

ŞİŞECAM



32 ARTIKEL

AUF DEN SPUREN DES ERDÖLS, EINE NEUE ATTRAKTION: **WASSER**

06 DAS ERSTE
ERFAHRUNGSGESCHÄFT
VON PAŞABAHÇE STORES IST
IN ERENKÖY

13 ŞİŞECAM ERHÄLT EINE
INVESTITIONSAUSZEICHNUNG
FÜR NACHHALTIGKEIT VON
BULGARIEN

18 ŞİŞECAM
PRODUZIERT
FÜR DIE TÜRKEI

JEDER TROPFEN IST LEBEN!



Care for
Ne>xt

schützen 



Inhaber & Editorial Director

Hale Elif Ergün

Geschäftsführung

İçmeler Mahallesi,

D - 100 Karayolu

Caddesi, No: 44A

34947 Tuzla/İSTANBUL

Tel. 0 850 206 50 50

Publiziert für die Mitarbeiter von Türkiye Şişe ve Cam Fabrikaları A.Ş. und ihrer verbundenen Unternehmen.

Produktion

AjansMedya

Vişnezade Mah. Acısü Sok.

Cem Apt. No: 11 D: 5

Beşiktaş/ İstanbul

T + 90 212 287 19 90

www.ajansmedya.com

Chefredakteurin

Elif Eren

Art Director

Belma Saraççı

Mitwirkende

Banu Karaduman

Es wird digital für Mitarbeiter von Türkiye Şişe ve Cam Fabrikaları A.Ş. und verbundenen Unternehmen veröffentlicht.

Alle Rechte der Texte und Bilder vorbehalten.

Dar ohne Genehmigung nicht kopiert oder vervielfältigt werden.

04-23 NACHRICHTEN



24 DAS DIGITALE LEBEN



28 TECHNOLOGIE

Return on Experience (RoX) (Rückkehr der Erfahrung)

32 ARTIKEL

Auf den Spuren des Erdöls, eine neue Attraktion: Wasser

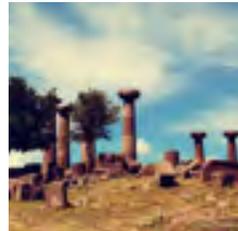


38 REPORTAGE

Kunst in der Pandemie: IKSV Geschäftsführer Görgün Taner

40 REISE

Nord-Ägäis-Route



44 GASTRONOMIE

Gesund und Lecker
Zugleich: Gegrillte
Gemüsesalate



48 KUNST

Das Spektakuläre
Kulturerbe der
Türkei: Miniatur
und Fliesen



52 SOZIALE VERANTWORTUNG

- Stolz-Tabelle von Şişecam Çayırova Sportverein

54 VON UNS

- Es hat nichts mit dem Geschlecht zu tun!



56 VON DER PRESSE

58 INDUSTRIEBEZIEHUNGEN

59 GESUNDHEIT

COVID-19 Pandemie: Technologien zur Impfstoffproduktion

IN DEN PAŞABAHÇE STORES

GIBT ES LEBEN

PAŞABAHÇE STORES BRINGEN MIT IHREN HISTORISCHEN ERBE-KOLLEKTIONEN UND IHREN DESIGNS, DIE BESONDERE TAGE HALTEN, WIEDER EINE VERÄNDERUNG INS LEBEN.

REFLEXIONEN AUS

DER GESCHICHTE

DES GLASES SIND IN PAŞABAHÇE STORES



INSPIRIERT VON DER ŞİŞECAM GLASWERKE-KOLLEKTION, DIE KUNST- UND GESCHICHTSLIEBHABERN DIE GESCHICHTE DES GLASES ÜBER 3.500 JAHRE HINWEG PRÄSENTIERT, HABEN DIE PAŞABAHÇE STORES EINE BRANDNEUE KOLLEKTION VORGESTELLT.

Das reiche Erbe der anatolischen Zivilisationen in seine Kollektionen tragend, präsentierte Paşabahçe Stores, inspiriert von Şişecam Glaswerke-Kollektion, die aus fünf Stücken bestehende Glaswerke-Kollektion für Geschichtsliebhaber. Die Kollektion beleuchtet die 3.500 Jahre alte Geschichte des Glases und wird mit der handgefertigten Glasalterungstechnik hergestellt. Sie besteht aus einer zylindrischen Flasche mit Henkel, einer langhalsigen konischen Tränenflasche, einer langhalsigen kugelförmigen Elixierflasche und einem antiken Kelch. Bestehend aus Glas, das in den anatolischen Ländern gefunden wurde, und Şişecams unschätzbaren Stücken, die die 3.500 Jahre umfassende Geschichte des Glases beleuchten, nimmt die Paşabahçe Glaswerke-Kollektion Sie mit auf eine Reise, die sich über Tausende von Jahren und Perioden erstreckt, einschließlich der osmanischen, byzantinischen und römischen Periode, zusammen mit der Antike. Darüber hinaus können Sie auch die digitale Ausstellung der Glaswerke-Kollektion besuchen, die in dem Şişecam-Hauptsitz unter www.sisecamcamaserleri.com/tr zu sehen ist.

PAŞABAHÇE STORES PRÄSENTIEREN

VELI GONDEL

DIE PAŞABAHÇE STORES SIND WEITERHIN EINE HOMMAGE AN DIE ANATOLISCHE KULTUR MIT DER WALI-GONDEL, DIE MIT EINFLUSS VON HADSCHI BEKTSCH WALI ENTWORFEN WURDE.

Der 750. Todestag von Hadschi Bektasch Wali, einem der anatolischen Denker, der mit seinen universellen Gedanken und Lehren auf der ganzen Welt das Symbol für Liebe, Toleranz, Einheit und Frieden ist, wurde von der UNESCO zum "2021 ist das Jahr von Hadschi Bektasch Wali" erklärt. Im Einklang mit ihrer Mission, das kulturelle Erbe zu bewahren und an zukünftige Generationen weiterzugeben, haben Paşabahçe Stores die Wali-Gondel, die mit Bezug auf Hadschi Bektasch Wali entworfen wurde, in die Welterbe in Glas-Kollektion aufgenommen. Die Muster auf der Wali-Gondel wurden von den Gravuren an den Wänden des Hadschi Bektasch Wali Grabmals, das sich im Bezirk Hacibektaş in Nevşehir befindet, inspiriert. Das gesamte Reliefmuster auf der Gondel aus handgefertigtem Glas, von dem nur 1.000 Stück produziert wurden, wurde in Handarbeit mit 24-karätigem Gold, Alterungstechniken und Glasfarben verziert.

PAŞABAHÇE STORES SPIEGELN DEN GEIST DES

ÇANAKKALE-SIEGES

DURCH IHRE PRODUKTE WIDER

DIE PAŞABAHÇE-GESCHÄFTE BOTEN DIE PRODUKTE, DIE SPEZIELL FÜR DEN JAHRESTAG DES 18. MÄRZ ÇANAKKALE-SIEGES WAREN, DEN GESCHICHTSLIEBHABERN AN.

Paşabahçe Stores lassen die Erinnerung an diese Tage mit speziellen Produkten zum 106. Jahrestag vom 18. März des Sieges von Çanakkale wieder aufleben, der das Epos des Glaubens, der Entschlossenheit und des Kampfes der türkischen Nation für die Unabhängigkeit ist. Die Abide-Öllampe ist einer der auffälligsten Produkte der Kollektion. Sie ist vom Märtyrer-Denkmal inspiriert, das sich auf der Halbinsel Gelibolu befindet und an die 253 Tausend Helden erinnert, die während des Gallipoli-Krieges ihr Martyrium erlitten haben, und ist mit einer türkischen Flagge gekrönt. Der Briefbeschwerer "Roter Stern und Halbmond", der Briefbeschwerer "Stern und Halbmond der türkischen Landkarte" und das Schreibset "Çanakkale-Sieg" gehören zu den Produkten, die zum Gedenken an den Çanakkale-Sieg entworfen wurden.



PAŞABAHÇE STORES

ERGÄNZTE



DIE BEDEUTUNG DES VALENTINSTAGS

DIEJENIGEN, DIE AUF DER SUCHE NACH GESCHENKEN FÜR IHRE LIEBSTEN ZUM VALENTINSTAG WAREN, FANDEN GENAU DAS, WAS SIE BRAUCHTEN, IN DEN PAŞABAHÇE STORES.

Die Paşabahçe Stores boten eine Auswahl an romantischen Geschenken für diejenigen, die ein besonderes Geschenk zum Valentinstag kaufen wollten. Designs, die alle Geschmacksrichtungen ansprechen, bringen Farbe und Freude zum Valentinstag.

Diejenigen, die ihre Kaffee- und Teeliebhaber glücklich machen möchten, bevorzugten Glasbecher und Glasbecher-Sets, die mit Elementen dekoriert sind, die Liebe hervorrufen. Mit ihrer einzigartigen Typografie die Aufmerksamkeit auf sich ziehend und von goldenen und schwarzen Farben dominiert, traten die beschrifteten Gläser als besondere Geschenkoption hervor. Kintsugi-Tassensets, inspiriert von der antiken japanischen Philosophie Kintsugi,



die voraussetzt, dass nichts wirklich kaputtgeht, gehörten zu den beliebtesten Geschenkalternativen. Yuva (Zuhause), Aheste (Sanft) und Saadet (Glück) Kerzen der Lügat 365 Serie, die nach dem Motto "Manche Wörter sind schöner als die Anderen" zubereitet wurden, sowie das Lügat 365 Saadet (Glück) & Tebessüm (Lächeln) Glasbecher-Set, Lügat 365 Müstesna (Außergewöhnlich) Glasbecher mit Teller, Lügat 365 Gönül (Seele) Glasbecher und die Lügat 365 Aşk (Liebe) Glas waren die Top-Picks derjenigen, die ihren Liebsten mit kleinen Geschenken eine große Freude machen wollen. Dekorationsprodukte mit dem Thema Welt- und "Zeit-los" und schicke Schreibsets, die als nostalgische Geschenkalternativen dienten, gehörten zu den idealen Optionen für diejenigen, die ihre Liebe durch Geschenke ausdrücken wollten.

SPEZIELLE GESCHENKOPTIIONEN

ZUM FRAUENTAG AM 8. MÄRZ WAREN IN PAŞABAHÇE STORES ERHÄLTlich

PAŞABAHÇE STORES WAREN DIE ADRESSE DERJENIGEN, DIE SICH AM 8. MÄRZ, DEM INTERNATIONALEN FRAUENTAG, MIT BEDEUTUNGSVOLLEN GESCHENKEN WICHTIG FÜHLEN WOLLTEN.

Die Abteilungen "Leben" und "Boutique" von Paşabahçe Stores boten Tausende von Proalternativen für den 8. März Frauentag. Zu den Top-Geschenkoptionen gehörte ein "Kadın (Frau)"-Glasbecher aus der Lügat 365-Serie, der nach dem Motto "Manche Wörter sind schöner als die Anderen" gestaltet wurde und den Schriftzug "Bayan değil kadın (Nicht Dame sondern Frau)" trug. Außerdem spiegelten die Glasbecher mit den Worten "Müstesna (Außergewöhnlich)", "Minnettar (Dankbar)", "Müteşekkır (Dankbar)" und "Gönül (Seele)" die Bedeutung des Tages wider. Das Mimosa Cologne, eines der kölnisch Wasser, die mit ihren angenehmen Düften in den Paşabahçe Stores auffallen, Kaffeetassen, die eine perfekte Geschenkoption für Kaffeeliebhaber sind, Rahmen, dekorative Objekte, Amulette und Spiegel in verschiedenen Größen, die mit ihren einzigartigen Designs die Aufmerksamkeit auf sich ziehen, waren die Top-Auswahl derjenigen, die ihren Liebsten am 8. März, dem Internationalen Frauentag, eine Freude machen wollen.



DAS ERSTE ERFAHRUNGSGESCHÄFT VON PAŞABAHÇE STORES

IST IN ERENKÖY

UNTERSTÜTZT DURCH DIGITALE EINZELHANDELSLÖSUNGEN UND -ANWENDUNGEN ERÖFFNETEN PAŞABAHÇE STORES IHREN ERSTEN ERFAHRUNGSGESCHÄFT IN ERENKÖY, ISTANBUL, DER MIT EINER AUFFÄLLIGEN GLASINSTALLATION UND FLORALEN BEREICHEN AUSGESTATTET IST, IN DENEN FRISCHE BLUMEN ANGEBOTEN WERDEN.





Paşabahçe Stores eröffnete in der Bagdadstraße, Istanbul Erenköy, das erste Erfahrungsgeschäft, das den Spaß am Einkaufen verdoppelt und die Kundenerfahrung auf eine ganz andere Ebene hebt. Der neue dreistöckige Store, der auf einer Fläche von ca. 1.200 Quadratmetern errichtet wurde, bietet den Besuchern eine außergewöhnliche Einkaufserfahrung. Das mit digitalen Innovationen entwickelte Erfahrungsgeschäft zeigt in inspirierenden Trendbereichen rund 6.000 Produkte, von exklusiven Kollektionen über Glasprodukte, Tischgeschirr und Haushaltswaren bis hin zu dekorativen Kollektionsstücken. Das Erfahrungsgeschäft, das sich durch seine technologische Infrastruktur, sein reichhaltiges Produktsortiment und seine visuelle Gestaltung auszeichnet, ermöglicht den Kunden einen schnellen und vollständigen Prozess beim Entdecken von Produkten, während und nach dem Kauf, kurz gesagt, in jedem Moment ihres Einkaufs. Das Design des In-Store-Navigationssystems erleichtert und verbessert die Effektivität der Reise des Kunden durch das Geschäft.

AUFRICHTIGE UND NATÜRLICHE LEBENSBEREICHE

Der mit frisch gepflückten Blumen geschmückte Blumenbereich gehört zu den markantesten Elementen des Geschäfts. Geschäftsbesucher können die im Geschäft gekauften Geschenke mit echten Blumen in einer Vase ihrer Wahl ergänzen und ihre eigenen Blumenarrangements kreieren. Für die kommende Zeit sind verschiedene Workshops auf dieser Etage des Stores geplant. Ein weiteres auffälliges Designelement des Erfahrungsgeschäfts ist die sich über drei Etagen ausdehnende, aus Hand gefertigten Glasfiguren bestehende, 12 m hohe, mit filigranter Handarbeit gefertigte Glasinstallation.

GESCHÄFTSSPEZIFISCHE MOBILE ANWENDUNG

Dank der interaktiven digitalen Bildschirme mit reichhaltigem Inhalt, die auf allen Etagen der Paşabahçe Stores Erenköy platziert sind, können Kunden leicht herausfinden, wo sich die Produkte und Kollektionen befinden, nach denen sie suchen. Dank der für das Geschäft spezifischen mobilen Anwendung können Kunden den Kaufvorgang durch Scannen eines QR-Codes auf ihren mobilen Geräten an der Kasse abschließen, ohne ein Produkt oder einen Korb in der Hand zu halten. Eine weitere wichtige Funktion der mobilen Anwendung ist der Geschenke-Finder-Assistent. Paşabahçe Stores bieten Lösungen für Kunden, die Schwierigkeiten haben, ein Geschenk auszuwählen, sowohl über die mobile Anwendung als auch über die interaktiven Bildschirme in der Erenköy-Store. Dank dieser Anwendung können Besucher ganz einfach die Geschenkoptionen auswählen, die am besten zum Geschlecht, den Hobbys und dem persönlichen Geschmack der Person, für die sie Geschenke kaufen möchten, und sogar passend zum Geschenkbudget.



EXKLUSIVE GESCHMACKSRICHTUNGEN:

TASTEMAKERS

BY NUDE GLASS

NUDE GLASS SPIEGELT DIE EINZIGARTIGEN ERFAHRUNGEN VON KREATIVEN PROFILEN MIT EXKLUSIVEM GESCHMACK MIT DER VIDEO- UND FOTOSERIE NAMENS TASTEMAKERS WIDER.



NUDE Glass ist mit seinen Kollektionen, die von berühmten Designern mit einer raffinierten und originellen Linie entworfen wurden, der Favorit von Personen mit kreativen Profilen, von Architekten bis zu Innenarchitekten, von Galeristen bis zu Chefköchen. Die neue Foto- und Videoserie TASTE-MAKERS by NUDE Glass vermittelt die Erfahrungen von Kreativen, die sich von diesen Kollektionen inspirieren ließen. Meinungsführer, die in verschiedenen Bereichen der Kreativwirtschaft arbeiten, sprechen über ihre kreativen Prozesse und Visionen. So haben diejenigen, die die Serie verfolgen, die Möglichkeit, die NUDE Glass Kollektionen in verschiedenen Lebensstilen und Räumen persönlich zu erleben.

Der erste Gast der Serie, kuratiert von der In-Between Design Platform; Şebnem Buhara wurde die Architektin und Designerin, die für ihren zeitlosen, originellen und funktionalen Designansatz bekannt ist. Buhara, die Gründerin von Bou Design, erklärt ihre kreative Perspektive und Designphilosophie in einem Video, das in einem Wohnraum gefilmt wurde, dessen Inneneinrichtung sie übernommen

hat. Der Designansatz von Buhara zeigt, wie Materialien, Stoffe und Textilien verwendet werden können, um verschiedene Emotionen hervorzurufen.

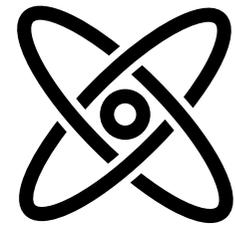
Buhara gibt an, dass das wichtigste Element im Design das Gleichgewicht ist und betont, dass sie dieses Gleichgewicht mit Glasobjekten erreichen. Buhara glaubt, dass sie die Gestaltung des Raumes mit Objekten unterstützt, die Handwerk und Kunst kombinieren, und macht die Rock & Pop Artist-Kollektion, in der der Designer Ali Bakova die Memento Mori-Totenköpfe neu interpretiert, zum Mittelpunkt des von Schwarz dominierten Raumes. Die Aufbewahrungsboxen aus der Ecrin-Kollektion, entworfen von Sebastian Herkner und inspiriert von den Weltpyramiden des Ritten, einem beeindruckenden Naturdenkmal in Südtirol, werden auf dem Couchtisch ausgestellt und verleihen dem Raum sowohl eine schlichte Ästhetik als auch Funktionalität. Vasen aus der Layers-Kollektion erzeugen durch die Kombination von zwei verschiedenen Farben einen einfachen, aber starken Effekt.



Şebnem Buhara

V-BLOCK TECHNOLOGIE

GEGEN VIREN UND BAKTERIEN VON ŞİŞECAM



V-BLOCK

Δ ŞİŞECAM TECHNOLOGY





DIE VON ŞİŞECAM ENTWICKELTE V-BLOCK TECHNOLOGIE, DIE VIREN UND BAKTERIEN AUF GLASOBERFLÄCHEN INAKTIVIERT, SORGT FÜR MAXIMALE HYGIENE BEI GLASWAREN MIT DER MARKE PAŞABAHÇE.

Şişecam hat die V-Block Technologie gegen Viren und Bakterien auf Glasoberflächen entwickelt. 100 % inländische spezielle Beschichtungstechnologie, V-Block, die im Şişecam Wissenschafts-, Technologie- und Designzentrum entwickelt wurde, ist zu 90-99,5 % wirksam gegen Viren und Bakterien.

Die Wirksamkeit der Spezialformel von V-Block wurde in akkreditierten Labors getestet und vom Gesundheitsministerium (Türkei) genehmigt. Paşabahçe hat mit der V-Block-Technologie die weltweit erste antimikrobiell beschichtete Glaswaren-Produktgruppe entwickelt. Die V-Block Technologie wurde auch

bei den beliebten Produktserien von Paşabahçe wie Iconic, Allegra, Aiada, Casablanca und Timeless verwendet. Paşabahçe-Produkte bieten ein Höchstmaß an Hygiene und sind ideal für den Hausgebrauch, aber auch für Umgebungen wie Hotels, Restaurants, Cafés, Krankenhäuser und Speisesäle. Ästhetisch ansprechende Produkte wie Getränkegläser, Wassergläser, Teetassen, Teeuntertassen, Henkelgläser und Schalen sorgen für maximale Hygiene. V-Block-Glaswarenprodukte, die ihren Platz in Einzelhandelsverkaufsstellen, Hotels, Restaurants und Cafés in der Türkei eingenommen haben, sind auch für Verbraucher im Ausland erhältlich.





V-BLOCK TECHNOLOGIE

IN BULGARIEN

DIE NOTWENDIGEN INVESTITIONEN UND ENTWICKLUNGSARBEITEN ZUR PRODUKTION DER PRODUKTE MIT V-BLOCK TECHNOLOGIE VON ŞİŞECAM IN BULGARIEN WURDEN ZÜGIG ABGESCHLOSSEN.

Von Rechts nach Links: Bahtiyar Dalgıç – Paşabahçe Bulgaria EAD Werksleiter, Panayot Dimitrov – Stellvertretender Gouverneur von Targovishte, Zeki Budak – Trakya Glass Bulgaria EAD Werksleiter, Dr. Darin Dimitrov – Bürgermeister von Targovish, Prof. Ahmet Kirman Şişecam Vorsitzender des Aufsichtsrats und CEO, Mitko Staykov – Gouverneur von Targovishte, Dr. Boyko Penkov – stellvertretende Gesundheitsminister, Muhsin Miroğlu – Şişecam Automotive EAD Werksleiter

Şişecam hat die antimikrobielle V-Block Technologie gegen Viren und Bakterien auf Glasoberflächen entwickelt. Die V-Block Technologie verhindert, dass schädliche Organismen leben und sich vermehren, indem sie Glasoberflächen mit ihrer speziellen Formel beschichtet. Diese spezielle Technologie, die ein hohes Maß an Hygiene bietet, wurde in akkreditierten Labors getestet und als zu 90-99,5 % wirksam gegen Viren und Bakterien befunden und vom Gesundheitsministerium (Türkei) genehmigt. Die spezielle Formel, die bei hohen Temperaturen mit der Aufdampfungsmethode während der Produktion auf die äußere Oberfläche der Produkte angewendet wird, bleibt aktiv und eignet sich für die Verwendung in Umgebungen wie Hotels, Restaurants, Cafés, Krankenhäusern und Speisesälen sowie für den Hausgebrauch. Die weltweit ersten antimikrobiell beschichteten Glaswaren, die mit der V-Block Technologie hergestellt wurden, wurden in den inländischen Einrichtungen von Şişecam produziert und im Februar auf den



Targovishte Gouverneur Mitko Staykov und Prof. Dr. Ahmet Kirman – Şişecam Vorsitzender des Aufsichtsrats und CEO

Markt gebracht. Die notwendigen Infrastruktur- und Entwicklungsarbeiten für die Produktion von V-Block beschichteten Produkten, die großes Interesse auf sich ziehen, im Paşabahçe Bulgaria EAD Werk in Targovishte sind abgeschlossen. Die Produktion im Werk wurde mit einer Zeremonie mit hoher Beteiligung aufgenommen. In seiner Rede bei der Zeremonie, an der der stellvertretende Gesundheitsminister Bulgariens, der Gouverneur von Targovishte, der stellvertretende Gouverneur und der Bürgermeister teilnahmen, betonte der Vorsitzender des Aufsichtsrats und CEO von Şişecam, Prof. Dr. Ahmet Kirman, die Bedeutung, die Şişecam der Technologie und Innovation beimisst. Bei der Zeremonie überreichte der Gouverneur von Targovishte, Mitka Staykov, Prof. Dr. Ahmet Kirman eine Anerkennungsplakette für die langfristigen Investitionen von Şişecam in Bulgarien und seinen Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung der Region Targovishte. Das Ziel ist, die in Bulgarien produzierten Produkte mit der V-Block Beschichtungstechnologie so schnell wie möglich auf den Markt zu bringen.



ŞİŞECAM

ERHÄLT EINE INVESTITIONSAUSZEICHNUNG FÜR NACHHALTIGKEIT VON BULGARIEN

ŞİŞECAM ERHÄLT DEN "INVESTITIONSAUSZEICHNUNG FÜR NACHHALTIGKEIT" IM RAHMEN DER VON DER INVESTITIONSAGENTUR BULGARIEN ORGANISIERTEN "INVESTOREN DES JAHRES AWARDS".

