.1 metreküp olarak ölçüldüğü belirtildi. Aynı mevkide bu yıl yapılan anlık ölçümde ise debi, 4.3 metreküp olarak tespit edildi. Yine Sivas çıkışındaki Söğütlühan mevkisinde Ocak 2013'te gerçekleştirilen anlık ölçümlerde 40.7 metreküp olarak belirlenen debi, bu yılın aynı döneminde 6.4 metreküp olarak ölçüldü. İki mevkide yapılan ölçümlerde debinin bir önceki yıla göre yaklaşık 7 kat azaldığı görüldü. Kızılırmak'ın debisindeki azalma, 18 kemerli tarihi Eğri Köprü, Kızılırmak Köprüsü ve Kesik Köprü'de de gözle görülüyor."
Kızılırmak, bizim en uzun nehrimiz, onu da kurutur hale geldiysek oturup bir değerlendirme yapmamız, şapkayı önümüze koyup düşünmemiz gerekiyor.
Asıl yürek paralayıcı haberler Konya ve Trakya'dan geliyor. Konya'da ekilen ekinler henüz filiz verebilmiş değil. Konya Ziraat Mühendisleri Odası Başkanı 15 gün içinde yağış olmazsa -tarih 10 Ocak civarı- tüm tahıl ekiminin boşa gidebileceğini söylüyor. Trakya'da ise toprağın üstüne çıkabilen filizlerin hızla sarardığı belirtiliyor.
"Bindik bir alâmete, gidiyoruz kıyamete" diye bir deyiş vardır. Belki kıyamete gitmiyoruz, ama tehlikeli bir kuraklığın kapıda bizi beklediği açıkça görülüyor. Esen kalın.



DAVİD KOHEN
david@kositassigorta.com.tr

İTALYA'DA TRAFİK SİGORTASI



İtalya Sigorta Denetleme Kurulu tarafından cezalandırılan çok sayıda sigorta şirketi, aşırı prim artışları veya ani fesihler nedeniyle toplam 40 milyon euroluk para cezasına mahkûm edildi.

İTALYA'DAKİ Sigorta Denetleme Kurulu Isvap'ın başkanı, primlerin artışını "sosyal dram" olarak niteleme konusunda tereddüt etmedi. Risklerini azaltma konusunda endişeli olan şirketler, ülkede yaygınlaşan ve hasar maliyetlerini etkileyen yüksek dolandırıcılık mazeretini savunadursunlar, bugün kendilerini sanık sandalyesinde buldular. 2011 yılında, Isvap on beş kadar İtalyan şirketine toplam 40 milyon euro tutarında ceza kesti; bu rakamın 30 milyon eurodan fazlası trafik sigortasındaki "hatalı davranışlar" nedeniyle verildi.

FAHİŞ PRİM ARTIŞLARI

İtalya'da otomobilini sigortalamak, haksız prim artışları ve uygun ürün bulma zorluğu nedeniyle gerçekten içinden çıkılmaz bir hale geldi. Bu durum, yeni Mario Monti hükümetinin pazarı daha rekabetçi kılma sözlerine rağmen, iyileşecek gibi görünmüyor. Yıl sonunda, önde gelen tüketici dernekleri, bir kez daha, İtalya'da trafik poliçelerinin fahiş fiyatlarını kınadılar. Codacons'a göre, primler iki yılda otomobiller için yüzde 27 ve iki tekerlekliler için yüzde 45 artış gösterdi. Ayrıca tüketici derneği İtalya'da trafik poliçesi primlerinin Avrupa'daki ortalama prim tutarından beş kat daha yüksek olduğu hususunun altını çizdi. FEDER - CONSUMATORI isimli tüketici derneği ise "2001'den bu yana trafik kazaları yüzde 22 azalırken, trafik sigorta primlerinin yüzde 98 arttığını" savunuyor.

İTALYA'DA İLK 10 ŞİRKET
2009 - milyar euro

1- Generali	24,8
2- Allianz	11,9
3- Fondaria-Sai	10,7
4- UGF	9,5
5- Mediolanum	8,6
6- İntesa-SanPaolo	7,4
7- Poste-Vita	7
8- Axa	5,5
9- Aviva	4,5
10- Cattolica	4,2
Toplam	**84,6**

TERK EDİLMİŞ BÖLGELER:

Bir bölgeden diğerine inanılmaz prim farklılıklarının ötesinde, sürücünün profiline göre de çok büyük aykırılıklar gözleniyor. Tüketici konfederasyonu "Sözleşmelerin feshi ve şirketlerin belli bölgelerden tamamen çıkması özellikle ülkenin güneyinde durumu daha ağırlaştırdı" şeklinde açıklamada bulundu. Napoli en fazla cezalandırılan şehir olarak kabul ediliyor.