Im Rahmen der Investoren des Jahres Awards, der dieses Jahr zum 15. Mal von der Bulgarischen Investitionsagentur, die dem bulgarischen Wirtschaftsministerium untersteht, organisiert wurde, wurde Şişecam für würdig befunden, die Investitionsauszeichnung für Nachhaltigkeit zu erhalten. Die Kandidaten für die "Investoren des Jahres Awards" wurden von den Ministerien, Gouverneuren und Wirtschaftsinstitutionen des Landes ausgewählt. Mehr als 60 Kandidaten aus mehreren verschiedenen Bereichen, von Informationstechnologien bis hin zum Gesundheitswesen, wurden von den Jurymitgliedern bewertet. Şişecam wurde als Gewinner der Kategorie "Investitionsauszeichnung für Nachhaltigkeit" bekannt gegeben, der in diesem Jahr zum ersten Mal im Rahmen des Award-Programms bewertet wurde. Die Auszeichnung, die Şişecam für seine langfristigen und effektiven Investitionen verliehen wurde,

wurde dem Vorsitzenden des Aufsichtsrats und CEO von Şişecam Prof. Dr. Ahmet Kirman von der stellvertretenden Ministerpräsidentin Bulgariens und Tourismusministerin Mariana Nikolova überreicht. Der Vorsitzende des Aufsichtsrats und CEO von Şişecam, Prof. Dr. Ahmet Kirman, sprach in seiner Rede bei der Preisverleihung über die globalen Wachstumsziele von Şişecam. Şişecam, derzeit führend im Bereich Flachglas und der zweitgrößte Akteur im Bereich Glaswaren in Europa, misst Bulgarien, in dem es seit 1997 tätig ist, große Bedeutung bei, da es das erste Tor zu den Märkten der Europäischen Union ist. Die Investitionen von Şişecam in Bulgarien, wo es weiterhin die Produktionsaktivitäten in den Bereichen Flachglas, Autoglas, Glaswaren und Chemikalien durchführt, tragen wesentlich zur Entwicklung der Wirtschaftsbeziehungen zwischen der Türkei und Bulgarien bei.





PROF. DR. AHMET KIRMAN

ERSCHIEN BEI BLOOMBERG HT

ALS GAST VON AÇIL SEZEN

ALS GAST VON AÇIL SEZEN BEI BLOOMBERG HT SPRACH VORSITZENDER DES AUFSICHTSRATS UND CEO VON ŞİŞECAM PROF. AHMET KIRMAN ÜBER DIE AKTIVITÄTEN VON ŞİŞECAM IM JAHR 2020 UND DIE ERWARTUNGEN FÜR 2021.

Vorsitzender des Aufsichtsrats und CEO von Şişecam, Prof. Ahmet Kirman nahm an der Sendung namens Finans Merkezi (Finanzzentrum) auf Bloomberg HT teil und bewertete das Jahr 2020. Prof. Dr. Ahmet Kirman betonte, dass Şişecam, obwohl es aufgrund der Pandemie und der wirtschaftlichen Situation ein schwieriges Jahr war, das Jahr mit einer erfolgreichen Leistung abgeschlossen hat, indem es die Erwartungen des Marktes mit einem Umsatz von mehr als 21 Milliarden, einer Rentabilität von über 2,8 Milliarden und einer Produktion von über einer Million Tonnen übertroffen hat. Prof. Dr. Ahmet Kirman erinnerte daran, dass 2020 ein Jahr der Fusion und des Strukturwandels für Şişecam ist und erläuterte auch seine Erwartungen für 2021. Darüber hinaus erklärte er, dass die Bemühungen um grundlegende Themen

wie Produktionsexzellenz, Digitalisierung, Lieferkette, Entwicklung neuer Produkte, Einkaufskompetenz, Kundensegmentierung und Portfolioanalyse im Jahr 2021 fortgeführt werden. Ein weiteres Thema des Interviews war die V-Block Technologie. Die antimikrobielle V-Block Technologie, ein Ergebnis von Şişecams F&E-Studien, garantiert maximale Hygiene durch einen wirksamen Schutz gegen Viren und Bakterien auf Glasoberflächen. Das Interview, das auf Bloomberg HT ausgestrahlt wurde, wurde auf dem YouTube-Kanal von Bloomberg HT sowie auf allen sozialen Medienkonten von Şişecam geteilt. Das Interview, das auch auf dem YouTube-Kanal mit englischen Untertiteln ausgestrahlt wurde, erreichte auch Analysten und Investoren im Ausland.



BESONDERES INTERVIEW MIT ŞİŞECAMS VORSITZENDER

DES AUFSICHTSRATS

UND CEO PROF. DR. AHMET KIRMAN

ŞİŞECAMS VORSITZENDER DES AUFSICHTSRATS UND CEO PROF. DR. AHMET KIRMAN BEANTWORTETE DIE FRAGEN VON BURCU GÖKSÜZOĞLU IN A PARA HAUPTNACHRICHTEN.

Şişecams Vorsitzender des Aufsichtsrats und CEO Prof. Dr. Ahmet Kirman war zu Gast bei Burcu Göksüzoğlu in A Para Hauptnachrichten, wo er die Ergebnisse des Zusammenschlusses der Şişecam-Unternehmen unter einem Dach bewertete. Unter Hinweis darauf, dass Şişecam das Jahr 2020 trotz schwieriger Bedingungen über den Markterwartungen abgeschlossen hat, teilte Prof. Dr. Ahmet Kirman seine Wachstumsziele für 2021. In dem Interview erläuterte Kirman auch über die antimikrobielle V-Block Technologie, die als Ergebnis der F&E-Studien von Şişecam entstanden ist und maximale Hygiene gegen Viren und Bakterien auf Glasoberflächen bietet.



ŞİŞECAM

NIMMT AM ULUDAĞ

WIRTSCHAFTSGIPFEL TEIL

ŞİŞECAM-VORSITZENDER DES AUFSICHTSRATS UND CEO PROF. DR. AHMET KIRMAN ERZÄHLTE AUF DEM IM RAHMEN DES ULUDAĞ-WIRTSCHAFTSGIPFELS ORGANISIERTEN ITALIEN-SPEZIALPANEL ÜBER DIE INVESTITIONEN VON SISECAM IN DEM LAND.



Şişecams- Vorsitzender des Aufsichtsrats und CEO Prof. Ahmet Kirman nahm am Uludağ Wirtschaftsgipfel, einer der prominentesten Veranstaltungen der Türkei im Bereich Business und Wirtschaft, als Redner im Italien-Spezialpanel teil. Italiens Außenminister Manlio Di Stefano hielt die Eröffnungsrede im Italien-Spezialpanel, das am 24. März online abgehalten wurde, und die Abschlussrede wurde von Roberto Luongo, dem Geschäftsführer der italienischen Handelsagentur, gehalten.

Prof. Dr. Ahmet Kirman betonte in seiner Rede auf dem Panel, dass Italien ein strategisch wichtiges Land für Şişecam ist. In seiner Rede betonte Prof. Dr. Ahmet Kirman, dass Şişecam bisher mehr als 150 Millionen Euro in den Bereichen Chemie, Glaswaren und Flachglas investiert hat und mit diesen Investitionen einer der größten türkischen Investoren im Land ist.

Şişecam, einer der größten türkischen Investoren in Italien, kann auf eine 16-jährige Investitionsgeschichte im Land zurückblicken. Şişecam, das in drei verschiedenen Bereichen in Italien tätig ist, tätigte seine erste Investition im Jahr 2005 als 50-prozentiger Partner von Cromital, das im Bereich der Chromchemikalien tätig ist, und übernahm 2011 das gesamte Unternehmen. Şişecam hat zwei wichtige Investitionen in Flachglas in Italien. Şişecam, das mit dem Erwerb des Werks in Porto Nogaro im Jahr 2016 seine erste Investition im Bereich Flachglas tätigte, ist durch diese Investition zum größten Flachglashersteller Europas in Bezug auf die Produktionskapazität geworden. Die aktuellste Investition von Şişecam in Italien war das Werk Manfredonia, das 2018 erworben wurde und die Flachglaskapazität auf 410 Tausend Tonnen pro Jahr verdoppelte.





85. ORDENTLICHE GENERALVERSAMMLUNG VON ŞİŞECAM FAND STATT

Die 85. ordentliche Generalversammlung von Şişecam, an der der Vorsitzende des Aufsichtsrats und CEO Prof. Dr. Ahmet Kırman, die Verwaltungsratsmitglieder, die Vorstandsmitglieder, die Leiter von Şişecam sowie die Aktionäre teilnahmen, fand am 30. März in dem Şişecam-Hauptsitz statt. Auf der Generalversammlung, auf der Pandemiemaßnahmen auf höchster Ebene umgesetzt wurden, wurden der Geschäftsbericht 2020 und die Tagesordnung der ordentlichen Generalversammlung der Partner mit den Teilnehmern geteilt. Während der Generalversammlung wurde beschlossen, dass Prof. Ahmet Kırman, der zum Vorsitzenden des Verwaltungsrats ernannt wurde, zum 30. Juni 2021 von seiner Position als CEO der Türkiye Şişe ve Cam Fabrikaları A.Ş. zurücktritt und ab dem 1. Juli 2021 als Vorsitzender des Verwaltungsrats fungiert, und dass Mustafa Görkem Elverici, der derzeit Leiter der Finanzabteilung ist, ab dem 1. Juli 2021 als CEO fungiert. Bei der Generalversammlung wurde auch der neue Vorstand von Şişecam gewählt.

DER ŞİŞECAM VORSTAND

Prof. Dr. Ahmet Kırman Vorsitzender des Aufsichtsrats und CEO

Senar Akkuş Stellvertretende Vorstandsvorsitzende

Sezgin Lüle Mitglied

Zeynep Hansu Uçar Mitglied

İzlem Erdem Mitglied

Prof. Dr. Şener Oktik Mitglied

Diñç Kızıldemir Unabhängiges Mitglied

Dr. Cem M. Kozlu Unabhängiges Mitglied

Gül Ayşem Sargın Unabhängiges Mitglied





ŞİŞECAM PRODUZIERT FÜR DIE TÜRKEI

ŞİŞECAM HAT SEINEN MIT EINER INVESTITION VON TRY 400 MILLIONEN ERNEUERTEN 240 TAUSEND-TONNEN-KAPAZITÄTSOFEN IN YENİŞEHİR FLACHGLASWERK IN BETRIEB GENOMMEN.

Şişecam befeuerte den Flachglasofen, der durch die Fertigstellung der Kaltreparatur mit einer Investition von ca. 400 Mio. TRY am Produktionsstandort Bursa Yenişehir Flachglas erneuert wurde. Mit der Inbetriebnahme des Ofens mit einer Kapazität von 240 Tausend Tonnen, ausgestattet mit den neuesten Produktionsmöglichkeiten, nahm Şişecam seinen Platz unter den wenigen Herstellern ein, die Flachglas bis zu 16 Metern produzieren. Erneuert und modernisiert mit fortschrittlicher Technologie in Übereinstimmung mit Industrie 4.0, soll der Ofen auf die schnell steigende inländische Nachfrage nach Flachglas reagieren.

Durch die Fortsetzung der Flachglasproduktion mit insgesamt vier Produktionsanlagen, darunter Bursa Yenişehir, Kırklareli, Mersin und Ankara Polatlı, und acht Öfen erreichte Şişecam mit dem erneuerten Ofen eine Produktionskapazität von 2 Millionen Tonnen Flachglas in der Türkei. Şişecam, das 90 % seiner Flachglasproduktion für den heimischen Markt anbietet, wird dank seiner erhöhten Liefermöglichkeiten in der Lage sein, die intensiven Anforderungen der Bau-, Möbel-, Haushaltswaren- und Automobilindustrie zu erfüllen.

Die Technologien, die im erneuerten sechsten Ofen der Anlage in Yenişehir zum Einsatz kommen, bieten auch die Möglichkeit, neue Mehrwertprodukte wie ultra farbloses Flachglas auf den Markt zu bringen. Im Bereich Architekturglas wird das erste Mega-Jumbo-Glas der Türkei in dem erneuerten Ofen produziert.



IM JAHR 2020 RECYCELTE ŞİŞECAM

250 TAUSEND TONNEN ALTGLAS

MIT DEM RECYCLING VON 250 TAUSEND TONNEN ALTGLAS IM JAHR 2020 SCHAFFT ŞİŞECAM IM EINKLANG MIT SEINEN NACHHALTIGKEITZIELEN WEITERHIN WERTE FÜR DIE ZUKUNFT DES PLANETEN.

Şişecam trägt mit seinen Recyclingbemühungen und seinem nachhaltigen Lieferantenmanagement zur Kreislaufwirtschaft bei. Nachdem Şişecam seine jährlichen Ziele durch das Recycling von 250.000 Tonnen Altglas im Jahr 2020 erreicht hat, hat das Unternehmen seine Kohlenstoffemissionen reduziert, indem es den Einsatz von natürlichen Rohstoffen verringert hat. Şişecam, das 2011 das Projekt "Von Glas zu Glas", eines der umfangreichsten Projekte für Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung in der Türkei, ins Leben rief und 2016 Şişecam Çevre Sistemleri A.Ş. gründete, ein Unternehmen, das sich hauptsächlich auf die Sammlung und das Recycling von Altglas konzentriert, führt weiterhin innovative Projekte im Einklang mit seinen Nachhaltigkeitszielen durch.



ŞİŞECAM ÇEVRE SİSTEMLERİ

NIMMT DIE PRODUKTION VON ALTGLASHALTIGEM BETON AUF

DIE IN DER ANLAGE VON ŞİŞECAM ÇEVRE SİSTEMLERİ A.Ş., DIE VON ŞİŞECAM ZUR DURCHFÜHRUNG VON RECYCLINGAKTIVITÄTEN GEGRÜNDET WURDE, PRODUZIERTE GLASSCHERBEN WERDEN ZU GLASBETON VERARBEITET.

Şişecam Çevre Sistemleri A.Ş., die 2016 gemeinsam mit der Europäischen Bank für Wiederaufbau und Entwicklung (EBRD) im Einklang mit den Nachhaltigkeitszielen von Şişecam gegründet wurde, führt ihre auf das Recycling von Glasabfällen ausgerichteten Aktivitäten mit ihren steigenden Produktionskapazitäten, Wertschöpfungsprodukten und einer kundenorientierten Wertschöpfungsstrategie weiter durch. Die in der Anlage von Şişecam Çevre Sistemleri A.Ş. produzierten Glasscherben, die bisher keine Verwendung fanden, werden nun mit einem innovativen Ansatz zu Glasbeton verarbeitet. Dank einer neuen Technologie, die es ermöglicht, Glasscherben zu Glasbeton mit 50 % Glasscherbenanteil zu verarbeiten, anstatt sie als Abfall zu behandeln, wurde die Produktion von Beton der Güteklasse C16/20 aufgenommen. Farbige und klare Glasbetonplatten, die zu einem vorgefertigten Bausystem verarbeitet werden, können dank ihrer speziellen Konstruktion ohne zusätzliche Bewehrung als Wände verwendet werden.





PROJEKTE, DIE MIT FLACHGLASPRODUKTEN ZUM LEBEN ERWECKT WURDEN, SIND BEI

REFERENCE PROJECTS 2021

“Reference Project 2021”, das dritte Buch der Referenzprojekte-Serie, versammelt 108 ausgewählte Projekte aus der Türkei und der Welt. Das Buch, das die inspirierenden Projekte von 90 Architekten, 18 Fassadenberatern, 94 Investoren und 22 autorisierten Herstellern enthält, beeindruckt durch die professionellen Fotos der Projekte. Zusätzlich zu den Fotos enthält das

Buch detaillierte Informationen über die neuen Flachglasprodukte, die in diesen Projekten verwendet wurden, sowie über das Architekturdesign, den Fassadenberater, den Investor und den autorisierten Hersteller. Das Buch, das die unbegrenzten Einsatzmöglichkeiten von Glas in Architekturprojekten aufzeigt, wurde an Fachleute aus der Branche verschenkt.

FLACHGLAS E-TRAININGS

TRIFFT

INTERNATIONALE KUNDEN

Flachglas arbeitet weiterhin mit dem Ziel, in internationale Märkte zu expandieren und die Anzahl der Kunden und den Bekanntheitsgrad der Produkte zu erhöhen. Im Einklang mit diesem Ziel werden E-Trainings zu Produkten, Produktion und Glasverarbeitung, die aus 6 lokalen Sprachen und 37 verschiedenen Videos bestehen, über das Portal der Şişecam Akademie mit ausländischen Kunden geteilt. Das E-Training Safety and Security Glass, das zuerst mit den Flachglaskunden in Russland durchgeführt wurde, soll in der kommenden Periode mit allen internationalen Vertriebssteams und Kunden geteilt werden.



UNIVERSITÄTEN ZEIGEN GROSSES INTERESSE AN

GLAS-SEMINAREN

Glas-Seminare von Flachglas für Universitätsstudenten werden fortgesetzt. Eine Gruppe von ca. 500 Studenten der Architektur- und Ingenieursfakultäten der Munzur Universität, der Van 100. Yıl Universität und der Medipol Universität besuchten technische Seminare über Flachglasprodukte. Großes Interesse bestand an den Seminaren, in denen sowohl bestehende als auch neue Produkte vorgestellt wurden. Die Studenten, die an den Seminaren teilgenommen haben, hatten die Möglichkeit, sich über die in der Türkei geltende Norm TS 825 Wärmeschutzvorschriften in Gebäuden und die im Rahmen der Bauordnung und der Lärmschutzverordnung anzuwendenden Verglasungssysteme zu informieren.

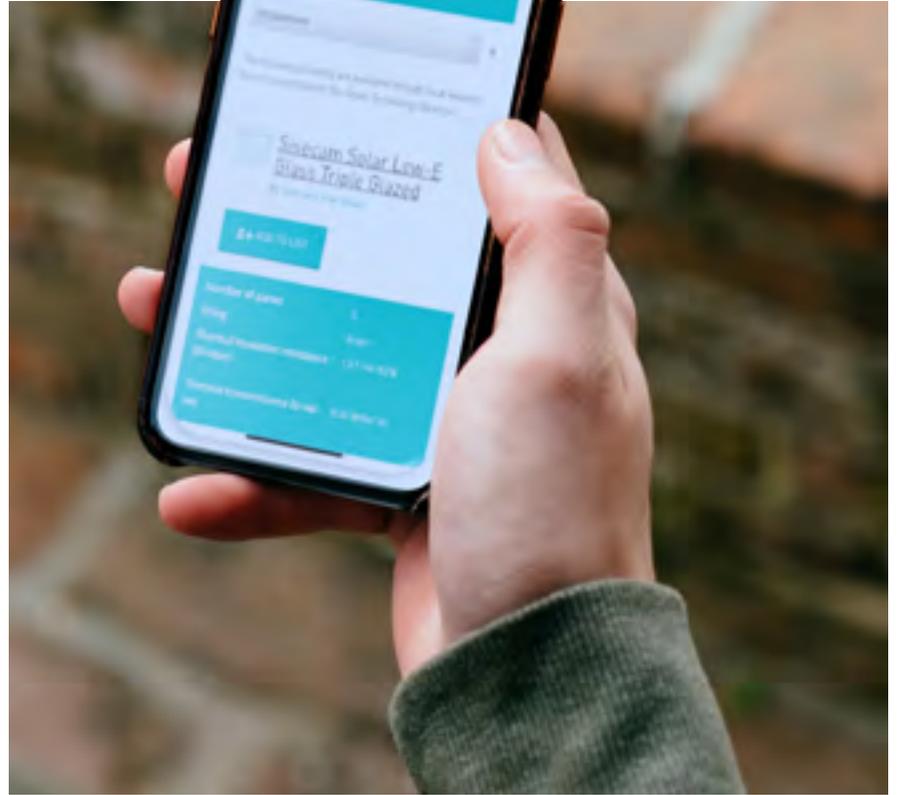
ŞİŞECAM-PRODUKTE

AUF DER EBRD-WEBSITE



Energieeffizienz und innovative Şişecam-Produkte wurden in die Green Technology Selector (GTS)-Datenbank aufgenommen, die in 38 Ländern gültig ist, in denen die Europäische Bank für

Wiederaufbau und Entwicklung (EBRD) Projekte entwickelt. Die Produkte der Şişecam Familie für Temperiertes Beschichtetes Glas wurden auf der Plattform in türkischer und englischer Sprache platziert. Produkte und Anbieter in der GTS-Datenbank der EBRD, die eine energieeffiziente grüne Wirtschaft fördern, werden in allen Ländern, die die Plattform nutzen, sichtbar. Es ist geplant, in der kommenden Periode neue Şişecam-Produkte in die entsprechende Datenbank aufzunehmen.



EINLADUNG

ZUM SPAREN VON ISICAM SYSTEME

Isicam Systems ruft Endverbraucher und Branchenprofis mit seiner auf Einsparungen ausgerichteten Kommunikationskampagne zum Wärmesparen auf. Im Rahmen der Kampagne wurden neben sozialen Medienbeiträgen und digitalen Inhalten auch Anzeigen mit speziellen Inhalten vorbereitet, die verschiedene Zielgruppen ansprechen. Die Kampagne, die mit den Slogans "Verdienen im Sitzen", "Verdienen im Stehen" und "Verdienen im Liegen" durchgeführt wird, lenkt die Aufmerksamkeit auf die von Isicam Systemen gebotenen Einsparungen und die Vorteile für die Endanwender. Zusätzlich zu den Informationen über die Einsparungen durch Isicam in den sozialen Medien werden die maximalen Temperaturregelungseigenschaften der Isicam Systeme S-Serie und der 3-fach beschichteten Isicam-Produkte hervorgehoben.



BEI ŞİŞECAM AKADEMIE BEGINNT EINE NEUE PERIODE

WÄHREND SEMINARE DER ŞİŞECAM AKADEMIE ONLINE WEITERGEFÜHRT WERDEN,
SIND ENTWICKLUNGSREISEN UND INTERNE MENTORING-PROGRAMME GESTARTET WORDEN.

ENTWICKLUNGSREISEN AN DER ŞİŞECAM AKADEMIE

Im Rahmen von Journey Global Talent Management wurde ein kompetenzbasiertes Assessment Center mit der Teilnahme von 366 Şişecam-Mitarbeitern implementiert. Die Mitarbeiter hatten die Möglichkeit, auf Basis der Inventarisierungsergebnisse des Assessment Centers ihre Stärken und / oder Entwicklungsbereiche zu bestimmen. Nach der Auswertung und den Feedbackgesprächen wurden die Teilnehmer festgelegt, die im März an der Şişecam Akademie Entwicklungsreisen teilnehmen werden, um die Entwicklung dieser Kompetenzen zu unterstützen. Die Entwicklungsreisen, die sowohl in Türkisch als auch in Englisch zugewiesen werden, beinhalten verschiedene Entwicklungsressourcen, wie z. B. Fernunterricht, Video, Buchempfehlungen, Artikel und Aufgaben. Zusätzlich zu all diesen wird ein Entwicklungsplan erstellt, um die Kompetenzentwicklung während des Jahres zu überwachen.



ŞİŞECAM INTERNES MENTORING-PROGRAMM BEGINNT

Das Interne Mentoring-Programm, eines der Entwicklungsprogramme im Rahmen von Journey Global Talent Management, das darauf abzielt, die berufliche Entwicklung von Şişecam-Mitarbeitern zu unterstützen, wurde in den inländischen und internationalen Einrichtungen als Pilot in Kraft gesetzt. Im Rahmen des Programms wurden die notwendigen Schulungen durch Abgleich zwischen Mentoren und Mentees, die sich im März freiwillig gemeldet haben, absolviert. Die Mentor-Mentee-Treffen begannen im April. Es ist geplant, das Programm entsprechend der Auswertungen und Rückmeldungen, die nach den 6 Monaten erfolgen sollen, zu erweitern.



ONLINE-SEMINARE TRAFEN SICH MIT MITARBEITERN

Aufgrund der Covid-19-Pandemie, um Risiken zu minimieren und die soziale Distanz zu wahren, wurden die Akademie-Seminare, die regelmäßig jedes Jahr abgehalten werden, in diesem Jahr den Şişecam-Mitarbeitern über die Bluejeans-Events-Plattform angeboten. Ab April gestalteten sich die Seminare nach aktuellen Themen und Bedürfnissen und konzentrierten sich auf Themen, die während der Pandemie wichtig sind, wie z. B. psychologische Belastbarkeit, Fernmanagement von Gruppen, Covid-19-Bewusstsein und persönliche Schutzmethoden, mögliche Entwicklungen in der Wirtschaft, Auswirkungen des Fernunterrichts auf die Elternpsychologie, Ernährungsempfehlungen zur Stärkung des Immunsystems und Makro- und Mikroausdrücke im digitalen Umfeld zur Stärkung der Kommunikation in der virtuellen Umgebung. Während das Tempo der Digitalisierung in allen Bereichen zunimmt,



wurden auf dem Seminar mit dem Titel "Legenden und Fakten über Design-Denken (Design Thinking)", das in Zusammenarbeit mit Yakup Bayrak am 15. Januar organisiert wurde, Hinweise über digitale Werkzeuge und Methoden, die die Entscheidungsfindung erleichtern, geteilt. Das Seminar mit dem Titel "Den Menschen im Griff der Technologie verstehen" fand am 12. Februar mit Yüce Zerey statt und beschäftigte sich mit den Auswirkungen des technologischen Wandels auf den Menschen und das Änderungsmanagement. Im Seminar mit dem Titel "Schlüsselqualifikationen: Menschliche Beziehungen in Business und Leben", das am 12. März mit Polat Doğru stattfand, wurden Antworten auf die Fragen "Worauf sollten wir achten, um unsere Beziehungen zu managen und welche grundlegenden Dimensionen geben wir in der Kommunikation an?" gesucht. Für diejenigen, die die Seminare nicht live verfolgen konnten, wurden die Aufzeichnungen über das Portal der Şişecam Akademie zur Verfügung gestellt.

DIE BILDUNGS- UND ENTWICKLUNGSPLANUNGSPERIODE 2021-2022 FÜR DIE ŞİŞECAM AKADEMIE HAT BEGONNEN



Um die soziale Distanz aufgrund der Covid-19-Pandemie zu wahren, wurden die Bildungs- und Entwicklungsaktivitäten für den Zeitraum 2020-2021 unter Verwendung alternativer Bildungsmethoden gestaltet. Die Bedingungen der Pandemie wurden auch bei den Planungsarbeiten für

die neue Periode, die im April beginnt, berücksichtigt, und die Kataloge wurden mit für den Fernunterricht geeigneten Trainings vereinfacht. Um die persönliche und berufliche Entwicklung der Şişecam-Mitarbeiter zwischen April 2021 und März 2022 zu unterstützen, wurden die für verschiedene Titel und Kompetenzen vorbereiteten Kompetenz und technische/berufliche Trainingskataloge zur Verfügung gestellt.

ŞİŞECAM AN UNIVERSITÄTEN

ŞİŞECAM SETZT DIE ZUSAMMENARBEIT MIT DER JUGEND DURCH INSPIRIERENDE CAMPUS-TRAININGS, PRAKTIKA UND TALENTPROGRAMME FORT.



JUNGE TALENTE

TREFFEN SICH BEI TOGETHER

Im Rahmen des Şişecam Jugend-Talent-Programms Together, dessen vierte Phase am 12. Januar begann, starteten 130 Langzeitpraktikanten ihre Projektpraktika in den Hauptsitz-Einheiten, den Werken und dem F&E-Zentrum. Die "Willkommensveranstaltung", die mit dem Versand von Überraschungs-Orientierungspaketen an die Häuser der Praktikanten am Wochenende vor dem Start des Programms begann, startete offiziell am 12. Januar mit den Eröffnungsreden, die auf einer digitalen Plattform gehalten wurden. Der Eröffnungstag, der mit Online-Tabu-Spielen und Sitzungen fortgesetzt wurde, um die Praktikanten und die Teams näher kennenzulernen, war voller Spaß und Freude. Nach dem ersten Monat des Praktikums kamen HR-Teams und die Praktikanten in einer digitalen Umgebung zusammen und tauschten sich über ihr Feedback zum Programm aus.



ERSTER SCHRITT INS BERUFSLEBEN DURCH DAS SOMMERPRAKTIKUMSPROGRAMM FIRST STEP

Das Sommerpraktikumsprogramm First Step, das darauf abzielt, dass Universitätsstudenten ihre Karrierereise mit einer guten Praktikumserfahrung beginnen können, indem sie bei ihrem ersten Schritt ins Berufsleben und darüber hinaus unterstützt werden, startete im März. Die Praktikanten, die in das Programm aufgenommen werden, dessen Bewertungsphasen im April und Mai stattfinden, beginnen ab Juni zu arbeiten.



UNIVERSITÄT-CAMPUS-VERANSTALTUNGEN GEHEN WEITER

Auch im neuen Jahr sind die Campus-Veranstaltungen der Employer Brand Universitäten voll. In den ersten drei Monaten des Jahres 2021 fanden 38 Veranstaltungen an 22 Universitäten statt. Die Veranstaltungen, die ein breites Spektrum an inspirierenden Vorträgen bis hin zu Fallstudien und Interview-Simulationen boten, zeigten großes Interesse bei den Universitätsstudenten.

ZUSAMMENARBEITEN VON UNIVERSITÄT UND INDUSTRIE STÄRKEN DIE JUGEND

Projekte, die Universitäten und die Industrie zusammenbringen, bieten Studenten des Abschlussjahrgangs die Möglichkeit, wertvolle Berufserfahrung zu sammeln. Im Rahmen der Abschlussprojekte, die den Studenten die Möglichkeit geben, Erfahrungen in realen Projekten zu sammeln, werden 19 Abschlussprojekte durchgeführt, an denen Studentengruppen aus sechs Universitäten teilnehmen. Ein separates Projekt, das Werkstofftechnik-Marken-Studienprogramm, zielt darauf ab, qualifizierte Arbeitskräfte zu schaffen, indem es auf den Fachbereich Werkstofftechnik abzielt. Es wurde eine Vereinbarung mit der Technischen Universität Yıldız und der METU für den Şişecam-Markenkurs "Glastechnologien" getroffen, der auf Studienebene angeboten werden soll, um das Interesse der Universitätsstudenten an der Glasindustrie zu fördern. Die inhaltlichen Entwicklungsaktivitäten für den Kurs, der im akademischen Jahr 2021-2022 angeboten werden soll, haben begonnen.

DER DIGITALE STATUS DER TÜRKEI:

DER WE ARE SOCIAL 2021 TÜRKEI BERICHT IST VERÖFFENTLICHT

Der We Are Social Turkey 2021-Bericht, der jedes Jahr die digitale Scorecard der Welt teilt und von der digitalen Industrie mit Spannung erwartet wird, wurde vor kurzem veröffentlicht. Der in Zusammenarbeit mit We Are Social und Hootsuite erstellte Bericht wird der Öffentlichkeit in bestimmten Zeitabständen jedes Jahr vorgestellt. Der Bericht enthält viele Details zu den Themen Internet, E-Commerce, Mobile, Soziale Netzwerke, digitale Welt und Werbung und bietet sowohl Branchenprofis als auch Akademikern wichtige Informationen, die sie interpretieren und analysieren.

Im Folgenden finden Sie die Überschriften, die im We Are Social Turkey 2021-Bericht hervorstechen:

IM INTERNET VERBRACHTE ZEIT

Wie viel Zeit verbringen wir im Internet? Es ist das erste Mal, dass wir eine

so hohe Zahl in den letzten Jahren gesehen haben.

- Die durchschnittliche Zeit, die wir an einem Tag im Internet verbringen, erreicht etwa 8 Stunden.
- Die in sozialen Medien verbrachte Zeit beträgt 2 Stunden 57 Minuten.
- Die Podcast-Kultur ist in unserem Land noch nicht vollständig entwickelt. Pro Tag nehmen wir uns nur 36 Minuten Zeit, um Podcasts zu hören.

WELCHE SIND DIE MEISTGENUTZTEN SOZIALE MEDIEN PLATTFORMEN IN DER TÜRKEI?

YouTube ist das zweitgrößte Suchnetzwerk nach Google, steht aber auch bei den sozialen Medien an erster Stelle. Instagram folgt YouTube mit einer Rate von 89,5 %. Im We Are Social 2021 Global Bericht war das Land mit der höchsten Instagram-Nutzungsrate der Welt erneut die Türkei. Im Bericht 2022

wird voraussichtlich die Anwendung Clubhouse, die im Januar mit ihrem schnellen Ausstieg auf sich aufmerksam machte, nach Facebook und Twitter in die Liste aufgenommen.

WIE IST DIE SITUATION BEI FACEBOOK?

Facebook hat seine Anzeigenreichweite im Vergleich zum letzten Jahr um 1 Million erhöht. Obwohl es stimmt, dass Facebook an Leistung verliert, wäre es falsch zu sagen, dass es komplett zu Ende ist. Es erscheint nicht möglich, dass eine Plattform, die eine so große Datenmenge enthält, in naher Zukunft endet.

WIE IST DIE SITUATION BEI INSTAGRAM?

Instagram steigt weiter ungebremst an. Die potenzielle Reichweite, die 2020 noch bei 38 Millionen lag, erreichte 2021 46 Millionen. Die Rate

der Instagram-Nutzer in der Türkei liegt bei fast 69 % der erwachsenen Bevölkerung.

ÜBERBLICK ÜBER LINKEDIN

Der Anteil der LinkedIn-Nutzer in der Türkei umfasst 16 % der erwachsenen Bevölkerung. Mehr aktive Berufstätige nutzen LinkedIn und die LinkedIn-Plattform erreicht etwa 10 Millionen Menschen in der Türkei.

WELCHE PLATTFORM HABEN WIR AM MEISTEN ZUR RECHERCHE VON MARKEN GENUTZT?

Dem Bericht zufolge stehen Suchmaschinen bei der Markenrecherche an erster Stelle. Der erste Platz ändert sich hier nie. Soziale Medienkanäle und Websites kommen als nächstes. Man kann sagen, dass Verbraucherkommentare unabhängig von der Plattform ein sehr wichtiges Kriterium für die Markenforschung sind.

JANUAR
2021

IN SOZIALEN MEDIEN TÄGLICH VERBRACHTE ZEIT

DURCHSCHNITTliche TÄGLICHE ZEIT, DIE INTERNETNUTZER IM ALTER VON 16 BIS 64 JAHREN MIT VERSCHIEDENEN MEDIENARTEN UND GERÄTEN VERBRINGEN *



IM INTERNET
VERBRACHTE ZEIT
(ALLE GERÄTE)



7H 57Min



MIT FERNSEHEN VERBRACHTE
ZEIT (SENDUNG UND SENDUNG
IM INTERNET)



3H 13Min



IN SOZIALEN
MEDIEN
VERBRACHTE ZEIT



2H 57Min

GWI.

MIT DEM LESEN VON
PRESSEMEDIE (ONLINE UND
PRINT) VERBRACHTE ZEIT



1H 33Min

MIT DEM LESEN VON
PRESSEMEDIE (ONLINE UND
PRINT) VERBRACHTE ZEIT



1H 35Min

GWI.

IN RADIOSENDERN
VERBRACHTE
ZEIT



0H 39Min

we
are
social

IM PODCAST
VERBRACHTE
ZEIT



0H 36Min



MIT DEM SPIELN VON
VIDEOGAMES AUF EINER
SPIELKONSOLE VERBRACHTE ZEIT



0H 58Min

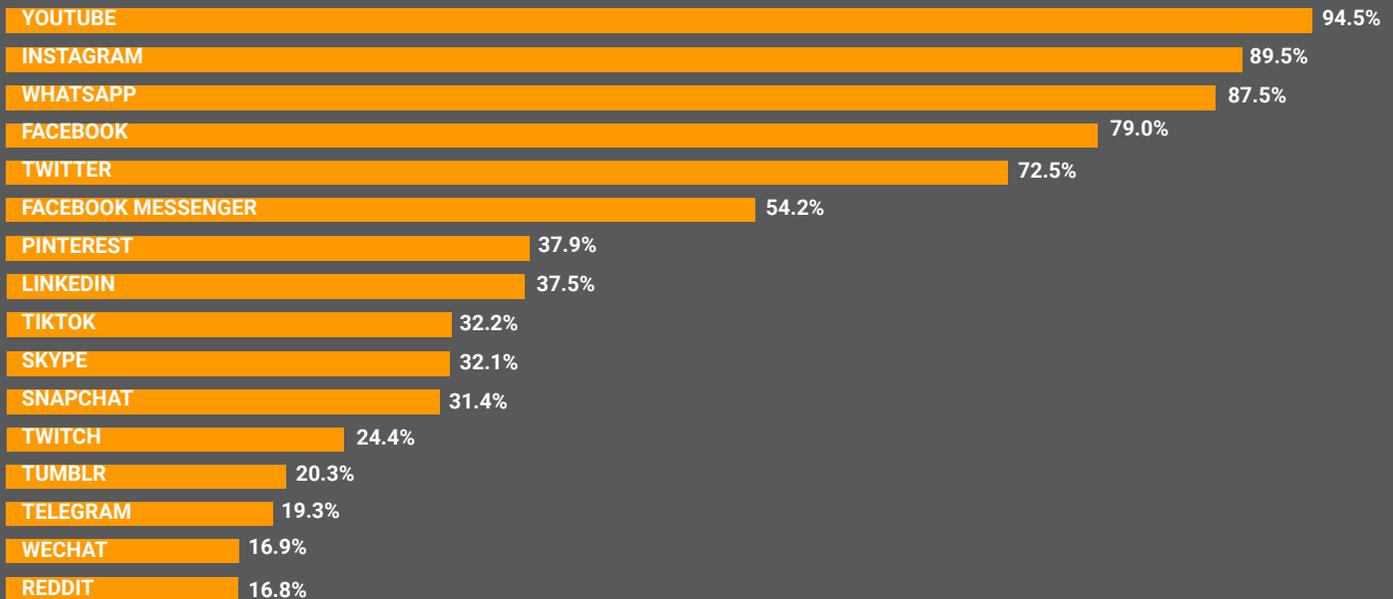
QUELLE: GWI (Q3 2020). DIE ZAHLEN STELLEN DIE ERGEBNISSE EINER WELTWEITEN UMFRAGE DAR, DIE UNTER INTERNETNUTZERN ZWISCHEN 16 UND 64 JAHREN DURCHFÜHRT WURDE. BESUCHEN SIE [GLOBALWEBINDEX.COM](https://www.globalwebindex.com) FÜR WEITERE DETAILS. *HINWEIS: DER KONSUM VON VERSCHIEDENEN MEDIEN KANN GLEICHZEITIG ERFOLGEN. FERNSEHÜBERTRAGUNG UMFASST INHALTE, DIE ÜBER TERRESTRIELLE ÜBERTRAGUNG, ÜBERTRAGUNG ÜBER DAS INTERNET UND VIDEO-ON-DEMAND-DIENSTE (VoD) BEREITGESTELLT WERDEN. DIE PRESSE UMFASST PHYSISCHE UND ONLINE-PRESSE. INTERNET-RADIO IST NICHT IN DER RUNDFUNKSENDUNG ENTHALTEN.

JANUAR
2021

IN SOZIALEN MEDIEN TÄGLICH VERBRACHTE ZEIT



PROZENTSATZ DER ZEIT, DIE INTERNETNUTZER IM ALTER VON 16 BIS 64 JAHREN IM LETZTEN MONAT TÄGLICH AUF JEDER PLATTFORM VERBRACHT HABEN



QUELLE: GWI (Q3 2020). DIE ZAHLEN STELLEN DIE ERGEBNISSE EINER WELTWEITEN UMFRAGE DAR, DIE UNTER INTERNETNUTZERN ZWISCHEN 16 UND 64 JAHREN DURCHFÜHRT WURDE. BESUCHEN SIE [GLOBALWEBINDEX.COM](https://www.globalwebindex.com) FÜR WEITERE DETAILS. HINWEIS: DIE ZAHLEN IN DIESER GRAFIK STELLEN DAS VON DEN INTERNETNUTZERN SELBST BERICHTETE SOZIALE MEDIENVERHALTEN DAR UND KORRELIEREN MÖGLICHERWEISE NICHT MIT DEN AN ANDERER STELLE IN DIESEM BERICHT ZITIERTEN ZAHLEN ZUR REICHWEITE DER EINZELNEN PLATTFORMEN FÜR DAS WERBEPUBLIKUM ODER DEN VON DEN EINZELNEN SOZIALEN MEDIENPLATTFORMEN VERÖFFENTLICHTEN AKTIVEN NUTZERZAHLEN.

FACEBOOK: ZIELGRUPPENÜBERBLICK



POTENZIELLE ZIELGRUPPE, DIE VERMARKTER MIT HILFE VON WERBUNG AUF FACEBOOK ERREICHEN KÖNNEN

POTENZIELLE ZIELGRUPPE*,
DIE LAUT FACEBOOK
DURCH DEN EINSATZ VON
WERBEANZEIGEN ERREICHT
WERDEN KANN



38,00 MILLIONEN

ÜBER 13 JAHREN NACH
GESAMTBEVÖLKERUNG
POTENZIELLE
WERBEGRUPPE VON
FACEBOOK



56.5%

WERBEZUGRIFFS-
VERÄNDERUNG AUF
FACEBOOK IN
QUARTALEN



+2.7% +1,0 MILLIONEN

PROZENTSATZ
DER FRAUEN IN DER
WERBEGRUPPE LAUT
FACEBOOK *



34.2%

PROZENTSATZ DER
MÄNNER IN DER
WERBEGRUPPE LAUT
FACEBOOK*



65.8%

INSTAGRAM: ZIELGRUPPENÜBERBLICK

POTENZIELLE ZIELGRUPPE, DIE VERMARKTER MIT WERBUNG AUF INSTAGRAM ERREICHEN KÖNNEN

POTENZIELLE ZIELGRUPPE*,
DIE LAUT INSTAGRAM
LAUT INSTAGRAM DURCH
WERBEANZEIGEN ERREICHT
WERDEN KANN



46,00 MILLIONEN

ÜBER 13 JAHREN NACH
GESAMTBEVÖLKERUNG
POTENZIELLE WERBEGRUPPE
VON INSTAGRAM



68.4%

WERBEZUGRIFFS-
VERÄNDERUNG
AUF INSTAGRAM
IN QUARTALEN



+4.5% +2,0 MILLIONEN

PROZENTSATZ
DER FRAUEN IN DER
WERBEGRUPPE LAUT
INSTAGRAM *



42.2%

PROZENTSATZ
DER MÄNNER IN DER
WERBEGRUPPE LAUT
INSTAGRAM*



57.8%

QUELLE: FACEBOOKS SELF-SERVICE-WERBETOOLS (JANUAR 2021)

LÖWENANTEIL GEHT AN DIGITALE MEDIEN BEI MEDIEN- UND WERBEINVESTITIONEN

Laut dem geschätzten Medien- und Werbeinvestitionsbericht in der Türkei betragen die gesamten Medieninvestitionen im Jahr 2020 13 Milliarden 976 Millionen TL. Der Sektor, der mit 54 % den größten Anteil an den Investitionen erhielt, waren digitale Kanäle.

Der betreffende Bericht wurde von Deloitte, einer unabhängigen Beratungsfirma, im Auftrag des Werberverbands (Reklamcılar Derneği - RD), des Verbands der Werbetreibenden (Reklamverenler Derneği - RVD), der Verein zur Förderung der digitalen Wirtschaft (İnteraktif Reklamcılık Derneği - IAB TR), der Foundation of Outdoor Advertisers (Açık hava Reklamcılar Vakfı - ARVAK), der National Radio Broadcasters Association (Radyo Yayıncıları Derneği - URYAD) und

der Mobile Marketing Association (Mobil Mecralar Araştırma Pazarlama ve Reklamcılık Derneği - MMA).

KONSUM VON DIGITALEN INHALTEN STEIGT

Während der Pandemie, die im März letzten Jahres begann, wurde beobachtet, dass die Menschen aufgrund von Ausgangssperre und Fernarbeit mehr Zeit zu Hause verbringen. Folglich ist der Konsum von digitalen Inhalten gestiegen. Obwohl die Sperre im Juni aufgehoben wurde, wurde sie im Oktober wieder eingeführt, was zu einem ähnlichen Konsumentenverhalten und Medienkonsum wie in der ersten Phase der Pandemie führte. Demzufolge waren die digitalen

Medien das ganze Jahr über der meistgenutzte Medienkanal.

GROSSE FORTSCHRITTE IN DER DIGITALEN TRANSFORMATION IM JAHR 2020

Aufgrund der Fernarbeit hat die Zahl der Menschen, die Anwendungen nutzen, die Sprach- und Videoanrufe über das Internet anbieten, stark zugenommen. In dieser Periode setzten Marken auf digitale Medien und digitale Lösungen, um ihre Konsumenten zu erreichen, Nutzen zu stiften, emotionale Verbindungen zu schaffen und zu interagieren. Dementsprechend erhöhten sie ihre Investitionen in diese Richtung. Bei der Markenkommunikation, die auf Live-Übertragung in sozialen Medien, Effektivität und Interaktion

abzielt, wurde eine Zunahme der Zusammenarbeit mit Beeinflussern beobachtet.

MOBILE PLATTFORMEN WUCHSEN UM 70 PROZENT

Im Jahr 2020 wurde das höchste Wachstum bei den Investitionen in digitale Medien bei mobilen Plattformen verzeichnet. Im vergangenen Jahr lag der Anteil der mobilen Plattformen an den Investitionen in digitale Medien bei 70 %, und die Investitionen in diese Plattformen beliefen sich auf insgesamt 5 Milliarden 261 Millionen TL. Die Branchen, die ihre Werbeinvestitionen im Jahr 2020 am stärksten erhöhten, waren der Einzelhandel, das Gesundheitswesen und die Reinigung (Haushaltsreinigungsmittel).

GESCHÄTZTE MEDIEN- UND WERBEINVESTITIONEN IN DER TÜRKEI, 2020

April 2021

Dies sind die geschätzten Zahlen für Medieninvestitionen (Millionen TL) in der Türkei für den Zeitraum bis 2020. Die Mehrwertsteuer (MwSt.) ist in den Zahlen nicht enthalten. Die Zahlen drücken möglicherweise nicht die genaue Summe aus, da sie gerundet sind. (X %) gibt den Anteil im Kanal an.

| Digital | Search | Display | Video | Influencer | Anzeige | Sonstige |
|---------|-------------|-------------|-------------|------------|----------|----------|
| 7,528 | (38%) 2,849 | (35%) 2,649 | (20%) 1,541 | (3%) 240 | (2%) 138 | (1%) 110 |

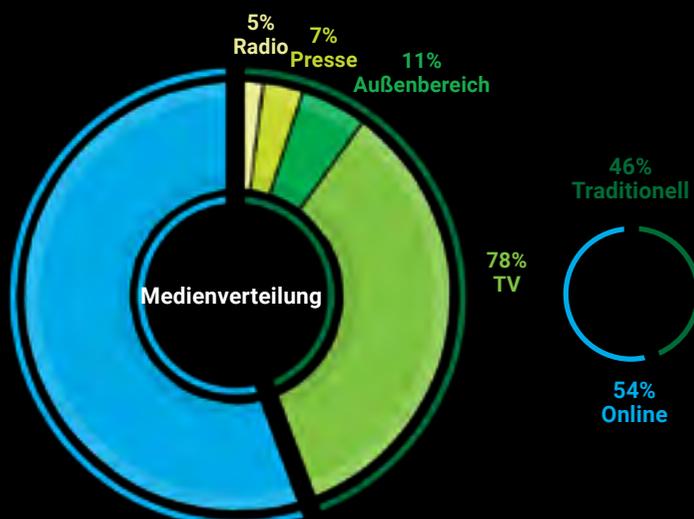
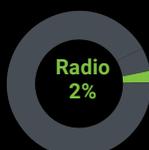
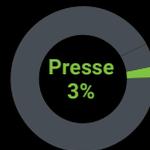
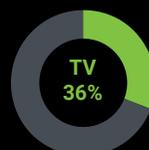
| TV | Bericht |
|-------|-------------|
| 5,005 | (88%) 4,413 |

| Außenbereich | Werbeeinheiten | Digital Außenbereich | Großer Bereich |
|--------------|----------------|----------------------|----------------|
| 703 | (65%) 460 | (19%) 132 | (16%) 110 |

| Presse | Zeitung | Zeitschrift |
|--------|-----------|-------------|
| 418 | (88%) 366 | (12%) 52 |

| Radio |
|-------|
| 295 |

| Kino |
|------|
| 28 |



RICHARD FRITZ WEBSITE WURDE NACH SİSECAM.COM.TR VERSCHOBEN

Die Unternehmen der Richard Fritz Holding GmbH, des von den weltweit führenden Automobilherstellern des oberen Segments bevorzugten Autoglasherstellers, schlossen sich 2013 Şişecam an und firmieren seit 2021 unter dem Namen Şişecam Automotive. Während des Namensänderungsprozesses, in dem die Richard Fritz Holding GmbH, die Produktionsstätten in Deutschland, Ungarn und der Slowakei hat, in Şişecam Otomotiv A.Ş. umbenannt wurde, wurde die Website fritz-group.com unter die Şişecam Automotive-Seiten auf der Şişecam Unternehmenswebsite verschoben. Nach dem Umzug wurden die Links auf der Website der Richard Fritz Holding auf die Seite otomotiv.sisecam.com.tr umgeleitet.