İTALYA'DA OTOMOBİL SİGORTASI

2010 yılında sigortalanan araç sayısı 41 milyon 741 bin adet
(2009'a göre yüzde 0.3 azalma var)

- **Hasarlar**: 3 milyon (2009'da 3.3 milyon, yüzde -9.1 azalma var)
- **Hasar frekansı:** Yüzde 7.37 (2009'da yüzde 7.77)
- **Ortalama hasar maliyeti:** 4 bin 49 euro (2009'da 3 bin 903 euro)
- **İtalyan sigorta şirketleri federasyonu Ania'ya göre:** prim artış oranı yüzde 5.7 (2009'da yüzde 4.8).
  İstatistik Enstitüsü rakamları ise: 2009'da yüzde 7.2, 2011'de yüzde 5.7
- Sigorta Denetim Kurulu Isvap 2009'da 83 bin 378 hileli hasar tespit etti yüzde 2.50).

İTALYA'DA SİGORTA PAZARI *2010-milyar euro*

HAYAT	:	104
HAYAT DIŞI	:	36
Toplam	:	140



KISIN SON FIKRASI

RAHİBE SKANDALI

19 Ocak Pazar günü dünya haber medyaları bir rahibe skandalı ile çalkalandı. Roma yakınlarındaki rahibe öğrenci yurdunda yaşayan 32 yaşındaki El Salvator kökenli bir rahibenin, gastrit sancısıyla kaldırıldığı hastanede 3,5 kg. ağırlığında bir bebek doğurduğu ortaya çıktı. "Hamile olduğunu bilmediğini" söyleyen rahibe, oğluna Papa Françesko'nun ismini verirken, kiliseden aforoz edildi. Ben de buna benzeyen bir fıkra hatırladım.

Günün birinde, rahibin kilise bahçesindeki kafesinden bir kuş kaybolur. Kuşu bulması ya da yenisini alması gerek.
Ayinden sonra cemaate sorar:
-Kimin kuşu var?
Bütün erkekler ayağa kalkar.
-Hayır onu demedim, kuşu gören var mı?
Bütün kadınlar ayağa kalkar.
-Hayır efendim, yani ben başkalarının kuşunu kim gördü demek istiyorum.
Kadınların yarısı ayağa kalkar. Rahip iyice kızar.
-Allah Allah! Ne laf anlamaz insanlarsınız. Benim kuşumu gören var mı yahu?
Bütün rahibeler ayağa kalkar.

Türk Hava Yolları'nın en değerli varlıkları bizim güvencemizde. Ya sizinkiler?



Güneş Sigorta, uzman kadrosu ve kaliteli hizmet anlayışıyla Türk Hava Yolları'nın genişleyen filosunu, 2014 yılında da güvence altına alıyor!

GÜNEŞ SİGORTA
"Değerlerimizin Sigortası"

444 1957 /GunesSigorta @GunesSigorta www.gunessigorta.com.tr

Fotoğraf Yarışması

Konu: Hayata Dair

Kadın gözüyle hayattan kareler ’14

“Kadın Gözüyle Hayattan Kareler”
fotoğraf yarışması 8 yaşında.

Şimdi sıra sizin karelerinizde…



Ödüller

Birinciye	5.000 TL
İkinciye	3.000 TL
Üçüncüye	1.000 TL

Sergilemeye değer bulunan eserler 250 TL

TFSF
2013 - 72

Katılım bilgileri

Konuya ilgi duyan tüm amatör ve profesyonel kadın fotoğrafçılar, dijital olarak görüntülenmiş* fotoğrafları ile yarışmaya katılabilir. Eserlerin 2 Ocak – 12 Mart 2014 tarihleri arasında Anadolu Hayat Emeklilik adresine ulaştırılması gerekmektedir.

Adres: Anadolu Hayat Emeklilik İletişim Müşavirliği
İş Kuleleri Kule 2 Kat 18 Levent - İstanbul
Tel: 0212 317 70 25

Ayrıntılı bilgi ve yarışma katılım formu için:
anadoluhayat.com.tr

İletişim ve etkinlik bilgileri için:
iletisim@anadoluhayat.com.tr

ANADOLU HAYAT EMEKLİLİK

Türkiye İş Bankası kuruluşudur. | TÜRKİYE İŞ BANKASI