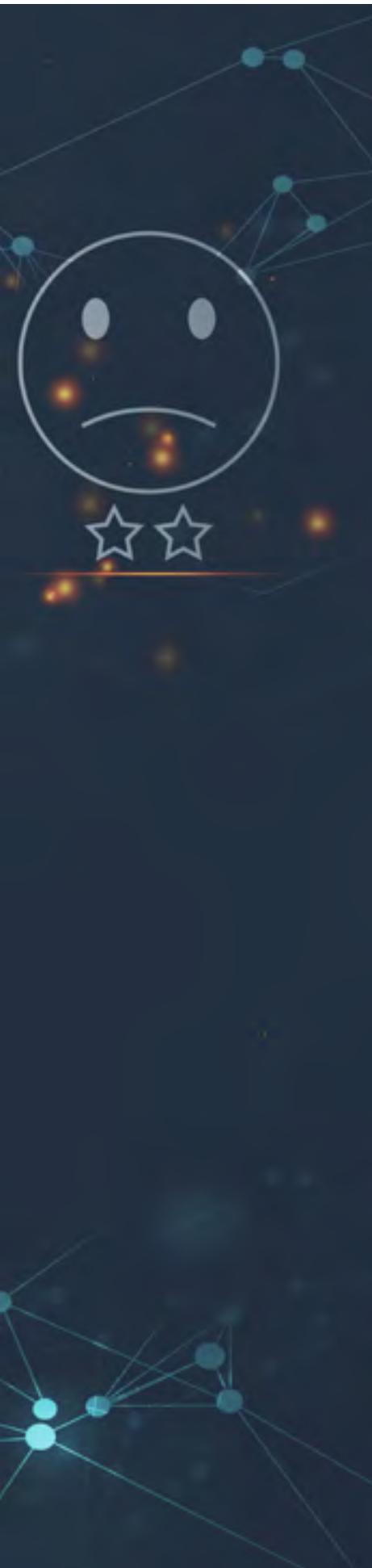
ŞİSECAM AUTOMOTIVE ERNEUERT SEIN CORPORATE IDENTITY GUIDE

Im Zuge des Namensänderungsprozesses, bei dem die Richard Fritz Holding GmbH in Şişecam Otomotiv A.Ş. umbenannt wurde, wurden die Unternehmensdokumente von Şişecam Automotive gemäß den Corporate-Identity-Standards von Şişecam überarbeitet und sowohl in englischer als auch in türkischer Sprache zur Verfügung gestellt. Die Unternehmensdokumente wurden unter dem Menü der Markenbibliothek - Corporate Identity Guides auf Campport, dem lokalen Netzwerk für Corporate Identity Guides von Şişecam Automotive, veröffentlicht.





RETURN ON EXPERIENCE (ROX)



NACH DEN ARTIKELN "INTERNET DER DINGE, BIG DATA, KÜNSTLICHE INTELLIGENZ, DIGITALE STRAßENKARTEN DER TÜRKEI, DIGITAL ZWILLINGE, KUNDEN-ERFAHRUNGEN, DIE CYBERSICHERHEIT, ROBOTIC PROCESS AUTOMATION (RPA), VIRTUAL&AUGMENTED REALITY, BLOKCHAIN, DIGITALES BÜRO, IN-HOUSE UNTERNEHMERTUM, DIGITALE ALGORITHMEN & DYNAMISCHE PREISGESTALTUNG UND GEWOHNHEIT DESIGN" UNSERER VORHERIGEN AUSGABEN DER DIGITALISIERUNG UND INDUSTRIE 4.0 BESCHÄFTIGEN WIR UNS IN DIESER AUSGABE MIT "RETURN ON EXPERIENCE (RoX)".

WAS IST RoX?

Traditionelle Return on Investment (ROI) (Kapitalrentabilität) Kennzahlen reichen nicht mehr aus, um den Erfolg Ihres Unternehmens allein zu bestimmen. Die Bewertung, ob Ihr Wertversprechen, Ihre Fähigkeiten und Ihr Produkt- und Dienstleistungsportfolio Shareholder Value schaffen werden, erfordert eine Fokussierung darauf, wie gut sie die höheren Erwartungen rund um die Kundenerfahrung erfüllen.

Return on Experience (RoX) ist ein neues Performance-Management-Kriterium, das Kundenerfahrung (Customer Experience - CX), Mitarbeitererfahrung (Employee Experience - EX) und Führungserfahrung (Leadership Experience - LX) miteinander verbindet und Investitionskennzahlen aus den Bereichen Unternehmenskultur, Technologie und Analytik zusammenführt. Fördert ein gesundes, produktives und emotionales Engagement bei allen drei Gruppen - Führungskräften, Mitarbeitern und Kunden. So wird sichergestellt, dass die IT-Systeme, die Dateninfrastruktur, die Geschäftsprozesse und die Leistungskriterien mit diesen grundlegenden Fähigkeiten übereinstimmen. Dadurch kann eine stärkere Identität für das

Unternehmen geschaffen werden und es im digitalen Zeitalter zum Erfolg führen.

- 67 % der Kunden sind bereit, für eine tolle Erfahrung mehr zu bezahlen.
- Erfahrungsorientierte Unternehmen haben eine 1,6-mal höhere Kundenzufriedenheitsrate und einen 1,9-mal höheren durchschnittlichen Bestellwert.
- Unternehmen mit engagierten Mitarbeitern schneiden um 147 % besser ab als die Konkurrenz.
- 76 % der Kunden erwarten von Unternehmen, dass sie ihre Bedürfnisse und Erwartungen verstehen.
- Loyale Kunden kaufen mit fünfmal höherer Wahrscheinlichkeit erneut und empfehlen die Marke mit viermal höherer Wahrscheinlichkeit an Familie und Freunde weiter.
- Kunden, die eine emotionale Bindung zu einer Marke haben, haben einen 306 % höheren Lebenszeit-Wert

WIE WIRD RoX GEMESSEN?

1. Spiegelt unsere Kundenerfahrung unsere Marke genau wider?
2. Hat unsere Mitarbeitererfahrung einen positiven Einfluss auf die Kundenerfahrung?
3. Wie messen Sie die Verbesserung von Kunden- und Mitarbeitererfahrungsinitiativen?
4. Wie wirkt sich die Organisationskultur auf die Erfahrung der Mitarbeiter aus?

5. Was ist die Rolle und Effektivität von Führungskräften bei der Wertschöpfung?
6. Wie haben sich wertschaffende Verhaltensweisen auf Ihre Gewinn- und Verlustrechnung ausgewirkt?

Ein Design, das die Kunden-, Mitarbeiter- und Führungserfahrung aufeinander abstimmt, kann alle drei Formen der Erfahrung deutlich verbessern und die Organisation für eine effektivere Transformationsreise vorbereiten. Tatsächlich ist die prozessuale Neugestaltung dieser drei Elemente und die Definition von Leistungskennzahlen eine der effektivsten und skalierbarsten Möglichkeiten, die Unternehmenskultur zu beeinflussen und die digitale Zukunft eines Unternehmens zu gestalten.

Kaynaklar:

1. PWC, <https://www.pwc.com/gx/en/industries/consumer-markets/consumer-insights-survey/archive/2019/insights-2019.html>
2. Forbes, <https://www.forbes.com/sites/blakemorgan/2019/12/16/100-stats-on-digital-transformation-and-customer-experience/?sh=6ad1d38f3bf3>
3. Forbes, <https://www.forbes.com/sites/blakemorgan/2019/09/24/50-stats-that-prove-the-value-of-customer-experience/?sh=7b3efd504ef2>



WICHTIGE WERTE VON ŞİŞECAM

VIelfALT UND INKLUSIVITÄT

GLEICHBERECHTIGTE UND FAIRE ANSÄTZE IM BEREICH DER HUMANRESSOURCEN DURCHFÜHRT, FÜHRT ŞİŞECAM EINE VIELZAHL VON PROJEKTEN UND ANWENDUNGEN ZU VIelfALT UND INKLUSIVITÄT DURCH.

Şişecam zielt darauf ab, Vielfalt und Inklusivität zu erweitern, die zu den steigenden globalen Werten in allen Geschäftsprozessen und allen Regionen, in denen es tätig ist, gehören. Inklusivität, die die Vielfalt der Mitarbeiter und die individuellen Unterschiede der Mitarbeiter wertschätzt, ist einer der Hauptfaktoren, die den Erfolg von Şişecam auf globaler Ebene vorangetrieben haben.

Die 2019 gegründete Arbeitsgruppe "Vielfalt und Inklusivität" arbeitet unter dem Şişecam-Nachhaltigkeitsausschuss und führt Aktivitäten durch, die sich auf die Verbreitung einer inklusiven Unternehmenskultur in allen Bereichen von Şişecam konzentrieren. Der Şişecam Vielfalt- und Inklusivitätsleitfaden, der ebenfalls 2019 veröffentlicht wird, enthält die von Şişecam übernommenen Grundsätze der Chancengleichheit und Unternehmensziele im Einklang mit den nachhaltigen Entwicklungszielen der Vereinten Nationen. →



Stärken

BESEITIGUNG VON GESCHLECHTSSTEREOTYPEN

Şişecam legt auch großen Wert auf Bemühungen, die darauf abzielen, dass alle Mitarbeiter gleichen Zugang zu Karrierechancen haben. Şişecam verwaltet die Karrierewege der Mitarbeiter unter Berücksichtigung ihrer Kompetenzen und nicht ihres Geschlechts und führt derzeit Bemühungen durch, die auf "Chancengleichheit am Arbeitsplatz (İş'te Fırsat Eşitliği)" gerichtet sind, um auf Geschlechterungleichheit basierende Hindernisse zu beseitigen, die Frauen an der Teilnahme am Geschäftsleben hindern. Die Zahl der weiblichen Mitarbeiter bei Şişecam liegt bei rund 5.000, der Anteil der weiblichen Mitarbeiter an allen Beschäftigten übersteigt 20 %. Die Bemühungen um die Gleichstellung der Geschlechter zielen darauf ab, die Anzahl der weiblichen Mitarbeiter auf allen Ebenen von Şişecam um 30 % zu erhöhen.

Das "Frauenfreundliches Werk-Projekt", das darauf abzielt, eine Kultur der Chancengleichheit und Inklusivität im gesamten Şişecam zu fördern sowie die Beteiligung von Frauen am Arbeitsleben zu sichern und zu unterstützen, wurde zunächst an den Produktionsstandorten in der Türkei umgesetzt. Im Rahmen des Projekts, dessen Hauptziel es ist, soziale Barrieren zu beseitigen, die die Teilnahme von Frauen am Geschäftsleben behindern, wurden Zielbeschäftigungsquoten definiert, um die Anzahl der weiblichen Beschäftigten in den Produktionsanlagen zu erhöhen, und die physischen Arbeitsbedingungen der Betriebe wurden verbessert. Die Zahl

der jungen weiblichen Talente, die durch die Şişecam-Praktikantenprogramme rekrutiert werden, steigt von Jahr zu Jahr. Im Rahmen von langfristigen Projektpraktika wird versucht, qualifizierte weibliche Mitarbeiter am Hauptsitz und in den Werken zu gewinnen. Es werden Kooperationen mit Berufsverbänden und Universitäten aufgebaut, um qualifizierte weibliche Arbeitskräfte in den Betrieben zu beschäftigen.

Die Erhöhung der Beschäftigungschancen für behinderte Mitarbeiter ist ein grundlegender Bestandteil von Şişecams Prinzipien der Vielfalt und Inklusivität. Dabei werden die Arbeitsumgebungen so gestaltet, dass das Arbeitsleben von behinderten Mitarbeitern erleichtert wird. Dank des erleichternden Ansatzes von Şişecam hat die Zahl der behinderten Mitarbeiter 500 überschritten.

"WOMEN EMPOWERED BOARD AWARD" AN ŞİŞECAM

Şişecam legt Wert auf die Kompetenz von Frauen auch in seinen Führungskräften. Im Rahmen der "Die Konferenz der weiblichen Führungskräfte in der Türkei", die 2019 zum 7. Mal vom Corporate Governance Forum der Sabancı Universität organisiert wird, wurde Şişecam als würdig für den "Women Empowered Board" Award erachtet. Im Jahr 2020 betrug der Frauenanteil im Vorstand von Şişecam 44 %, womit das Unternehmen zu den Unternehmen mit dem höchsten Frauenanteil im Vorstand in der Türkei gehört.

ŞİŞECAM

FEIERT DEN 8. MÄRZ, DEN INTERNATIONALEN FRAUENTAG



Şişecams Prinzipien der Vielfalt und Inklusivität gehören zu den Kernelementen des Unternehmenserbes.

Bei Şişecam, das seinen technologischen Wandel mit einer Wissenschaftlerin in den 1950er Jahren einleitete, haben Frauen schon immer bedeutende Beiträge zum Geschäftsleben geleistet und werden dies auch weiterhin tun.

Şişecam unternimmt mit Projekten wie dem kürzlich eingeführten "Frauenfreundlicher Werk-Standard" und Weiterbildungsprogrammen für Frauen wichtige Schritte zur Sicherstellung der Chancengleichheit. Şişecam setzt seine Bemühungen fort, Stereotypen rund um die Beteiligung von Frauen in bestimmten Bereichen der Fertigungsindustrie zu bekämpfen und Frauen in Produktionsbereichen einzustellen. Als Teil dieser Bemühungen wurde die Bedeutung der Beschäftigung von Frauen für Şişecam durch ein spezielles Video erklärt, das für den 8. März, den Internationalen Frauentag, vorbereitet wurde. Dieses Video, das am 8. März in den sozialen Medien veröffentlicht wurde und viel Aufmerksamkeit erregte, zeigt die Bedeutung, die Şişecam der Chancengleichheit sowohl im Inland als auch im Ausland beimisst.



BESCHÄFTIGUNG VON FRAUEN BEI ŞİŞECAM

19,7%



2018

20%



2019

21,4%



2020



AUF DEN SPUREN DES ERDÖLS,
EINE NEUE ATTRAKTION:

WASSER



EIN NACHHALTIGES LEBEN AUF UNSEREM PLANETEN HÄNGT VON DER AUSREICHENDEN UND GUTEN QUALITÄT DER WASSERRESSOURCEN AB. ZU DEN TOP DER ZUKÜNFTIGEN KRISENSZENARIEN GEHÖRT EINE VERKNAPPUNG DER WASSERRESSOURCEN. JEDER EINZELNE UND JEDE ORGANISATION HAT DIE PFLICHT, EINE POTENZIELLE WASSERKRISE ZU VERHINDERN, DIE SICH AUF ALLE LEBENSBEREICHE AUSWIRKEN KÖNNTE, VON DER WIRTSCHAFT BIS ZUR UMWELT. ŞİŞECAM SETZT SEINE AKTIVITÄTEN ZUR EFFIZIENTEN NUTZUNG UND RÜCKGEWINNUNG VON WASSERRESSOURCEN MIT SEINEM EFFEKTIVEN WASSERMANAGEMENTANSATZ FORT.

Eine Reihe von globalen Pandemien, Dürren, Hungersnöten, Wellen von Massenmigration, politischen Instabilitäten und Kriegen haben uns einmal mehr daran erinnert, wie wichtig der Zugang zu Wasser und Wasserressourcen als Grundvoraussetzung für ein nachhaltiges Leben für unsere Zukunft ist.

Im letzten Jahr erlebten die Aktienmärkte eine Periode, in der die Ölpreise auf ein noch nie dagewesenes negatives Niveau fielen, und die erste Periode dieses Jahres markierte eine weitere historische Entwicklung, da nun Wasserwerte gehandelt werden können. Die CME Gruppe, einer der weltgrößten Börsenbetreiber, gehört zu denjenigen, die Future-Kontrakte auf das kalifornische Wasservorkommen im Wert von \$1,1 Mrd. zum 7. Dezember eingeführt haben. Es ist unausweichlich, dass das abnehmende Interesse an Öl durch ein steigendes Interesse an Wasser ersetzt wird.

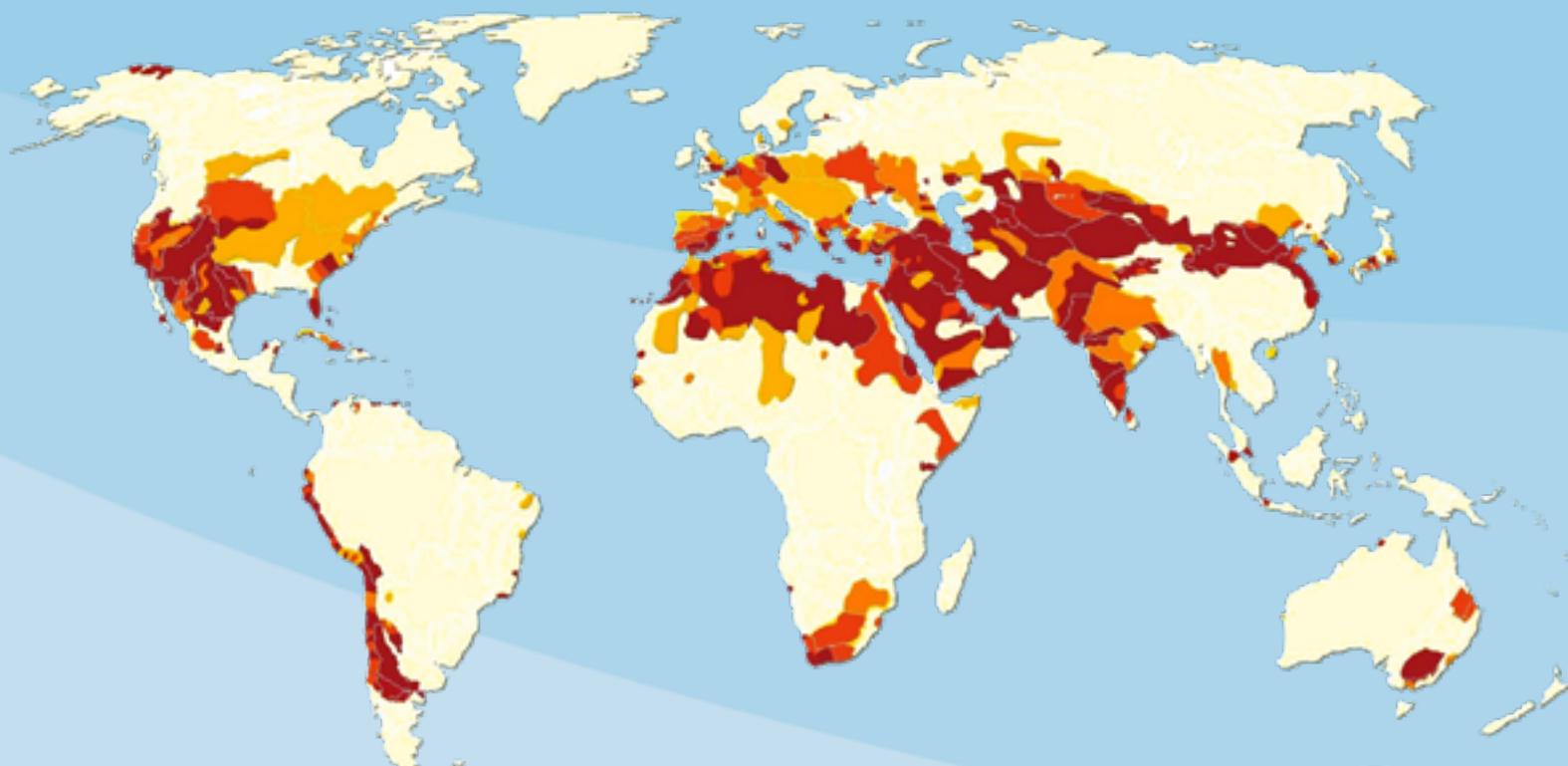
Die "Wasserkrise" ist in der Liste der Top-5-Risiken für die nächsten 10 Jahre enthalten, die vom Weltwirtschaftsforum 2019 veröffentlicht wurde, was den Ernst der Lage verdeutlicht.

Wasser, das eine unverzichtbare Ressource für die Grundnahrungsmittel darstellt, spielt eine diskrete, aber tiefgreifende Rolle bei der Bereitstellung wichtiger industrieller Inputs für viele Bereiche der industriellen Produktion, wie Energie, Mineralien, Öl, Stahl und Papier, sowie bei der Förderung der wirtschaftlichen Entwicklung und der Beseitigung der Armut. Heute werden 12 % des weltweiten Wassers im Haushalt verbraucht, während 88 % in der Landwirtschaft und Industrie eingesetzt werden.¹

REFERENZEN

¹ Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen Statistik





VERHÄLTNIS VON WASSERVERBRAUCH ZU WASSERRESSOURCEN⁴

Vergleicht man den Zugang zu Wasser mit Ländern der Dritten Welt mit ähnlichem Pro-Kopf-Einkommen und dem durchschnittlichen jährlichen Wachstum dieser Länder, so haben Länder mit besserem Zugang zu sauberem Wasser ein durchschnittliches jährliches Wachstum von 3,7 %, während Länder mit begrenztem Zugang zu Wasser bei 0,1 % bleiben. ² Heute gewinnen der Zugang zu Wasserressourcen und ein effektives Wassermanagement aufgrund ihrer sozialen und politischen Auswirkungen weltweit weiter an strategischer und wirtschaftlicher Bedeutung.

Doch trotz des steigenden Wasserverbrauchs drohen unsere vorhandenen Ressourcen zu

versiegen. Im letzten Jahrhundert hat sich der weltweite Wasserverbrauch etwa versechsfacht und 4 Billionen m³ erreicht, während die erneuerbaren Wasserressourcen pro Kopf um 56 % zurückgegangen sind. ³

Der "Falkenmark-Indikator", der ein Maß für das Verhältnis von verfügbaren Wasserressourcen zur Bevölkerung ist, betrachtet den jährlichen Verbrauch von 1.700 m³ Wasser pro Kopf als **"kritisches Niveau"** und definiert Gebiete, die eine Reserve zwischen 1.000 m³-1.700 m³ haben, als Regionen unterhalb der **"Wasserstress"**-Schwelle. Gebiete mit Reserven, die weniger als 1.000 m³ Wasser enthalten, werden als Regionen mit **"Wasserknappheit"** kategorisiert.

Den Zahlen zufolge sind 32 Länder ab 2020 von Wasserstress betroffen, während 22 Länder von Wasserstress bedroht sind. Heute leben eine Milliarde Menschen in Regionen, die unterhalb der Wasserstressgrenze liegen. Darüber hinaus haben 20 % der Bevölkerung nicht einmal Zugang zu gesundem Trink- und Brauchwasser.⁵ Forscher gehen davon aus, dass der globale Wasserverbrauch in Zukunft aufgrund des Wirtschaftswachstums, der sich ändernden Verbraucherstruktur und einiger anderer Faktoren weiter ansteigen wird, die begrenzten Wasserressourcen jedoch weiter abnehmen werden, insbesondere aufgrund der Klimakrise. Während der globale Wasserbedarf bis 2040 um mehr als 50 % steigen soll, wird Schätzungen zufolge bis 2050 mindestens jeder vierte Mensch von häufigem Wassermangel betroffen sein.

WAS IST EIN WASSER-FUSSABDRUCK?

Ein Wasser-Fußabdruck ist die Gesamtmenge an sauberen Wasserressourcen, die für die Produktion von Gütern und

Dienstleistungen verwendet wird, die von einem Individuum oder einer Gesellschaft konsumiert oder von einem Produzenten für die Produktion von Gütern und Dienstleistungen genutzt werden. Ein Wasser-Fußabdruck misst nicht nur die Menge des verbrauchten Wassers, sondern auch die Art des verwendeten Wassers (grün, blau, grau) sowie wann und wo es verwendet wurde. Der Wasser-Fußabdruck eines Produktes dient dabei als mehrdimensionaler Indikator.⁶

KAYNAKÇA

² SIWI-Bericht "Making Water A Part of Economic Development the Economic Benefits of Improved Water Management and Services"

³ Weltbank-Statistik

⁴ <https://ourworldindata.org/water-use-stress#global-freshwater-use>

⁵ WWAP-World Water Assessment Programme. Managing Water under Uncertainty and Risk, The United Nations World Water, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 75352 Paris 07 SP, France.

⁶ Abbildung: <https://sutema.org/kirilgan-dongu/sanayide-kullanilan-su.11.aspx>

WASSER-FUSSABDRUCK = BLAUES WASSER + GRÜNES WASSER + GRAUES WASSER



BILANZ DER WASSERKNAPPHEIT



- Heute leben 1,42 Milliarden Menschen (450 Millionen Kinder) in Gebieten mit hoher oder extrem hoher Wassergefährdung (UNICEF, 2021), und mehr als 40 % der Weltbevölkerung sind von Wasserknappheit betroffen,
- Jedes Jahr verlieren 3,5 Millionen Menschen ihr Leben allein aufgrund von unzureichend sauberem Wasser und fehlender sanitärer Einrichtungen,
- Etwa 4 Milliarden Menschen, also etwa zwei Drittel der Weltbevölkerung, leiden mindestens einen Monat im Jahr unter schwerer Wasserknappheit, und etwa 73 % der betroffenen Menschen leben in Asien, (UN Water, 2020).
- Es wird geschätzt, dass bis 2030 weltweit 700 Millionen Menschen aufgrund von intensiver Wasserknappheit vertrieben werden könnten (GWI, 2013).



ZERO LIQUID DISCHARGE-ANSATZ

Die Rückgewinnung und Wiederverwendung von Wasser innerhalb des Prozesses wird aufgrund des steigenden Wasserbedarfs, begrenzter Wasserressourcen, Einleitungskosten und Strafen als Standardpraxis in der Industrie angesehen. Darüber hinaus ist sie als mehr als ein bloßer "Abfallvermeidungs"-Ansatz konzipiert und wird vielmehr als wesentlicher Bestandteil einer nachhaltigen Wasserstrategie gesehen.

Etwa 19 Prozent der gesamten Wasserentnahme in der Welt werden für industrielle Zwecke verwendet. Im Jahr 2009 erreichte der industrielle Wasserverbrauch in Europa und Nordamerika 50 %, während er in den Entwicklungsländern bei 4-12 % lag. In den sich schnell industrialisierenden Ländern wird sich diese Rate in den nächsten 10-20 Jahren voraussichtlich verfünffachen. Aus diesem Grund gibt es eine starke Motivation, Abwasser allein aufgrund von Kosteneinsparungen wiederzuverwenden. Die Technologie, die sich parallel zum zunehmenden Wasserstress entwickelt hat, hat die Industrie dazu gebracht, einen Ansatz zu verfolgen, bei dem das gesamte verbrauchte Wasser zurückgewonnen wird: **Zero liquid discharge**.

Zero liquid discharge ist ein geschlossener Kreislauf, der die Behandlung, Rückgewinnung und Wiederverwendung von Abwässern für industrielle Zwecke (innerhalb desselben Prozesses oder für verschiedene Verbrauchsstellen) umfasst. Zero liquid discharge-Systeme nutzen fortschrittliche Abwasserbehandlungstechnologien, um praktisch das gesamte anfallende Abwasser zu behandeln und wiederzuverwerten.

Dieser Ansatz, der eine ehrgeizige Wassermanagementstrategie darstellt, eliminiert das mit der Abwassereinleitung verbundene Verschmutzungsrisiko und maximiert die Wassereffizienz. So wird ein Gleichgewicht zwischen der Ausbeutung der Süßwasserressourcen und der Erhaltung der aquatischen Umwelt gefunden.

Trotz ihrer Nachteile, wie z. B. der Tatsache, dass sie neben der Energie auch relativ hohe Anfangsinvestitionen erfordert, bietet diese Strategie Einsparungen bei den Gesamtbetriebskosten, da die Kosten für die Wasserversorgung und die Abfallentsorgung entfallen und wiederverwertbare Chemikalien vom Wasser getrennt werden. Die Einführung einer Zero liquid discharge-Strategie erfordert jedoch umfangreiche Forschung und eine Pilotanwendung. Die verbrauchte Wassermenge und die Eigenschaften des anfallenden Abwassers sind die primären Kriterien, die die finanzielle Tragfähigkeit des Systems bestimmen.

Strenge gesetzliche Vorschriften, die in den letzten Jahren eingeführt wurden, sowie steigende Kosten für die Abwasserentsorgung haben die Nulleinleitung zu einer notwendigen Alternative gemacht. Derzeit hat das weltweite Interesse an Zero Liquid Discharge-Praktiken seinen Höhepunkt erreicht. Es wird geschätzt, dass der globale Markt für Technologien zur Ableitung von Zero Liquid Discharge einen Investitionswert von mindestens 100-200 Millionen Dollar pro Jahr erreichen wird, da er sich schnell von den entwickelten Ländern in Nordamerika und Europa auf die sich entwickelnden Volkswirtschaften, wie China und Indien, ausbreitet.

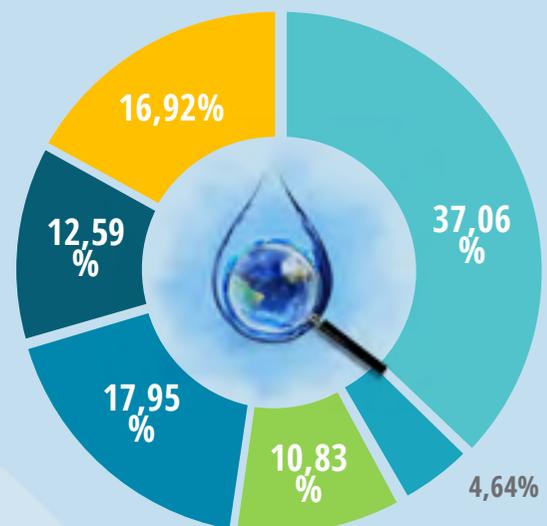


WAS IST ZERO LIQUID DISCHARGE?

- Im Mittelpunkt von Zero Liquid Discharge steht die Aufbereitung des Abwassers, um es von den darin enthaltenen Bestandteilen, Chemikalien und festen Abfällen zu trennen, sowie das Recycling des behandelten Wassers zur Wiederverwendung.
- Im Vergleich zum Abwasser erfordert es hohe Investitionskosten.
- Sie verursacht hohe Energiekosten.
- Kleine und mittlere Unternehmen entscheiden sich möglicherweise für konventionelle Systeme anstelle von Zero liquid discharge-Systemen.
- Sein weitverbreiteter Einsatz ist auf entwickelte Länder beschränkt.
- Mit der Einführung strengerer Vorschriften für die Abwasserentsorgung zeigen die Branchen eine größere Präferenz für dieses System.

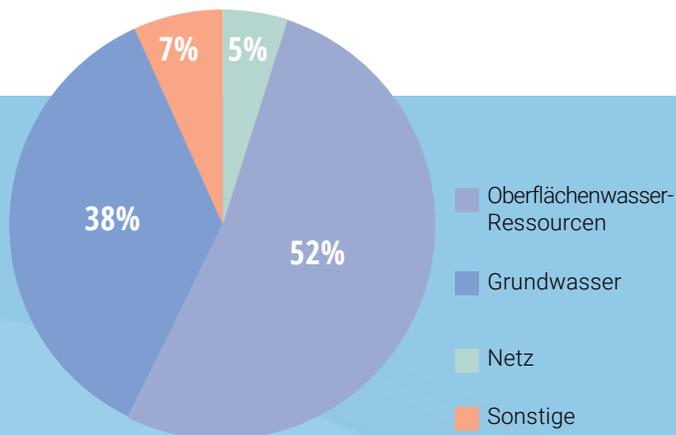
MARKTANTEIL VON ZERO LIQUID DISCHARGE-SYSTEMEN

Umsatzanteil nach Endanwendersektor, 2019



■ Energie ■ Öl ■ Metallurgie und Bergbau

■ Chemikalien und Petrochemie ■ Medikament ■ Andere Industrien



WASSERMANAGEMENT BEI ŞİŞECAM

IM BEWUSSTSEIN SEINER VERANTWORTUNG FÜR DEN SCHUTZ DER UMWELT IST ES DAS ZIEL VON ŞİŞECAM, DURCH DEN EFFIZIENTEN EINSATZ NATÜRLICHER RESSOURCEN EINE LEBENSWERTE WELT FÜR ZUKÜNFTIGE GENERATIONEN ZU HINTERLASSEN.

Im Rahmen von "Care for Next", seinem Nachhaltigkeitsansatz für Unternehmen, hat Şişecam eine Reihe von Projekten und Aktivitäten gestartet, um den Wasserverbrauch in allen Regionen, in denen es produziert, zu reduzieren und eine maximale Rückgewinnung zu fördern. 11 % der im Jahr 2020 realisierten guten Praktiken und Projekte bestehen aus Aktivitäten in der Kategorie effektives Wassermanagement und tragen zu den globalen Entwicklungszielen der Vereinten Nationen "Sauberes Wasser und Sanitärversorgung" (SDG 6) und "Leben unter Wasser" (SDG 14) bei. Bis heute hat Şişecam 9,3 Millionen m³ Wasser in den Regionen, in denen es produziert, recycelt. Außerdem sank der Gesamtwasserverbrauch im Jahr 2020 um 7 % im Vergleich zu 2018. Somit wurde das

Ziel der Wiederverwendung von Industrieabwasser, das durch den "Schutz"-Ansatz angetrieben wird, bereits vor dem Zeitraum erreicht, für den es geplant war. Şişecam legt großen Wert auf Bemühungen, die darauf abzielen, Wasserverluste zu reduzieren, sicherzustellen, dass Wasser in den Prozess zurückgeführt wird, und alternative Wasserressourcen zu schaffen, um seinen Wasserfußabdruck angesichts der Wasserknappheit, die die Welt bedroht, zu reduzieren. Şişecam führte im Jahr 2020 verschiedene Projekte in seinen verschiedenen Werken durch, um den Wasserverbrauch zu reduzieren, alternative Quellen für den Wasserverbrauch zu schaffen und das in den Produktionsprozessen verwendete Wasser wiederzuverwenden.



SDG 6:
Verfügbarkeit und nachhaltiges Management

von Wasser und sanitären Bedingungen für alle sicherstellen



SDG 14: Schutz und nachhaltige Nutzung der Ressourcen der Ozeane,

Flüsse, Seen und Meere für eine nachhaltige Entwicklung



WASSER

PROJEKT- UND ENTWICKLUNGSMASSNAHMEN
ZUR EINSPARUNG (2020) ⁷



ŞİŞECAM FLACHGLAS

■ Der Wasserverbrauch der Waschmaschine, die in der Schneidelinie im Werk Mersin eingesetzt wird, ist um 20 % gesunken.

■ Durch die Erhöhung der Leitfähigkeit des Wassers im Wassertank im Werk Ankara konnte der tägliche Wasserverbrauch von 144 m³ auf etwa 20 m³ reduziert werden.

■ Im Werk Manfredonia in Süditalien wird das Regenwasser in einer Tankanlage mit einem Volumen von 24.000 m³ aufgefangen, was Wasser bei der Produktion spart. Dank des luftgekühlten Trockenwasserkühlers, der im Werk Bulgarien in Betrieb genommen wurde, wird eine jährliche Wassereinsparung erzielt.

dass Abwasser aus der Umkehrosmoseeinheit anstelle von Rohwasser in die Kühltürme geleitet wird.

■ In den Produktionsanlagen in Ägypten und Bulgarien wird die Wassereinsparung durch die Wiederverwendung von Abwasser, das nach den Produktionsprozessen aufbereitet wird, beim Waschen von Scherben, Bädern und Werksstraßen erreicht.

■ In der Istanbul Tuzla Produktionsanlage wurde ein Projekt gestartet, um die Menge des aufgefangenen Regenwassers für die Maschinenreinigung, die Kleberherstellung und die Toiletten zu erhöhen und den Wasserverbrauch insgesamt zu senken.



ŞİŞECAM GLASVERPACKUNGEN

■ In dem Werk Mersin wurden jährlich 24.165 m³ Wasser eingespart, indem der Wasserverbrauch an der Quelle reduziert wurde.



ŞİŞECAM CHEMIKALIEN

■ Das aus dem Fluid-Bed-System in dem Sodawerk über die Drainage abgeleitete Abwasser wird den Nasspartie-Kompressor-Kühltürmen zugeführt, wodurch der Einsatz von 175.200 m³ Grundwasser jährlich vermieden wird.



ŞİŞECAM GLASWAREN

■ Durch die Rückgewinnung des gereinigten Abwassers aus der chemischen Aufbereitungsanlage in Kırklareli wird Wasser gespart und die in die aufnehmende Umwelt eingeleitete Abwassermenge reduziert. Wassereinsparung wird auch dadurch erreicht,



ŞİŞECAM AUTOMOTIVE

■ In dem Werk Lüleburgaz wurde das Rückspülwasser des Sandfilters in einen separaten Wassertank umgeleitet und für die Gartenbewässerung verwendet. Auf diese Weise wird erwartet, dass jährlich 1.000-2.000 m³ Wasser eingespart werden.

KUNST IN DER PANDEMIE: İKSV GESCHÄFTSFÜHRER

GÖRGÜN
TANER

DIE PANDEMIE, DIE DIE GANZE WELT BETROFFEN HAT, HAT DIE KULTUR- UND KUNSTSZENE TIEFGREIFEND ERSCHÜTTERT. ALS VERANSTALTUNGEN AUF DIGITALE PLATTFORMEN VERSCHOBEN WURDEN, BESCHLEUNIGTEN KUNSTINSTITUTIONEN IHREN DIGITALEN TRANSFORMATIONSPROZESS. DIE ISTANBUL STIFTUNG FÜR KULTUR UND KUNST (İKSV) HAT IHRE BEMÜHUNGEN INTENSIVIERT, DIE KULTUR- UND KUNSTSZENE IN DIESEN SCHWIERIGEN ZEITEN AM LEBEN ZU ERHALTEN. WIR SPRACHEN MIT DEM İKSV GESCHÄFTSFÜHRER, GÖRGÜN TANER, DARÜBER, WIE SICH DIE PANDEMIE AUF DIE KUNSTWELT AUSGEWIRKT HAT.



Sie sind seit 1983 in der İKSV und arbeiten seit 2002 als Geschäftsführer der İKSV. Wie würden Sie angesichts Ihrer Erfahrungen im Laufe der Jahre die Rolle und Bedeutung von Kultur- und Kunstinstitutionen in der städtischen Kultur einschätzen?

Kultur und Kunst haben eine besondere Bedeutung für das gesellschaftliche Leben. Kultur- und Kunstinstitutionen bilden wichtige Bausteine, die das Kultur- und Kunstleben der Stadt mit den künstlerischen Veranstaltungen, die sie organisieren oder ermöglichen, bereichern. Kultur- und Kunstinstitutionen, die die Produktion von Kultur und Kunst mit Veranstaltungen für Kunstliebhaber aller Altersgruppen, nationalen und internationalen Gemeinschaftsproduktionen, Werkaufträgen oder Auszeichnungen fördern, sind Einrichtungen, die als Brücke zwischen Kunst und Gesellschaft fungieren, neue kulturelle Bindungen schaffen und einen wichtigen Beitrag zur Stadtkultur leisten. Die Darstellung des Reichtums verschiedener Gesellschaftsschichten und die Schaffung von Grundlagen für kulturelle Vielfalt sowie die Förderung des gegenseitigen Zuhörens und

Verstehens gehören zu den Aufgaben dieser Institutionen.

Wir kämpfen seit geraumer Zeit gegen eine Pandemie, die die ganze Welt erfasst hat. Welche Rolle spielt Ihrer Meinung nach die Kunst in dieser herausfordernden Zeit?

In schwierigen Zeiten brauchen die Menschen die Kunst mehr denn je. In dieser langwierigen und ermüdenden Pandemie glaube ich, dass die Bedeutung der Kunst -neben der -Wissenschaft, der Gesundheit und der Technologie von allen besser verstanden worden ist. Viele Menschen, die sich der Kunst verschrieben haben, während sie zu Hause eingesperrt waren, haben dies einmal mehr bewiesen. Mehrere Kulturinstitutionen haben ihre Kollektionen und Archive online zugänglich gemacht, Künstler haben Möglichkeiten geschaffen, ihr Publikum über das Internet zu erreichen... Wir von İKSV haben mehrere unserer Veranstaltungen in den digitalen Bereich verlegt und unsere Online-Veranstaltungen wurden in der ganzen Türkei auf großes Interesse verfolgt; werden verfolgt. In dieser Zeit, in der die Menschen einsamer geworden sind als je zuvor, haben Online-Kunst-

und Kulturveranstaltungen die überwältigenden Auswirkungen der Isolation stark gemildert. Die Kreativität der Kunst und ihre Kraft, Menschen zum Träumen zu ermutigen, brauchen wir heute und werden sie auch in einer Welt nach der Pandemie brauchen.

Warum wenden sich die Menschen Ihrer Meinung nach in schwierigen Zeiten der Kunst zu?

Dem hektischen und ermüdenden Weltgeschehen auch nur für einen Moment zu entfliehen, in eine andere Welt einzutauchen und die heilende Kraft der Kunst zu erfahren, ist gut für die Seele. Viele Forschungen haben gezeigt, dass es eine starke Beziehung zwischen der Teilnahme am kulturellen Leben und dem Wohlbefinden gibt.

COVID-19 hat jeden Aspekt des Lebens, jede Branche und jeden Beruf beeinflusst, und die Kunst bildet keine Ausnahme. Wie wurde die Kunstwelt von den Ereignissen beeinflusst?

Kultur und Kunst ist einer der Bereiche, der am meisten von der Pandemie betroffen ist. Der Hauptgrund dafür ist die Tatsache, dass einer der grundlegenden Eigenschaften von Kultur und Kunst darin besteht, Menschen zusammenzubringen. Zu Beginn der Pandemie kam der Sektor

praktisch zum Erliegen. Obwohl danach eine digitale Transformation stattfand, um sich an die neuen Bedingungen anzupassen, musste der Sektor dennoch einen schweren Schlag einstecken. Fachkräfte des Sektors, Musiker, Theaterunternehmen, Veranstaltungsorte gehören zu denjenigen, die die meisten Schwierigkeiten haben und am meisten Unterstützung benötigen. Seit dem Ausbruch der Pandemie haben wir bei İKSV mit mehreren unserer Interessenvertreter zusammengearbeitet, um Projekte verschiedener Größenordnungen zu entwickeln, wie z. B. den Unterstützungsfonds für Musiker, den Unterstützungsfonds für den Kino- und Fernsehsektor und die Koproduktion, in dem Bestreben, Fachkräfte des Sektors zu unterstützen. Unsere Sponsoren, die unsere Veranstaltungen im privaten Sektor seit Jahren unterstützen sowie natürlich unser Gründer, Eczacıbaşı Holding, setzten ihre Unterstützung weiterhin fort. Generell braucht der Kunstsektor jedoch mehr systematische Unterstützung... Und das gilt nicht nur während der Pandemie, sondern zu jeder Zeit...

Glauben Sie, dass wir in Zukunft einige der größten Arbeitsplätze der Welt aus dieser Krise hervorgehen sehen werden? Außergewöhnliche Zeiten haben Kunst und Künstler schon immer begeistert.

Ich glaube, dass die Pandemie den Grundstein von unglaublichen Kunstwerken legen wird. Warum nicht?..

Wie hat İKSV diese Periode erlebt? Was wurde auf digitalen Plattformen unternommen, um einen aktiven Dialog mit dem Kunstpublikum zu führen?

Da die Veranstaltungen nach dem Ausbruch der Pandemie verschoben werden mussten, wandte sich der İKSV schnell den digitalen Plattformen zu. Wir haben begonnen, die sozialen Medien und insbesondere unseren YouTube-Kanal aktiver zu nutzen und so auch in der digitalen Welt das Leben der Kunstliebhaber zu berühren. Seit Beginn der Pandemie haben wir mehrere Produktionen auf dem İKSV YouTube-Kanal für Kunstliebhaber frei zugänglich gemacht, wie "La Diva Turca", die das Leben von Leyla Gencer erzählt, "Ve Perdel" die sich auf das Leben von Haldun Taner konzentriert, "Nâzım'a Armağan" geschrieben, inszeniert und gespielt von Genco Erkal, der Dokumentarfilm "Türkiye'de Caz (Jazz in der Türkei)" und der Dokumentarfilm "A Breath with Pina Bausch", die alle Zehntausende von Zuschauern anzogen. Wir boten Kunstliebhabern spezielle digitale Inhalte in verschiedenen Bereichen, wie z. B. Zeichentrickserien für Kinder, Gedichtvorträge prominenter Namen, Meetings on the Bridge-Cinema Talks und vieles mehr. Darüber hinaus produzierten alle unsere Festival- und Biennale-Teams spezielle Projekte für digitale Plattformen und organisierten ihre Programme mit einem Fokus auf den digitalen Bereich. Istanbul Film Festival ist seit Mai 2020 über die Website <https://filmonline.iksv.org/> zu sehen.

Wie hat sich die digitale Transformation Ihrer Meinung nach auf die Kunstwelt ausgewirkt?

Ich finde, dass die digitalen Möglichkeiten sehr wichtig sind, um geographische Grenzen beim Zugang zu Kultur und Kunst aufzuheben. Heute können Kunstliebhaber aus der ganzen Welt auf die von uns organisierten Online-Veranstaltungen zugreifen, und das ist unglaublich. Darüber hinaus hat die digitale Transformation auch andere positive Effekte, wie z. B. nicht durch Sitzplatzzahlen eingeschränkt zu sein und mit kleineren Budgets voranzukommen. Es ist jedoch klar, dass digitale Veranstaltungen nie wirklich das Gefühl des Zusammenkommens bei physischen Veranstaltungen ersetzen werden.

Wie hat sich die Verlagerung von Vorführungen auf digitale Kanäle auf die Zuschauerzahlen ausgewirkt?

In Bezug auf İKSV-Veranstaltungen kann man mit Sicherheit sagen, dass digitale Kanäle die Anzahl der Zuschauer erhöhen, besonders in bestimmten Kunstbranchen. So passte sich das Istanbul Film Festival 2020 schnell an die digitale Umgebung an und eine monatliche Auswahl an Vorführungen wurde den Zuschauern das ganze Jahr über präsentiert. Obwohl es sich um einen anderen Kanal handelte, schaffte er es, alle seine Inhalte an Kunstliebhaber zu liefern. In diesem Jahr läuft es ähnlich ab. Natürlich hat das Kino in dieser Hinsicht etwas mehr Glück als andere Bereiche. Das Istanbul Theater Festival begrüßte im November 2020 unter strengen Pandemie-Maßnahmen das Publikum sowohl auf der Bühne als auch online, und sein Online-Programm stieß auf großes Interesse. Ein weiterer unserer Tätigkeitsbereiche, İKSV Alt Kat, übertrug

seine auf Kinder und Jugendliche ausgerichteten Inhalte, Trainingsaktivitäten und Workshops in eine digitale Umgebung und arbeitet weiterhin erfolgreich. Die 5. Istanbul Design-Biennale, die im Oktober 2020 begann, erstreckte sich über einen Zeitraum von sechs Monaten und zog eine größere Anzahl von Zuschauern an. Das Istanbul Musik Festival und das Istanbul Jazz Festival erreichten 2020 mit ihren Online-Programmen die gesamte Türkei und sogar die Welt und diversifizierten ihr Publikumsprofil in hohem Maße. Bei der Inspektion der allgemeinen Daten für 2020 sahen wir, dass Kunstliebhaber von mehreren Orten außerhalb von Istanbul Tickets für unsere Online-Veranstaltungen kauften; diese große Reichweite und Vielfalt gehörte zu den Entwicklungen, die uns während der Pandemie sehr glücklich machten.

In welchen Bereichen gab es die größten Zu- und Abnahmen bei den Zuschauerzahlen?

Das Istanbul Film Festival, das in diesem Jahr sein 40-jähriges Jubiläum feierte, war eine unserer Veranstaltungen, die den größten Zuwachs an Zuschauern im digitalen Umfeld verzeichnen konnte. Der Salon İKSV hingegen konnte keine

Zuschauer empfangen, da er während der Pandemie geschlossen blieb. Das Team von Salon İKSV hat jedoch mit verschiedenen Marken zusammengearbeitet, um digitale Projekte zu entwerfen und weiterhin ein Publikum zu erreichen.

Hat die Verlagerung auf digitale Kanäle für Vorführungen den Zugang zur Kunst wirtschaftlich günstiger gemacht?

Natürlich unterscheiden sich die benötigten Budgets für physische und digitale Veranstaltungen. Es gibt jedoch einen gewissen Aufwand, um digitale Ereignisse in der richtigen Art und Weise aufzuzeichnen und die Inhalte auch an die Zuschauer zu liefern. Aber es ist sicher, dass Online-Veranstaltungen den Zugang zur Kunst für die Zuschauer erschwinglicher gemacht haben.

Es wird vorhergesagt, dass die durch die Pandemie verursachte

Veränderung in mehreren Bereichen dauerhaft bleiben wird. Wie wird Ihrer Meinung nach die Kunstwelt nach der Pandemie aussehen?

Ich glaube, dass die Kunstwelt, wie viele andere Bereiche auch, nach der Pandemie weiterhin häufig von den digitalen Möglichkeiten Gebrauch machen wird, weil dies den Zugang erleichtert und vergrößert hat. Ich habe jedoch das Gefühl, dass dies eher auf die Ergänzung von physischen Veranstaltungen ausgerichtet sein wird. Ich glaube, dass physische Veranstaltungen eine starke Rückkehr erleben werden. Egal, wie sehr sich unser Leben verändert, was die Menschen tief im Inneren brauchen, ist, sich physisch bei einer Kultur- und Kunstveranstaltung zu versammeln, die intellektuelles Vergnügen bietet, mit anderen Menschen, die dieses Ereignis genauso schätzen wie sie selbst.

Wird İKSV nach der Pandemie weiterhin digital orientierte Produktionen und Pläne haben? Wird es einen Bereich geben, für den Sie weiterhin neue Medien einsetzen werden?

Natürlich. Von nun an werden in unserer Planung physische und digitale Veranstaltungen Hand in Hand gehen und sich gegenseitig ergänzen. Wir werden unsere Bemühungen

fortsetzen, neue digitale Projekte in allen Bereichen zu entwickeln und neue Inhalte zu produzieren.

Was wäre Ihr Rat an junge Künstler, die in dieser Periode verzweifelt sind?

Die ganze Welt befindet sich in einer sehr schwierigen Phase, und in diesem Umfeld ist es nur natürlich, von Zeit zu Zeit in Verzweiflung zu verfallen. Aber ich glaube, dass junge Künstler und die Kunstwelt diese Schwierigkeit durch Solidarität und Kreativität überwinden werden. Ich hoffe wirklich, dass sie unter allen Umständen weiter produzieren werden.

Könnten Sie einige Informationen über die Projekte von İKSV für den kommenden Zeitraum mitteilen?

Im Jahr 2021 planen wir als İKSV, Veranstaltungen für Kunstliebhaber sowohl im physischen als auch im digitalen Bereich zu organisieren, indem wir aus den Erfahrungen des letzten Jahres schöpfen und strenge Pandemiemaßnahmen ergreifen. Wir befinden uns in einer unbeständigen Periode, in der alle Pläne leicht umgeworfen werden können. Wenn die Bedingungen es jedoch zulassen, planen wir, das 28. Istanbul Jazz Festival und das 49. Istanbul Musik Festival im Sommer an Orten im Freien abzuhalten. Das 40. Istanbul Film Festival ist in vollem Gange und die Online-Auswahl verteilt sich über das ganze Jahr. Das 17. Istanbul Biennale zielt darauf ab, seine Ausstellungen im September zu debütieren, und bereitet sich bis dahin darauf vor, in verschiedenen Foren in der Stadt mit Kunstliebhabern zusammenzukommen. Das 25. Istanbul Theater Festival bereitet sich darauf vor, die Zuschauer im Herbst in einem hybriden Format zu begrüßen. Inzwischen bereitet sich der İKSV darauf vor, 2022 sein 50-jähriges Jubiläum zu feiern. Wir hoffen, dass wir es mit vielen Menschen feiern können...

Können Sie uns mitteilen, was Ihnen in den Sinn kommt, wenn das Wort Şişecam fällt?

Unter der Führung von Atatürk gegründet, ist Şişecam eines der am tiefsten verwurzelten Industrieunternehmen der Türkei mit einer beeindruckenden Geschichte. Aber noch wichtiger ist, dass Şişecam als Pionier der Branche auf globaler Ebene hochkreative und innovative Produkte anbietet, die den aktuellen Anforderungen gerecht werden, und den durch die Vorreiterrolle notwendigen Wandel erfolgreich bewältigt. Die Tatsache, dass es das erste Unternehmen in der Türkei ist, das Außenhandelsaktionen mithilfe der Blockchain-Technologie durchführt, ist ein Indikator für seine Vorreiterrolle. Mit Stolz verfolge ich die Leistungen von Şişecam.

“ WIR BRAUCHEN DERZEIT DIE KREATIVITÄT DER KUNST UND IHRE KRAFT, MENSCHEN ZUM TRÄUMEN ZU ERMUTIGEN, UND WERDEN SIE AUCH IN EINER WELT NACH DER PANDEMIE BRAUCHEN. ”



Assos

NORD- ÄGÄIS-ROUTE

ES GIBT VIELE ORTE IN DER NÖRDLICHEN ÄGÄIS ZU BESUCHEN UND ZU ENTDECKEN, DIE VIER JAHRESZEITEN MIT ANDEREN SCHÖNHEIT BIETET. UNABHÄNGIG DAVON, WOHIN SIE IN DER NÖRDLICHEN ÄGÄIS FAHREN, ERWARTEN SIE ATEMBERAUBENDE AUSBLICKE AUF DIE NATUR, HISTORISCHE PRACHT, RUHE, DIE DIE SEELE BERUHIGT, UND KÖSTLICHES ESSEN. WENN SIE DIE NÖRDLICHE ÄGÄIS HAUTNAH ERLEBEN MÖCHTEN, DANN SOLLTEN SIE DIESE REISEZIELE UNBEDINGT IN IHREN REISEPLAN AUFNEHMEN...



Von Ayvalık nach Cunda

Ayvalık, das touristische Anziehungszentrum der nördlichen Ägäis, lockt Reisende mit seiner malerischen Natur, den Stränden und der köstlichen Küche. Wenn Sie Ayvalık besuchen, gibt es eine Menge Aktivitäten, die Sie unternehmen können. Der Blick auf Midilli und die Ayvalık-Inseln vom Hügel Şeytan Sofrası (The Devil's Feast) ist ein Erlebnis wie kein anderes. Direkt vor der Küste von Ayvalık liegt die Insel Cunda oder Alibey mit geschichtsträchtigen Straßen und einer faszinierenden Atmosphäre. Wenn Sie auf der Insel Cunda sind, die über die Meerwasserstraße erreichbar ist, sollten Sie unbedingt bei der Taksiyarhis-Kirche und der Sevim- und Necdet-Kent-Bibliothek vorbeischauen, die einst eine Kirche war und jetzt als Bibliothek dient. Vergessen Sie nicht in der Pateriça-Bucht zu schwimmen, im historischen Taş Kahve DibeK-Kaffee zu trinken und lassen Sie sich in den Restaurants am Strand ägäische Gerichte schmecken, die mit lokal produziertem Olivenöl gewürzt sind.



Taş Kahve, Cunda



Sevim- und Necdet-Kent-Bibliothek

Polente Leuchtturm



Bozcaada

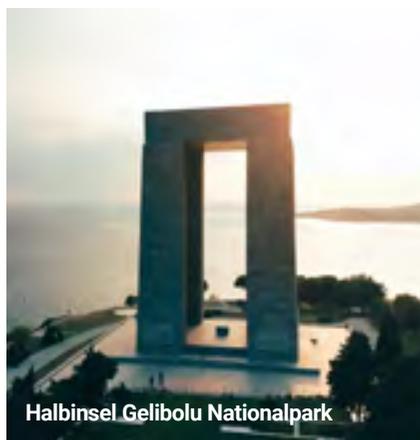


Die windgepeitschten Buchten von Bozcaada

Bozcaada, das die überfülltesten Zeiten im Sommer erlebt, sind die Frühlings- und Herbstmonate in Bozcaada völlig unterschiedlich. Bekannt für sein sauberes und erfrischendes Meer, windgepeitschte Buchten, historische Steinhäuser und enge Gassen, trägt Bozcaada die Spuren seiner multikulturellen Vergangenheit in die Gegenwart. An der Südspitze der Insel gelegen, ist der Ayazma-Strand einer der beliebtesten Orte. Andere attraktive Orte für diejenigen, die im Meer schwimmen möchten, sind: Habbele-Strand, Beylik-Bucht, Sulubahçe-Bucht und Akvaryum (Aquarium)-Bucht. Auf Ihrer Liste der Dinge, die Sie in Bozcaada unternehmen können, sollten auf jeden Fall beliebte Aktivitäten stehen, wie z.B. den Sonnenuntergang vom Polente-Leuchtturm aus zu beobachten, die berühmten Kekse mit Mastixgeschmack und Eiscreme zu probieren und die Weinbergshäuser zu besichtigen.

Das Land der Legenden: Çanakkale

Çanakkale ist viel mehr als das Land, in dem der Tempel der Athene zum Leben erweckt wurde, in dem der Trojanische Krieg als Folge der Entführung von Helena, der Frau des Königs Menelaos von Sparta, durch den Paris von Troja begann. Diese wunderschöne Stadt in der nördlichen Ägäis ist wahrlich ein Freilichtmuseum, das die Spuren der Gallipoli-Kriege trägt. Etwa 70 Denkmäler und Hunderte von Gräbern, die im Nationalpark der Gallipoli-Halbinsel zum Gedenken an die im Krieg gefallenen Soldaten errichtet wurden, ziehen jährlich Tausende von Besuchern an. Aber das ist noch nicht alles. Das Çanakkale Epic Promotion Center, das Gallipoli-Kriegsmuseum, das Çanakkale Piri Reis Museum und Galerie, die Rumeli Mecidiye Bastion, die Denkmäler von Sergeant Yahya und Korporal Seyit und viele andere Stätten erinnern an die eindrucksvolle Geschichte der Stadt.



Halbinsel Gelibolu Nationalpark



Gelibolu Kriegsmuseum

Die Warmen Dörfer des Prächtigen Gänseberges

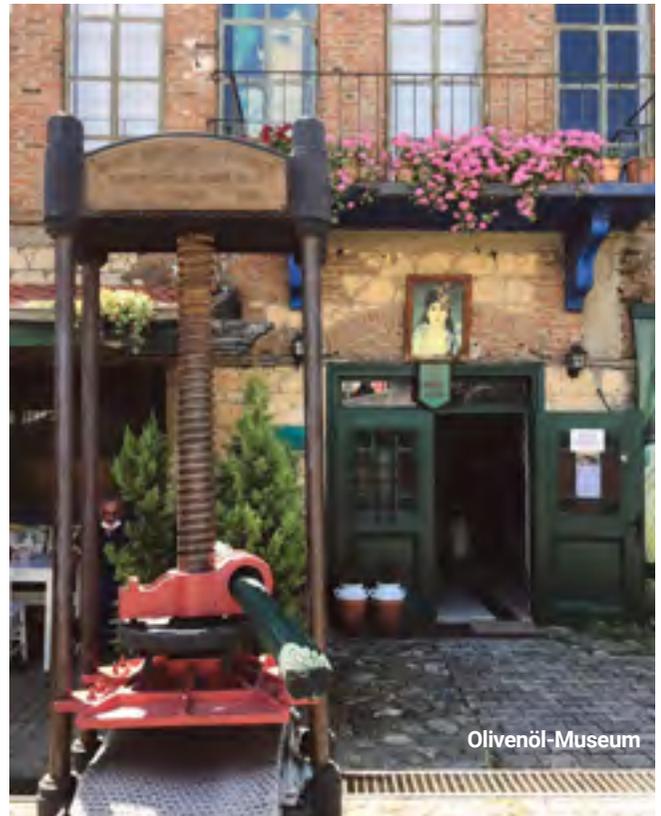
Der Gänseberg, auch bekannt unter seinem mythologischen Namen Ida-Gebirge, ist ein fesselnder Berg, der als Kulisse für unzählige Mythen diente. Einer der schönsten Seiten von Gänseberg, der in den letzten Jahren immer beliebter geworden ist, sind die reizenden Dörfer. Die Region beherbergt das Dorf Adatepe, das für sein Olivenöl-Museum und den Zeus-Altar berühmt ist, das Dorf Çamlıbel, das Dorf Yeşilyurt und das Dorf Tahtakuşlar, in dem sich das Ethnografische Museum Tahtakuşlar befindet, sind die ersten, die einem in den Sinn kommen. Eine unvergleichliche Route, die mit ihren natürlichen Lebensräumen wie dem Kazdağları-Nationalpark und dem Hasan Boğuldu-Wasserfall Ihren Appetit auf Natur und Sauerstoff stillen wird.



Zeus-Altar



Dorf Adatepe



Olivenöl-Museum

Ein Jahrtausende altes Kulturerbe: Assos

Der berühmte Philosoph Aristoteles gründete in Assos, wo er drei Jahre lang lebte, eine Philosophenschule und lehrte Philosophie. Um den Geist von Assos zu verstehen, dessen Geschichte bis ins 7. Jahrhundert v. Chr. zurückreicht, muss man die antike Stadt Assos besuchen, in der sich der prächtige Tempel der Athene befindet. Auch unter dem Namen Behramkale bekannt, gehört Assos zu den seltenen Orten, die sich trotz ihres herrlichen Strandes ihre Ruhe bewahrt haben. Neben dem Strand des Alten Hafens und der Kadirga-Bucht können Sie auch im Yeşil-Hafen, in der Sivrice-Bucht und in der Koruoba-Bucht direkt vor Assos schwimmen.



Assos





GESUND UND LECKER ZUGLEICH:

GEGRILLTE GEMÜSESALATE

SALATE MIT GEGRILTEM GEMÜSE SIND EIN BEWEIS DAFÜR, DASS
ES MÖGLICH IST, SICH GESUND ZU ERNÄHREN, OHNE KOMPROMISSE
BEIM GESCHMACK EINZUGEHEN...



Gegrillter Gemüsesalat mit Gemüsespargel und Zucchini

GEMÜSESPARGEL UND ZUCCHINI GEHÖREN ZU DEN GEMÜSESORTEN, DIE GEGRILLT NOCH BESSER SCHMECKEN. SIE KÖNNEN EINEN FANTASTISCHEN SALAT MIT DIESEM GEMÜSE ZUBEREITEN, INDEM SIE ES MIT FRISCHEM BLATTGEMÜSE UND EINER LECKEREN ESSIG-SAUCE ANRICHTEN.

ZUTATEN

8 Gemüsespargel
2 Zucchini
1 rote Paprika
1 rote Zwiebel
2 Pilze
1 Stengel Winterzwiebel
1 Stengel Basilikum
1 Stengel Petersilie

FÜR DIE SAUCE

2 EL Essig
1 EL Olivenöl
1/2 TL Salz
1 TL Honig
1/2 TL Senf
1 Prise Pfeffer



ZUBEREITUNG

- Nachdem Sie den Gemüsespargel, die Zucchini, die rote Paprika, die Pilze und die rote Zwiebel geschält und gesäubert haben, legen Sie sie auf einen geölten Grill.
- Grillen Sie beide Seiten des Gemüses, ohne es zu stark zu rösten.
- Nachdem das gegrillte Gemüse abgekühlt ist, hacken Sie es in kleine Stücke.
- Waschen Sie das Blattgemüse und hacken Sie es fein.
- Kombinieren Sie die Saucenzutaten in einer Rührschüssel und verquirlen Sie sie gut.
- Geben Sie dann das Gemüse und das Blattgemüse auf eine Servierplatte, geben Sie die Sauce darüber und servieren Sie.



Gegrillter Gemüsesalat mit Riesencroutons



STELLEN SIE SICH DIE KLITZEKLEINEN CROUTONS VOR, DIE WIR NORMALERWEISE IN FORM VON GROSSEN BROTSCHIEBEN IN DIE SUPPE HINZUFÜGEN, GEMISCHT MIT LECKEREM GEGRILTEM GEMÜSE.

ZUTATEN

3 bunte Paprika (rot, grün und gelb)
2 Auberginen
1 Zucchini
3-4 Kirschtomaten
1 EL Olivenöl

FÜR DIE CROUTONS

Ein Viertel Brot (nach Ihrer Wahl), in dünne Scheiben geschnitten
1 EL Olivenöl
Salz
Pfeffer

FÜR DIE SAUCE

2 EL Olivenöl
2 EL Balsamessig
1/2 TL Senf

ZUBEREITUNG

- Kombinieren Sie die Saucenzutaten in einer Schüssel und mischen Sie sie gut. Stellen Sie die Mischung zum Ruhen beiseite.
- Waschen Sie das Gemüse. Schneiden Sie die Paprika in dicke Streifen und die Auberginen und Zucchini in mittelgroße Ringe.
- Mischen Sie die Kirschtomaten, Auberginen, Paprika und Zucchini in einer Schüssel mit Olivenöl und legen Sie sie auf den Grill. Grillen Sie beide Seiten des Gemüses, so dass es leicht gegart ist.
- Würzen Sie die Brotscheiben mit Salz, Pfeffer und Olivenöl und legen Sie sie auf den Grill.
- Kombinieren Sie das gegrillte Gemüse in einer Salatschüssel mit der Sauce. Den Salat mit Riesencroutons belegen und servieren.

Gegrillter Gemüsesalat mit Tomatensauce

WENN GEGRILLTES GEMÜSE AUF EINE HERZHAFFE TOMATENSAUCE TRIFFT, ENTSTEHT EIN SÄTTIGENDER UND NAHRHAFTER SALAT.



ZUTATEN

1 Zucchini
1 Karotte
1 Gemüsespargel
2 bunte Paprika
2-3 Blumenkohlröschen
Frisches Basilikum
Parmesan oder gereifter Kasha-Käse

FÜR DIE SAUCE

5-6 Kirschtomaten
1 EL Honig
2 EL Olivenöl
Eine halbe Zwiebel
1 Knoblauchzehe

ZUBEREITUNG

- Kochen Sie alle Saucenzutaten in einem Saucentopf, bis die Tomaten weich werden und anfangen zu zerfallen. Zerdrücken Sie die Tomaten in der vorbereiteten Sauce mit einer Gabel. Da die Sauce ein wenig stückig sein wird, wäre es noch besser, eine Gabel statt einen Mixer zu verwenden.
- Bereiten Sie das Gemüse vor und waschen Sie es. Schneiden Sie sie nach Belieben und achten Sie darauf, dass sie nicht zu dünn sind.
- Ölen Sie den Grill leicht ein und garen Sie das Gemüse von beiden Seiten.
- Gießen Sie die Sauce über das gegrillte Gemüse und mischen Sie sie.
- Mit frischem Basilikum und Käse garnieren. Nach Wunsch warm oder kalt servieren.



Gegrillter Sommergemüse-Salat mit Quinoa

QUINOA, EIN PROTEIN-KRAFTPAKET MIT HOHEM BALLASTSTOFFGEHALT, IST EINE UNGLAUBLICHE ZUTAT SOWOHL FÜR DIEJENIGEN, DIE GESUNDE UND SÄTTIGENDE REZEPTE ZUBEREITEN MÖCHTEN, ALS AUCH FÜR DIEJENIGEN, DIE GLUTEN VERMEIDEN. DIESES REZPT, DAS QUINOA UND GEGRILLTES GEMÜSE ZUSAMMENBRINGT, IST WIRKLICH NAHRHAFT.

ZUTATEN

1 kleine Tasse gekochte Quinoa
1 Aubergine
2 Zucchini
1-2 EL Olivenöl
Salz, Pfeffer
3-4 Kirschtomaten
Frisches Basilikum
Frische Minze

FÜR DIE SAUCE

2 EL Zitronensaft
1 Knoblauchzehe, gerieben
2 EL Olivenöl

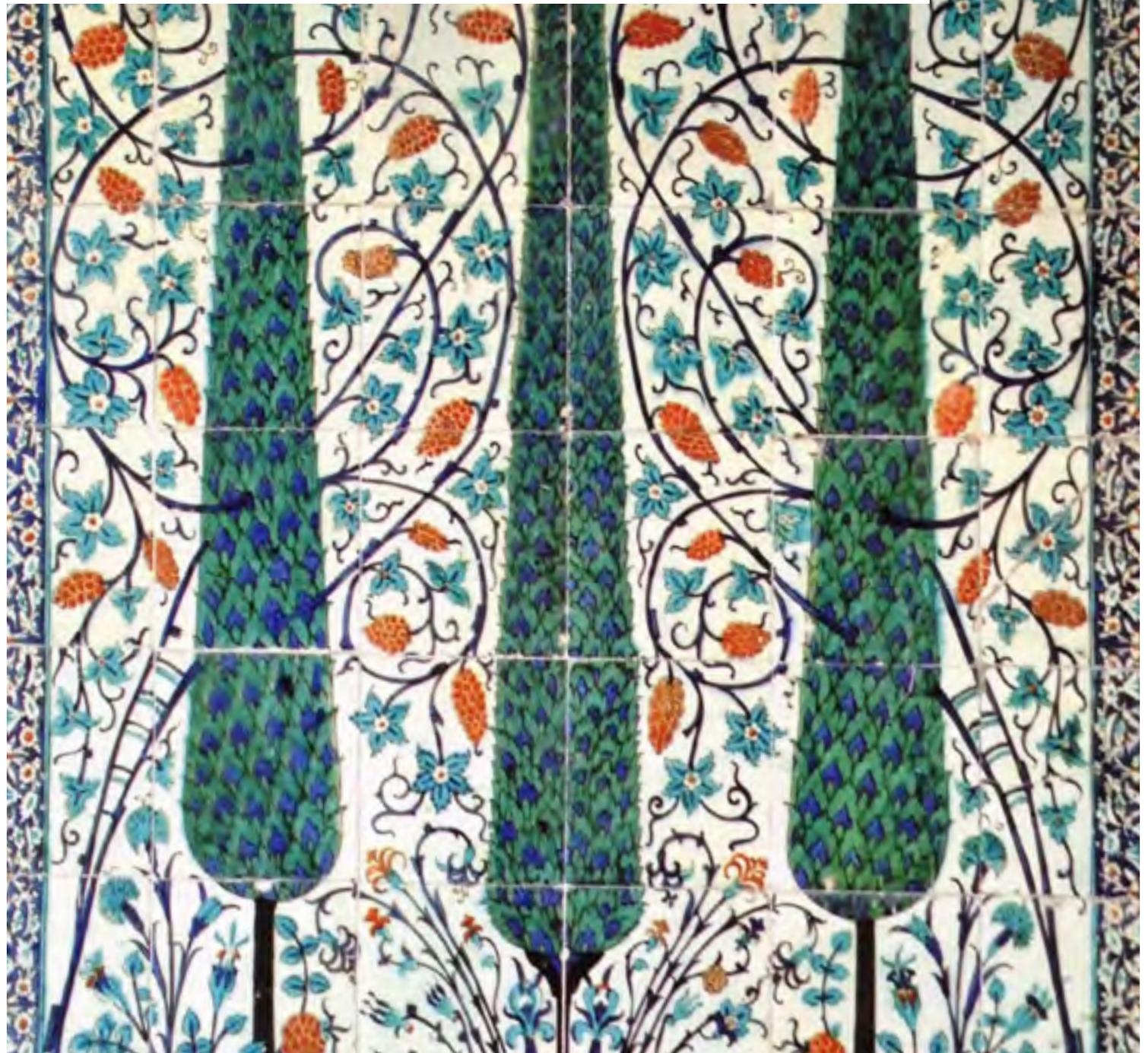


ZUBEREITUNG

- Säubern Sie die Aubergine und Zucchini und schneiden Sie sie in Würfel. Mischen Sie sie in 1-2 Esslöffeln Olivenöl, Salz und Pfeffer, und legen Sie sie auf ein Backblech mit Backpapier.
- Geben Sie das Gemüse für 20-25 Minuten bei 180 Grad in den Ofen.
- Mischen Sie die Saucenzutaten.
- Geben Sie das gegrillte Gemüse, Quinoa, Tomaten und gehacktes Blattgemüse auf eine Servierplatte.
- Mit der Sauce übergießen und servieren.

DAS SPEKTAKULÄRE KULTURERBE DER TÜRKEI:

MINIATUR UND FLIESEN





AUF DER LISTE DES IMMATERIELLEN KULTURERBES DER UNESCO STEHEN ZWEI TRADITIONELLE KUNSTFORMEN AUS DER TÜRKEI: MINIATUR UND FLIESEN. LASSEN SIE UNS EINEN GENAUEREN BLICK AUF DIE TIEF VERWURZELTE GESCHICHTE DIESER KUNSTFORMEN WERFEN UND AUF DIE ORTE, AN DENEN SIE DIE SCHÖNSTEN BEISPIELE FÜR BEIDE FINDEN KÖNNEN.

Die Geographie der Türkei ist ziemlich reich an materiellem und immateriellem Kulturerbe. In der seit 2003 von der UNESCO erstellten Liste des immateriellen Kulturerbes finden sich fast 20 Traditionen, Kunstformen und Spiele aus der Türkei. Zwei davon spiegeln unser traditionelles künstlerisches Erbe wider: Miniatur und Fliesen.



Die Miniatur ist eine alte Form der Illustration, die im 2. Jahrhundert v. Chr. entstanden ist. Die Miniaturkunst, die fein gearbeitet ist und winzige Details und Kompositionen enthält, ist für ihren einzigartigen Stil auf der ganzen Welt bekannt. Auch in der römischen, byzantinischen, uigurischen, seldschukischen und osmanischen Zeit wird die Miniaturkunst häufig in Büchern und Manuskripten verwendet. Mit der Zeit wurden auch soziale Themen aufgegriffen, vor allem in Miniaturen, die religiöse Bücher schmücken. Die Miniaturkunst wurde 2020 in die Liste des immateriellen Kulturerbes der UNESCO aufgenommen.



Die Fliese hingegen hat eine historische Entwicklung vom 13. Jahrhundert bis zum 18. Jahrhundert durchlaufen und ist eine traditionelle Kunstform, die bei vielen architektonischen und tragbaren Kunstwerken angewendet wird. Die Fliesenkunst, die vor allem in Kütahya und Iznik praktiziert wird, erwacht zum Leben, wenn die Malerei auf der Keramik glasiert und gebrannt wird, wodurch ein glasiges Aussehen entsteht. Die traditionelle Fliesenkunst wurde 2016 in die Liste des Immateriellen Kulturerbes der UNESCO aufgenommen. Es gibt mehrere Orte, an denen Sie die schönsten Beispiele beider Kunstformen finden und näher betrachten können. Hier haben Sie einige der wichtigsten...

Çini Museum - Kütahya

Das erste Çini-Museum der Türkei befindet sich in Kütahya, die mit ihren Fliesen berühmt ist. Das Çini-Museum, in dem Werke der Fliesen sowohl aus Kütahya als auch aus Iznik ausgestellt werden, befindet sich in einem sozialen Komplex, der von Yakup II. von Germiyan in Auftrag gegeben wurde. Das Museum, das 1999 seine Türen öffnete, enthält eine große Auswahl an Fliesen-Werken, darunter Fliesen-Inschriften, Teller, Vasen, Haushaltswaren und architektonische Objekte. Fliesen-Werke aus der seldschukischen und osmanischen Zeit sind auch insofern von Bedeutung, als sie es ermöglichen, die Unterschiede zwischen Fliesen-Werken, die in verschiedenen Perioden entstanden sind, sowie die Entwicklung des Fliesen und seiner charakteristischen Merkmale in verschiedenen Epochen zu sehen.





Çinili Köşk (Fliesen-Häuschen) - Istanbul

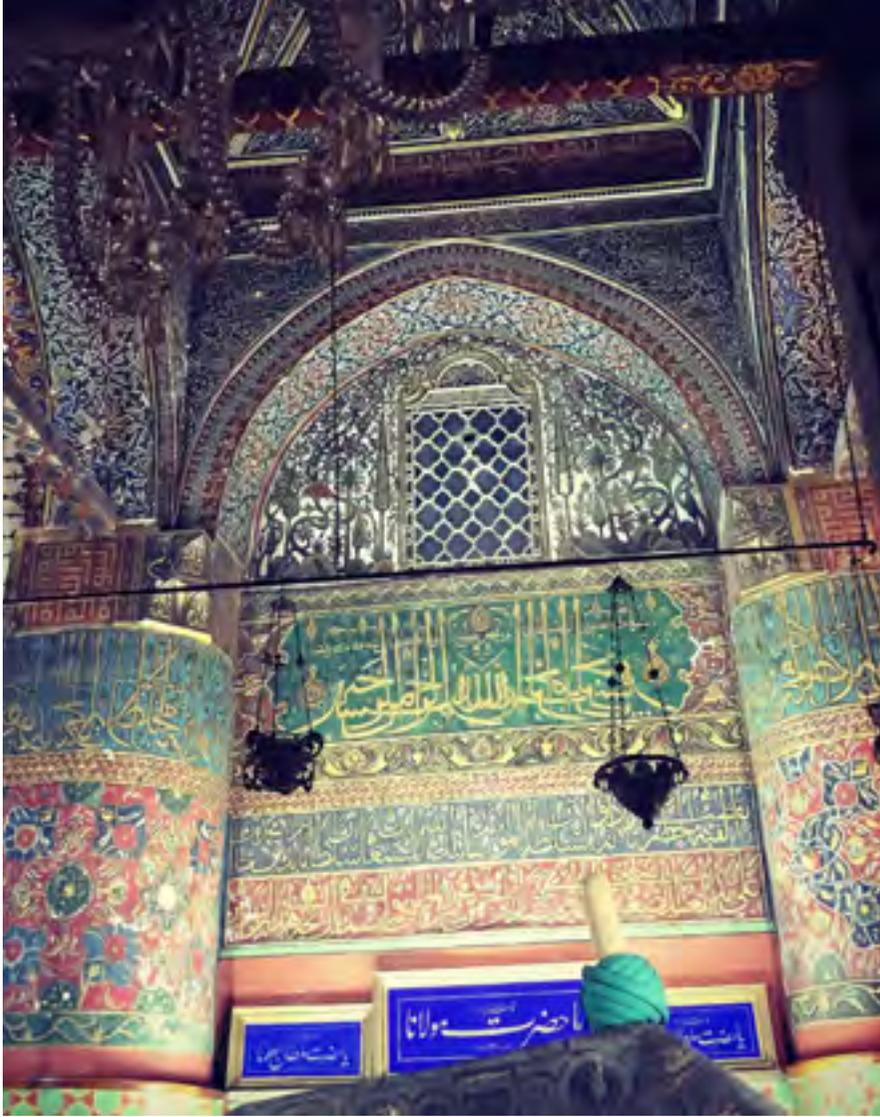
Der Çinili Köşk, in dem Sie die schönsten Beispiele türkischer Fliesen und Keramik finden können, ist den Istanbul Archäologischen Museen angegliedert. In dem zweistöckigen Gebäude, das sich direkt gegenüber dem Hauptgebäude des Archäologischen Museums befindet, werden Werke aus dem 11. bis 20. Jahrhundert ausgestellt. Zur Kollektion aus der seldschukischen und osmanischen Zeit gehören natürlich auch İznik-Fliesen sowie Kütahya-Keramik und Çanakkale-Keramik. Das Museumsgebäude zieht mit seinen eigenen Fliesen ebenso die Aufmerksamkeit auf sich wie die im Inneren ausgestellten Werke. Die Fliesen an der Außenfassade, im Inneren des Iwans und in den Zimmern sind meist vor einem türkisfarbenen Hintergrund gehalten. Die Fliesen sind meist mit kufischen Buchstaben, einer arabischen Schrift, und geometrischen Mustern verziert. Um diese einzigartigen Werke zu sehen, können Sie den Çinili Köşk im Gülhane Park in Istanbul besuchen.



İznik Museum - Bursa

Das İznik-Museum, das nach der Umwandlung des Almosenhauses (Wohltätigkeitsorganisation, die Lebensmittel verteilt) in ein Museum im Jahr 1960 begann, Besucher zu empfangen, wurde zum Gedenken an Nilüfer Hatun im 14. Jahrhundert, die Mutter von Sultan Murat I., errichtet und befindet sich im Stadtteil İznik von Bursa. Diese besondere Region, die die römische, byzantinische und osmanische Zeit miterlebt hat, wird als eines der wichtigsten Zentren der Fliesen-Kunst angesehen. Im Museum werden die Fliesen-Werke und Keramiken dieser Region ausgestellt. Darüber hinaus werden im Museum auch archäologische Werke aus verschiedenen Epochen ausgestellt. Das Museum, das sich seit mehreren Jahren in der Restaurierung befindet, wird in Kürze wiedereröffnet werden und seine Besucher nach der Pandemie aufnehmen können.





Mevlana Museum - Konya

Im Jahr 2019 wurden im Mevlana-Museum, das jedes Jahr von tausenden Menschen besucht wird, Miniaturwerke aus dem 15. Jahrhundert entdeckt. Diese sechs Miniaturen, die in der Kuppel des Mevlana Celaledin-i Rumi-Grabes entdeckt wurden, der mit dem Mevlana-Museum verbunden ist, bestehen aus Illustrationen, die Konya aus dem 15. Jahrhundert darstellen. Neben den mit geometrischen und floralen Mustern verzierten Stadtlandschaften ist auch die Alaaddin-Moschee in den Werken abgebildet. Diese Werke, die aus der zweiten Bayezidzeit stammen, geben uns auch eine Vorstellung von der Miniaturkunst des 15. Jahrhunderts.

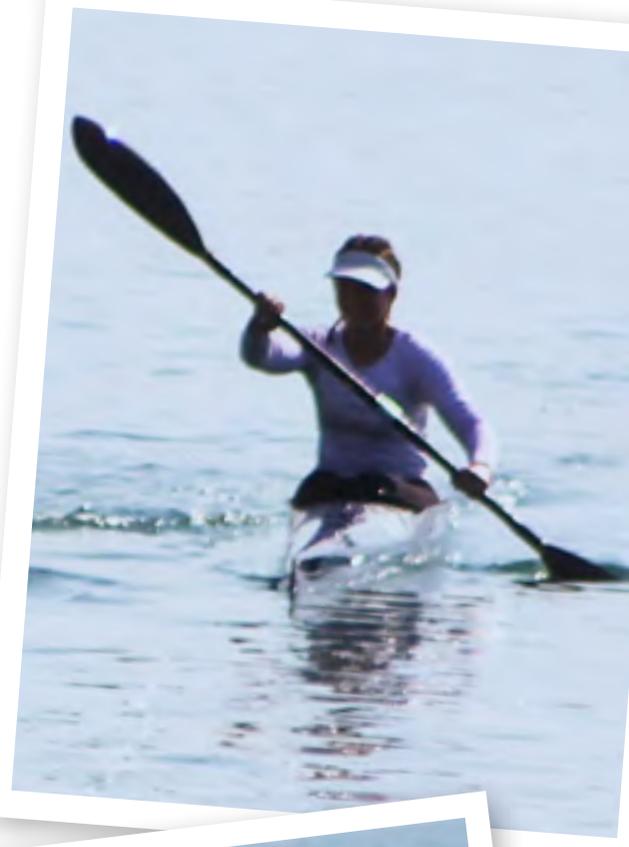


Pera Museum - Istanbul

Obwohl die Miniatur in der seldschukischen und osmanischen Zeit eine beliebte Kunstform war, führen viele Miniaturkünstler dieses traditionelle Kunsterbe heute fort. Das Pera Museum zeigt zeitgenössische Miniaturkunst und moderne Interpretationen der Miniatur in der Ausstellung "Miniatur 2.0". Die Ausstellung zeigt die Werke von 14 Künstlern, die nicht nur aus der Türkei, sondern auch aus Aserbaidschan, Iran, Saudi-Arabien und Pakistan stammen. Die Werke kreisen um eine Vielzahl von Themen, von Kolonialismus bis zu sozialer Gewalt, von Migration bis zu Geschlecht, von Orientalismus bis zu wirtschaftlicher Ungleichheit. Ein 3D-Rundgang durch die Miniatur 2.0, die vom Pera Museum gehostet wird, kann derzeit unter www.peramuzesi.org.tr aufgerufen werden. Wenn Sie sich für Miniaturkunst interessieren und diese Kunst aus einer neuen Perspektive betrachten möchten, sollten Sie sich diese Ausstellung unbedingt ansehen.

STOLZ TABELLE

VON ŞİŞECAM ÇAYIROVA SPORTVEREIN



ATHLETEN DES SPORTVEREINS ŞİŞECAM ÇAYIROVA WURDEN NACH ERFOLGREICHEN LEISTUNGEN IN DER NATIONALMANNSCHAFTSQUALIFIKATION ZUM TRAININGSLAGER DER NATIONALMANNSCHAFT EINGELADEN.

GROSSER ERFOLG VON DER KANU- ABTEILUNG DES ŞİŞECAM ÇAYIROVA SPORTVEREINS

Die Athleten der Kanuabteilung des Çayırova Sportvereins erzielten Erfolge bei den Qualifikations- und Wertungsrennen der Nationalmannschaft.

KANURENNSPORT NATIONALMANNSCHAFTSQUALIFIKATIONEN

Die Kanurennsport-Nationalmannschaftsqualifikationen fanden am 6. und 7. Februar in Adana statt. Die Athleten der Kanuabteilung des Şişecam Çayırova Sportvereins erzielten erfolgreiche Ergebnisse in der Qualifikation. Als Ergebnis der Qualifikationswettkämpfe wurde Özge Uzar für das Trainingslager der Olympischen Nationalmannschaft in Antalya ausgewählt, das zwischen dem 8. Februar und dem 4. März stattfand, Abbas Anil Şen wurde für das Trainingslager der Nationalmannschaft Kandidaten ausgewählt, das zwischen dem 8. Februar und dem 4. März in Adana stattfand, und Furkan Özen wurde für das Trainingslager der Nationalmannschaft Kandidaten ausgewählt, das zwischen dem 20. Februar und dem 4. März in Adana stattfand. Özge Uzar wurde als erste Vereinssportlerin in der Vereinsgeschichte in den Kader der Olympischen Nationalmannschaft (die Kandidatenmannschaft für die Olympischen Spiele 2024 in Paris) berufen.



QUALIFIKATIONS- UND WERTUNGSRENNEN FÜR DIE KANURENNSPORT- NATIONALMANNSCHAFT UND FÜR DIE OLYMPISCHE NATIONALMANNSCHAFT

Vom 5. bis 7. März fanden in Adana die Qualifikations- und Wertungsrennen für die Kanurennsport-Nationalmannschaft und für die Olympische Nationalmannschaft statt, die vom türkischen Kanuföderation organisiert wurden. Insgesamt 97 Athleten aus 11 Provinzen und 20 Vereinen nahmen an den Rennen teil, die am Seyhan-Talsperre stattfanden. Die Athleten des Çayırova Sportvereins traten in 1000-, 500- und 200-Meter-Rennen an und gewannen insgesamt 14 Medaillen, bestehend aus 8 Gold-, 5 Silber- und 1 Bronzemedaille. Özge Uzar, Furkan Özer und Abbas Anil Şen wurden erneut für die Nationalmannschaft ausgewählt und erhielten die Berechtigung zur Teilnahme am Trainingslager, das in Antalya stattfinden wird.

1000 METER

Özge Uzar: U-23 Frauen 1. Platz

Selin Sevin: Junge Frauen K1 1. Platz

Furkan Özen: U-23 Männer 1. Platz

Tuana Deniz: Junge Frauen K1 2. Platz

500 METER

Özge Uzar: U-23 Frauen 1. Platz

Selin Sevin: Junge Frauen K1 1. Platz

Furkan Özen: U-23 Männer 2. Platz

Tuana Deniz: Junge Frauen K1 2. Platz

Abbas Anil Şen: U-23 Männer 3. Platz

200 METER

Özge Uzar: U-23 K1 Frauen 1. Platz

Selin Sevin: Junge Frauen K1 1. Platz

Furkan Özen: U-23 C1 Männer 1. Platz

Abbas Anil Şen: U-23 K1 Männer 2. Platz

Tuana Deniz: Junge Frauen K1 2. Platz

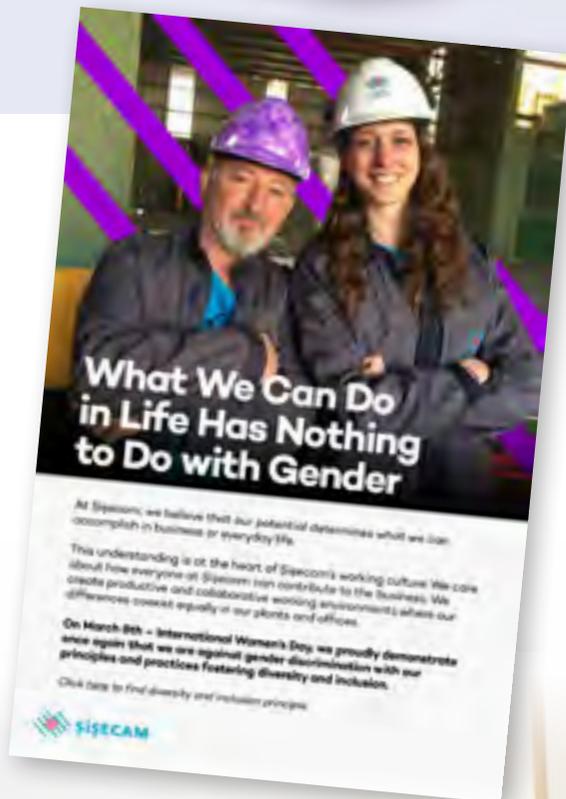
ÇAYIROVAS SIGNATUR AUF DEM 18. MÄRZ ÇANAKKALE SIEG GEDENKPOKAL

Die Segelrennen des 18. März Çanakkale Sieg-Gedenkpokals fanden am 20. und 21. März statt und wurden vom Çayırova Sportverein ausgerichtet. In den Wettbewerben, an denen 4 Vereine und 30 Athleten teilnahmen, errangen die Athleten des Çayırova Sportvereins insgesamt 5 Medaillen, 3 Gold, 1 Silber und 1 Bronze. Alperen Ağma belegte den ersten Platz in der Optimist-Klasse, Defne Uçal war Erste in der Laser 4.7-Klasse und Erste bei dem Laser 4.7 Junioren, Uğurkan Yılmaz war Zweiter in der Laser 4.7-Klasse und Yağız Aşçıoğlu war Dritter in der Laser 4.7-Klasse.



ES HAT NICHTS MIT DEM GESCHLECHT ZU TUN!

ANERKANNT FÜR SEINE AUF FAIRNESS UND GLEICHBERECHTIGUNG BASIERENDEN INKLUSIVEN PRAKTIKEN, HAT ŞİŞECAM MIT DER KAMPAGNE ZUM 8. MÄRZ, DEM INTERNATIONALEN FRAUENTAG, ERNEUT GEZEIGT, DASS ES GEGEN GESCHLECHTSSPEZIFISCHE DISKRIMINIERUNG IST.



Şişecam betrachtet die Vielfalt seiner Humanressourcen, die aus verschiedenen Regionen, Altersgruppen und Nationalitäten bestehen, als eine Form von Reichtum wahrnimmt, nimmt eine nachhaltige Gleichstellungsmentalität bei Rekrutierungsprozessen, Schulungen, Arbeitsbedingungen sowie Karriere- und Vergütungsmanagement an. In dieser Hinsicht zielt sie darauf ab, Praktiken und Arbeitsumgebungen zu schaffen, in denen sich alle Mitarbeiter wertgeschätzt fühlen, Unterschiede als gleichwertig angesehen werden, Zusammenarbeit und Produktivität gefördert werden und die Mitarbeiter ihr volles Potenzial nutzen können.

Durch seine interne Kommunikationskampagne mit dem Thema "Es hat nichts mit dem Geschlecht

zu tun", hat Şişecam seine Sensibilität für das Thema Gleichberechtigung der Geschlechter hervorgehoben. Die Kampagne, die unterstreicht, dass das grundlegende Kriterium, das bestimmt, was der Einzelne im Leben erreichen kann, sein Potenzial ist und nicht seine persönlichen Eigenschaften wie das Geschlecht, wurde mit Mitarbeitern in allen Ländern geteilt, in denen Şişecam tätig ist.

Eine weitere Veranstaltung, die parallel zur Kommunikationskampagne stattfand, ist ein Wortspiel-Wettbewerb, der vom Şimdil-Club organisiert wurde, um das Bewusstsein für den in der Kommunikation verwendeten diskriminierenden Diskurs zu erhöhen. Außerdem fand im Werk in Italien eine besondere Veranstaltung zum Internationalen Frauentag statt.



MINI-MITGLIEDER VON TRAFEN SICH BEI ONLINE- WORKSHOPS

ŞİMDİ! FÜR DIE MINI-MITGLIEDER VON ŞİŞECAM
WURDEN IN DEN SEMESTERFERIEN DIGITALE
ÜBERRASCHUNGEN VORBEREITET.

Die Musik- und Design-Workshops, die nach dem Ferienbeginn in der Türkei online organisiert wurden und den Mini-Mitgliedern von Şişecam ermöglichen sollten, Spaß zu haben und ihre Kreativität zu entfesseln, waren voller Spannung. Während des Design-Workshops entdeckten die Mini-Mitglieder auf anwendungsorientierte Weise die Antwort auf die Frage "Wie viele Accessoires kann man mit einer Rolle herstellen?" und entwarfen unter Anleitung ihrer Ausbilder kreative Produkte mit verschiedenen Materialien. Die Workshops wurden auch in der zweiten Ferienwoche fortgesetzt. Mini-Mitglieder, die sich im Musik-Workshop trafen, nahmen die nötigen Materialien und stellten sich vor eine Leinwand. Vom Rhythmus der Musik gefangen, machten die Mini-Mitglieder von Şişecam mit ihren Lehrern ihre eigenen Maracas und präsentierten anschließend ihr musikalisches Talent.



Köfler ve kanatlar

ŞİMDİ!-UMFRAGE BESTIMMT DEN NAMEN DER NEUEN ŞİŞECAM-ANLAGE

Das Shared Services Center, eine der Initiativen im Rahmen der Digitalen Transformationsreise von Wurzeln und Flügeln, die darauf abzielt, Werte für die Zukunft zu schaffen, hat den Beginn einer neuen Ära bei Şişecam markiert. Şişecam-Mitarbeiter, die zuvor den Namen des Şişecam-Hauptsitzes gewählt hatten, starteten einen "Mini-Wettbewerb" zur Benennung unserer Shared-Services-Betriebseinrichtung in Tuzla, die kürzlich in Betrieb genommen wurde. Nachdem über die Şimdi!-Umfrage Namensvorschläge gesammelt wurden, wurden die Top-Namensvorschläge zur Abstimmung gestellt. Als Ergebnis der Abstimmung erhielt die neue Şişecam-Anlage den Namen TOHUM (Technology and Shared Services Application Center), der die digitale Transformation und eine neue Ära symbolisiert. Zehn Mitarbeiter, die an der Umfrage und Abstimmung teilgenommen haben, haben Überraschungsgeschenke gewonnen.



"NICHT DISKRIMINIEREN, SONDERN SPRICH EINFACH DIE GLEICHE SPRACHE!"

FÜR DIE GLEICHSTELLUNG DER GESCHLECHTER

Şişecam-Mitarbeiter kamen zu einem TABU-Spiel unter dem Motto "Nicht Diskriminieren, sondern sprich einfach die gleiche Sprache!" zusammen, um der Verwendung von diskriminierendem, abwertendem und erniedrigendem Diskurs, der Teil der täglichen Sprache geworden ist, "Stopp!" zu sagen. Das Online-Spiel, das voller Spaß war, schaffte es, die gewünschte Aufmerksamkeit zu erzeugen. Am Ende des Spiels gab es für alle Teilnehmer Überraschungsgeschenke als Andenken an den Tag.

AUSZÜGE AUS DER PRESSE

JANUAR-FEBRUAR-MÄRZ 2021



11

Cam ürünlerinde virüsü yok eden yerli teknoloji

ŞİŞECAM geliştirdiği cam yüzeylerdeki virüs ve bakterileri etkisiz hale getiren özel kaplama teknolojisi V-Block, Paşabahçe ile hayata buluyor. V-Block Teknolojisi'ne sahip cam ev eşyası ürünleri, koronavirus dahil birçok farklı virüs ve bakteriyeye karşı etkili özel formül ve uygulama teknolojisi sayesinde sevdiğiniz vitrin ve bütanelere karşı korumak isteyenlere ultra hijyen sağlıyor. Açık güne, Paşabahçe'nin V-Block Teknolojisi'ne sahip ultra hijyen sağlıyor. Ürünlerin ilk antimikrobiyal korumaları...

10

BAKTERİYE KARŞI CAM TEKNOLOJİSİ

Şişecam Bilim Teknoloji ve Tasarım Merkezi'ne geliştirdiği cam yüzeylerdeki virüs ve bakterilere karşı 7/24 etkili yüzde 100 yerli V-Block teknolojisini, Şişecam'ın cam ev eşyası alanındaki markası Paşabahçe ürünlerinde kullanacak.

12

Şişecam'dan virüs kalkanlı kampanya

Sağlık çalışanlarına hediye olarak Şişecam'ın geliştirdiği cam yüzeylerdeki virüs ve bakterilere karşı etkili V-Block Teknolojisi'ne sahip cam kupa, pandemiye karşı etkili koruma sağlıyor. Sağlık Bakanlığı Kamu Hastaneleri Genel Müdürlüğü'nün koordinasyonunda Şişecam, Türkiye'de kamu hastaneleri bünyesinde pandemiye karşı mücadele veren tüm sağlık çalışanlarına yüzde 100 yerli V-Block Teknolojisi'ne sahip Paşabahçe cam kupalara hediye edecek. 14 Mart Top Bayramı'nda başlatılan ve 4 ayda tamamlanacak olan kampanya kapsamında COVID-19 dahil virüs ve bakterilere karşı etkili 1 milyon 270 bin adet kupa, pandemiye karşı 81 ilde-ön saftarda mücadele veren sağlık çalışanlarının tamamına ulaştırılarak...

13

SAGLIKÇILARA ÖZEL KAMPANYA

Şişecam, geliştirdiği cam yüzeylerdeki virüs ve bakterilere karşı yüzde 94,1 oranında etkili V-Block teknolojisini hayata geçiren özel kaplama teknolojisiyle Sağlık Bakanlığı Kamu Hastaneleri Genel Müdürlüğü koordinasyonunda başlatılan kampanyada, antimikrobiyal V-Block teknolojisine sahip 1 milyon 270 bin adet Paşabahçe kupa, sağlık çalışanlarına hediye edecek. Şişecam Yürütme Kurulu Başkanı ve Genel Müdürü Prof. Dr. Ahmet Korman, "Tüm zamanlar itibarıyla en etkili koruma teknolojisi olan V-Block teknolojisine sahip cam yüzeylerdeki virüs ve bakterilere karşı etkili V-Block Teknolojisi'ne sahip cam kupa, pandemiye karşı etkili koruma sağlıyor. Sağlık Bakanlığı Kamu Hastaneleri Genel Müdürlüğü'nün koordinasyonunda Şişecam, Türkiye'de kamu hastaneleri bünyesinde pandemiye karşı mücadele veren tüm sağlık çalışanlarına yüzde 100 yerli V-Block Teknolojisi'ne sahip Paşabahçe cam kupalara hediye edecek. 14 Mart Top Bayramı'nda başlatılan ve 4 ayda tamamlanacak olan kampanya kapsamında COVID-19 dahil virüs ve bakterilere karşı etkili 1 milyon 270 bin adet kupa, pandemiye karşı 81 ilde-ön saftarda mücadele veren sağlık çalışanlarının tamamına ulaştırılarak...

14

ŞİŞECAM'DAN HEDİYE... SAĞLIK ÇALIŞANLARINA ANTİMİKROBİYAL BARDAK

Şişecam, ürettiği antimikrobiyal kaplamalı cam kupa için sağlık çalışanlarına hediye olarak COVID-19 dahil virüs ve bakterilere karşı etkili V-Block Teknolojisi'ne sahip cam kupa, pandemiye karşı etkili koruma sağlıyor. Sağlık Bakanlığı Kamu Hastaneleri Genel Müdürlüğü'nün koordinasyonunda Şişecam, Türkiye'de kamu hastaneleri bünyesinde pandemiye karşı mücadele veren tüm sağlık çalışanlarına yüzde 100 yerli V-Block Teknolojisi'ne sahip Paşabahçe cam kupalara hediye edecek. 14 Mart Top Bayramı'nda başlatılan ve 4 ayda tamamlanacak olan kampanya kapsamında COVID-19 dahil virüs ve bakterilere karşı etkili 1 milyon 270 bin adet kupa, pandemiye karşı 81 ilde-ön saftarda mücadele veren sağlık çalışanlarının tamamına ulaştırılarak...

15

Sağlık çalışanlarına virüs tutmayan kupa

ŞİŞECAM, kişisel sağlığı koruma için geliştirdiği cam yüzeylerdeki virüs ve bakterilere karşı etkili V-Block Teknolojisi'ni hayata geçiren özel kaplama teknolojisiyle Sağlık Bakanlığı Kamu Hastaneleri Genel Müdürlüğü'nün koordinasyonunda Şişecam, Türkiye'de kamu hastaneleri bünyesinde pandemiye karşı mücadele veren tüm sağlık çalışanlarına yüzde 100 yerli V-Block Teknolojisi'ne sahip Paşabahçe cam kupalara hediye edecek. 14 Mart Top Bayramı'nda başlatılan ve 4 ayda tamamlanacak olan kampanya kapsamında COVID-19 dahil virüs ve bakterilere karşı etkili 1 milyon 270 bin adet kupa, pandemiye karşı 81 ilde-ön saftarda mücadele veren sağlık çalışanlarının tamamına ulaştırılarak...

18

'Önce deneyimle sonra al' dönemi

PAŞABAHÇE mağazaları, ilk deneyim mağazasını İstanbul Erenköy'de, Bayraktar Çakır'ın liderliğinde hizmete açtı. Şirketin en büyük mağazası olan yeni bir soluk görünüm ve deneyimlerle hizmet veren mağazanın açılışına...

15

Sağlıkçılara virüslere karşı etkili cam kupa

ŞİŞECAM, kişisel sağlığı koruma için geliştirdiği cam yüzeylerdeki virüs ve bakterilere karşı etkili V-Block Teknolojisi'ne sahip cam kupa, pandemiye karşı etkili koruma sağlıyor. Sağlık Bakanlığı Kamu Hastaneleri Genel Müdürlüğü'nün koordinasyonunda Şişecam, Türkiye'de kamu hastaneleri bünyesinde pandemiye karşı mücadele veren tüm sağlık çalışanlarına yüzde 100 yerli V-Block Teknolojisi'ne sahip Paşabahçe cam kupalara hediye edecek. 14 Mart Top Bayramı'nda başlatılan ve 4 ayda tamamlanacak olan kampanya kapsamında COVID-19 dahil virüs ve bakterilere karşı etkili 1 milyon 270 bin adet kupa, pandemiye karşı 81 ilde-ön saftarda mücadele veren sağlık çalışanlarının tamamına ulaştırılarak...

17

Şişecam'dan sağlık çalışanlarına hediye

Şişecam, kişisel sağlığı koruma için geliştirdiği cam yüzeylerdeki virüs ve bakterilere karşı etkili V-Block Teknolojisi'ne sahip cam kupa, pandemiye karşı etkili koruma sağlıyor. Sağlık Bakanlığı Kamu Hastaneleri Genel Müdürlüğü'nün koordinasyonunda Şişecam, Türkiye'de kamu hastaneleri bünyesinde pandemiye karşı mücadele veren tüm sağlık çalışanlarına yüzde 100 yerli V-Block Teknolojisi'ne sahip Paşabahçe cam kupalara hediye edecek. 14 Mart Top Bayramı'nda başlatılan ve 4 ayda tamamlanacak olan kampanya kapsamında COVID-19 dahil virüs ve bakterilere karşı etkili 1 milyon 270 bin adet kupa, pandemiye karşı 81 ilde-ön saftarda mücadele veren sağlık çalışanlarının tamamına ulaştırılarak...

19

Deneyim mağazası açtı

PAŞABAHÇE mağazaları, ilk deneyim mağazasını İstanbul Erenköy'de, Bayraktar Çakır'ın liderliğinde hizmete açtı. Şirketin en büyük mağazası olan yeni bir soluk görünüm ve deneyimlerle hizmet veren mağazanın açılışına...

20

Paşabahçe'den deneyim mağazası

PAŞABAHÇE mağazaları, ilk deneyim mağazasını İstanbul Erenköy'de, Bayraktar Çakır'ın liderliğinde hizmete açtı. Şirketin en büyük mağazası olan yeni bir soluk görünüm ve deneyimlerle hizmet veren mağazanın açılışına...

21

PASABAHÇE DENEYİM MAGAZASI ACTI

PAŞABAHÇE mağazaları, ilk deneyim mağazasını İstanbul Erenköy'de, Bayraktar Çakır'ın liderliğinde hizmete açtı. Şirketin en büyük mağazası olan yeni bir soluk görünüm ve deneyimlerle hizmet veren mağazanın açılışına...

1. BLOOMBERG HT FINANZZENTRUM - AÇIL SEZEN INTERVIEW
2. A PARA NACHRICHTEN - INTERVIEW MIT BURCU GÖKSÜZOĞLU
3. WIR INVESTIEREN GERNE IN ZEITEN DER KRISE, INDEM WIR RISIKEN MESSEN" DÜNYA - 15.02.2021 - Seite 1
4. WIR INVESTIEREN GERNE IN ZEITEN DER KRISE, INDEM WIR RISIKEN MESSEN" DÜNYA - 15.02.2021 - Seite 13
5. NETTOUMSATZ ÜBERSTIEGT 21 MILLIARDEN IN DER PANDEMIE AKŞAM - 06.02.2021 - Seite 5
6. DER UMSATZ VON ŞİŞECAM ÜBERSTIEGT 21 MILLIARDEN TL MİLLİYET - 04.02.2021 - Seite 9
7. NETTOUMSATZ VON ŞİŞECAM BETRÄGT 21,3 MILLIARDEN TL DÜNYA - 03.02.2021 - Seite 11
8. ŞİŞECAM ERHÄLT AUSZEICHNUNG VON BULGARIEN DÜNYA - 05.03.2021 - Seite 7
9. ŞİŞECAM ERHÄLT AUSZEICHNUNG VON BULGARIEN MİLLİYET - 05.03.2021 - Seite 8
10. ANTIBAKTERIELLE GLASTECHNOLOGIE POSTA - 08.02.2021 - Seite 7
11. HEIMISCHE TECHNOLOGIE ZUR ENTFERNUNG VON VIREN AUS GLASPRODUKTEN AKŞAM - 07.02.2021 - Seite 6
12. ŞİŞECAM BIETET VIRENSCHUTZ-KAMPAGNE DÜNYA - 15.03.2021 - Seite 18
13. SONDERKAMPAGNE FÜR GESUNDHEITSPERSONAL POSTA - 15.03.2021 - Seite 5
14. ANTIMIKROBIELLE GLÄSER FÜR GESUNDHEITSPERSONAL TÜRKIYE - 15.03.2021 - Seite 5
15. ANTIVIRALER GLASBECHER FÜR GESUNDHEITSPERSONAL AKŞAM - 14.03.2021 - Seite 5
16. VIRENRESISTENTER GLASBECHER FÜR GESUNDHEITSPERSONAL HÜRRİYET - 14.03.2021 - Seite 8
17. GESCHENK VON ŞİŞECAM AN GESUNDHEITSPERSONAL MİLLİYET - 14.03.2021 - Seite 9
18. ERST PROBIEREN, DANN KAUFEN ÄRA AKŞAM - 20.03.2021 - Seite 5
19. ERFÄHRUNGSGESCHÄFT VON PAŞABAHÇE DÜNYA - 19.03.2021 - Seite 6
20. ERFÄHRUNGSGESCHÄFT ERÖFFNET MİLLİYET - 18.03.2021 - Seite 8
21. PAŞABAHÇE ERÖFFNET ERFÄHRUNGSGESCHÄFT POSTA - 18.03.2021 - Seite 7



ŞİŞECAMS RICHTLINIEN FÜR GESUNDHEIT UND SICHERHEIT AM ARBEITSPLATZ

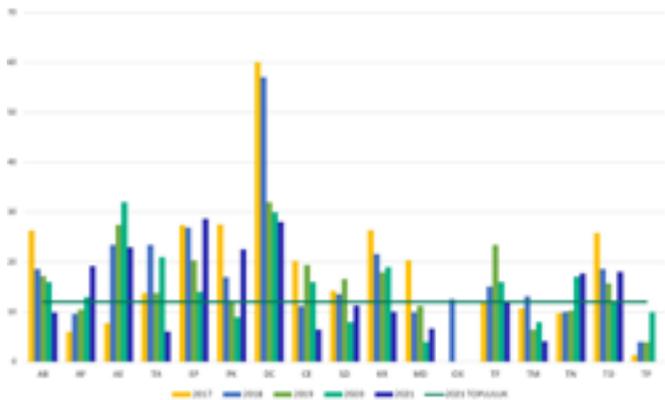
Wir zielen darauf ab, eine gesunde und sichere Arbeitsumgebung auf allen Ebenen unserer Produktionsstätten zu erreichen. Das Wohlergehen der Personen und der Belegschaft unterliegt unserer Verantwortung. Im Einklang mit diesem Ziel obliegt es uns;

- Präventivmaßnahmen zur Vermeidung von Arbeitsunfällen, Haushalts- und Berufskrankheiten zu ergreifen und durchzusetzen,
- eine Risikobewertung unter Beteiligung der Mitarbeiter zu gewährleisten, und ein tolerierbares Risikoniveau zu erreichen,
- sichere Ausrüstung und angemessene Technologien für ein gesundes und sicheres Arbeitsumfeld einzusetzen,
- für eine Verbesserung der Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz die Mitarbeit aller Ebenen und Teilhaber des Unternehmens zu gewährleisten,

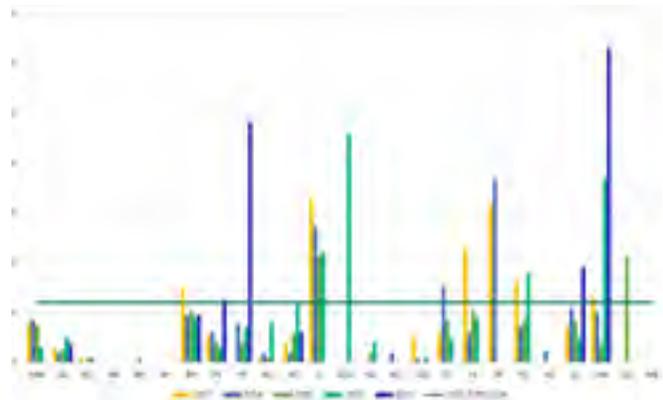
• Wir verinnerlichen Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz als eine Kultur und Lebensweise.

In diesem Sinne erklären und verpflichten wir uns...

- in Bezug auf Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz sämtliche gesetzlichen Verpflichtungen, Standards und Konditionen zu erfüllen,
- in Bezug auf Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz unsere Ansätze und Prozesse ständig zu verbessern und unsere Leistung zu erhöhen,
- unseren Mitarbeitern, den Mitarbeitern unserer Subunternehmen/Zulieferfirmen von denen wir Leistungen erhalten, Besuchern und Praktikanten zur Verinnerlichung unserer Prinzipien von Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz Ausbildungskurse und Aktivitäten zu entwickeln und fortzuführen.



T. Şişe ve Cam Fabrikaları A.Ş.
Unfallhäufigkeitsraten der inländischen Werken
Januar - März 2021 Jahresergebnisse



T. Şişe ve Cam Fabrikaları A.Ş.
Unfallhäufigkeitsraten der ausländischen Werken
Januar - März 2021 Jahresergebnisse

TARIFVERHANDLUNGEN PROZESSE

JANUAR-MÄRZ 2021

DIE JSC MİNA TARIFVERHANDLUNGEN SIND ZUR EINIGUNG GEKOMMEN

Am 26.10.2020 wurde im Werk JSC Mina in Georgien die 2. Periode Tarifverhandlungen mit der Metallurgie-, Bergbau- und Chemieindustrie Gewerkschaft begonnen und am 22.01.2021 mit einer Vereinbarung abgeschlossen. Der Tarifvertrag bleibt vom 01.01.2021 bis zum 31.12.2024 für vier Jahre in Kraft.

DIE ŞİŞECAM AUTOMOTIVE UNGARN TARIFVERHANDLUNGEN SIND ZUR EINIGUNG GEKOMMEN

In den laufenden Tarifverhandlungen am Arbeitsplatz Şişecam Automotive Ungarn wurde am 29.03.2021 eine Einigung erzielt. Der Tarifvertrag bleibt vom 01.03.2021 bis zum 01.04.2022 für 13 Monate in Kraft.

ŞİŞECAM AUTOMOTIVE SLOWAKEI TARIFVERHANDLUNGEN GEHEN WEITER

Der Tarifvertrag mit der Ozkovo-Gewerkschaft wurden am Arbeitsplatz Şişecam Automotive Slowakei in der Slowakei am 01.12.2020 aufgenommen. Das 8. Treffen mit der Ozkovo-Gewerkschaft fand am

30.03.2021 statt. Tarifverhandlungen werden fortgesetzt.

ŞİŞECAM AUTOMOTIVE RUMÄNIEN TARIFVERHANDLUNGEN GEHEN WEITER

Der bestehende Tarifvertrag für den in Rumänien eingerichteten Arbeitsplatz Şişecam Automotive Rumänien ist zum 28.02.2021 ausgelaufen, und die Verhandlungen für die neuen Bedingungen des Tarifvertrags wurden am 02.02.2021 aufgenommen. Das 6. Treffen mit der Glasscorp-Gewerkschaft fand am 06.04.2021 statt. Tarifverhandlungen werden fortgesetzt.

TARIFVERHANDLUNGEN MIT TRAKYA GLASS BULGARIA, ŞİŞECAM AUTOMOTIVE BULGARIA UND ŞİŞECAM GLASS BULGARIA EAD HAT BEGONNEN

Die derzeit gültigen Tarifverträge der 12. Periode an den Arbeitsplätzen von Trakya Glass Bulgaria, Şişecam Automotive Bulgaria und Şişecam Glass Bulgaria EAD in Bulgarien laufen zum 30.06.2021 aus, und gemäß der Gesetzgebung wurden am 26.03.2021 Verhandlungen über die neuen Bedingungen des Tarifvertrags mit der Gewerkschaft Podkrepa aufgenommen. Tarifverhandlungen werden fortgesetzt.

COVID-19 PANDEMIE:

TECHNOLOGIEN ZUR IMPFSTOFFPRODUKTION

LASSEN SIE UNS EINEN GENAUEREN BLICK AUF UNSERE STÄRKSTE WAFFE GEGEN DIE COVID-19-PANDEMIE WERFEN, DIE DIE GANZE WELT ERFASST HAT.



ERSTELLT VON: DR. FATİH HAMŞİOĞLU

Berater für Arbeitsmedizin und Berufskrankheiten, Direktion für Industrielle Beziehungen und OHS

Viren sind mikroskopisch kleine Infektionserreger, die nur in lebenden Zellen leben und sich durch Teilung vermehren können. Bei dem als COVID-19 bekannten Krankheitserreger, der im Dezember 2019 erstmals in Wuhan in der chinesischen Provinz Hubei auftrat und inzwischen die ganze Welt befallen hat, handelt es sich um das neue Virus namens SARS-CoV-2 aus der Familie der Coronaviren. Das bisher wirksamste Mittel im Kampf gegen die Pandemie, die seit mehr als einem Jahr Millionen von Menschen auf der ganzen Welt betrifft, sind die neu entwickelten Impfstoffe.

Impfstoffe sind biologische Produkte, die durch Beseitigung der krankheitsverursachenden Eigenschaften von Viren, Bakterien und ähnlichen Mikroben entwickelt werden, die in der Lage sind, Krankheiten bei Menschen und Tieren zu verursachen. Nach der Impfung erkennt der Körper jede krankheitsverursachende Mikrobe oder einen Teil der Mikrobe und entwickelt eine Abwehr dagegen; mit anderen Worten, er entwickelt eine Immunität gegen die betreffende Krankheit. Ziel ist es, die Pandemie mit minimalem Schaden zu überstehen, indem durch Impfungen eine allgemeine Immunität in der Gesellschaft geschaffen wird. Zusätzlich zu den traditionellen Methoden wurden bei den Studien zur Impfstoffentwicklung für COVID-19 auch innovative Verfahren eingesetzt. Lassen Sie uns einen genaueren Blick auf die Technologien werfen, die zur Herstellung des COVID-19-Impfstoffs verwendet werden...

TECHNOLOGIEN ZUR HERSTELLUNG VON COVID-19-IMPFSTOFFEN

Impfstoffe zielen darauf ab, eine aktive Immunität gegen virale und bakterielle Erkrankungen zu erzeugen. Nachdem der für jede Mikrobe spezifisch aufbereitete Impfstoff in den Körper injiziert wurde, erkennt der Körper diese Substanzen (Antigene) und produziert Schutzstoffe (Antikörper oder andere Abwehrstoffe). Diese Formationen sind im Gedächtnis des Körpers verschlüsselt, und für den Fall, dass ein Virus in den Körper eindringt, baut er schnell eine Immunität auf und verhindert entweder die Krankheit oder lindert ihre Auswirkungen. Die für COVID-19-Impfstoffe verwendeten Produktionstechnologien sind:

■ **Inaktivierte Impfstoffe:** Inaktivierte Impfstoffe werden hergestellt, indem Viren abgebaut und unwirksam gemacht werden. Der Körper entwickelt durch das Erkennen dieser Partikel eine Abwehr und sorgt dann im Falle einer lebenden Virusinfektion für eine schnelle Zerstörung der Viren. Dadurch wird die Erkrankung verhindert. Der Sinovac-Impfstoff, der zur Bekämpfung von COVID-19 entwickelt wurde, ist ein inaktivierter Impfstoff.

■ **Virale Vektor-Impfstoffe:** Die Immunität wird durch die Injektion von lebenden, aber abgeschwächten Viren erreicht, die keine Krankheit verursachen können. Die Impfstoffe Sputnik-V und Oxford/Astra Zeneca gehören zu den viralen Vektor-Impfstoffen, die gegen COVID-19 entwickelt wurden.

■ **Messenger-RNA (mRNA)-Impfstoffe:** mRNA sind Strukturen, die die kodierten Informationen, die für die Synthese von Proteinen innerhalb der Zelle benötigt werden, an das Ribosom (die Einheit zur Proteinproduktion für Zellstruktur und -aktivitäten) liefern. Bei der Herstellung von mRNA-Impfstoffen wird ein Stück mRNA, das einem viralen Protein entspricht, im Labor künstlich hergestellt und durch eine Impfung in den Körper injiziert. Die mRNA gelangt in die Zellen des Körpers und ermöglicht den Proteinen des Virus, neue Antigene zu produzieren. Das Immunsystem erkennt diese Proteine und baut eine Immunität gegen die Krankheit auf. Die Biontech/ Pfizer- und Moderna-Impfstoffe sind Beispiele für mRNA-Impfstoffe.

WIE ENDET DIE COVID-19-PANDEMIE?

Pandemien haben in der Regel zwei Arten von Endungen. Durch die natürliche Immunität breitet sich das Virus in der überwiegenden Mehrheit der Bevölkerung aus. So wird entweder eine gemeinschaftliche Immunität erreicht oder die Übertragungs- und krankmachenden Eigenschaften des Virus werden allmählich geschwächt. Aktive Immunität bezieht sich auf die durch den Impfstoff erzeugte, schnellere und auf die gesamte Bevölkerung ausgerichtete Immunisierung. Da die Dauer der Pandemie und die genauen Auswirkungen des Virus im Falle einer natürlichen Immunität unbekannt sind, ist es schwierig, das Ausmaß des materiellen und emotionalen Schadens für die Gesellschaft vorherzusagen. Aus diesem Grund versuchen autorisierte Institutionen, die Pandemie zu bekämpfen, indem sie durch die Impfung der Bevölkerung eine aktive Immunität herstellen. Normalerweise würde die Entwicklung von Impfstoffen und die Erlangung der Erlaubnis, sie zu verwenden, im Durchschnitt etwa dreißig Jahre dauern. Dank der fortgeschrittenen Technologie und des angesammelten Wissens beträgt dieser Zeitraum heute jedoch durchschnittlich acht bis zehn Jahre. Im Fall der COVID-19-Pandemie war die Übertragungsrate im Vergleich zu anderen Viren jedoch sehr schnell und hat weltweit enorme Verluste verursacht, was die Behörden dazu veranlasste, schneller zu handeln. Traditionelle Impf- und Impfstoffvorbereitungsprogramme wurden aufgegeben, und der Impfstoff wurde in kurzer Zeit fertiggestellt. Bei Fragen wie "Soll ich mich impfen lassen?" oder "Welcher Impfstoff ist zu bevorzugen?", ist es angesichts der durch die aktuelle Pandemie verursachten Zerstörungen nicht ratsam, Anti-Impf-Bemerkungen auf der Grundlage von Hörensagen zu machen. In Anbetracht der Situation, in der wir uns befinden, wäre die angemessenste Antwort der Hinweis, dass eine Impfung "unter Anleitung zuverlässiger, offizieller Institutionen so schnell wie möglich" notwendig ist.

REFERENZEN: • Bekanntmachung des türkischen Gesundheitsministeriums Hacettepe Universität Hacettepe Fakultät für Medizin Publikationen
• Bekanntmachung der Weltgesundheitsorganisation

