



Greg Keh'in profesyonel kimliği...

IELA Yönetim Kurulunda 2005 yılından itibaren yer alan IELA Başkanı Greg Keh, başkanlığından önce başkan yardımcı ve aynı zamanda Üye Çalışma Grubu Başkanlığı yapmıştır. San Francisco doğumlu Greg Keh, Uluslararası Ticaret alanında lisans diplomasına sahipti ve 1985 yılından itibaren TWI Group şirketinde görev yapıyor. Bugün Greg Keh, şirket ortaklığının yanı sıra İdari Başkan Yardımcılığını yürütüyor. 1972 yılında kurulmuş bir lojistik şirketi olan TWI, günümüzde fuar lojistiği alanında ABD'nin öncü ve lider kuruluşları arasında yer alıyor.

Fuar lojistiğinin dünya başkanından UTA Lojistik'e özel açıklamalar...



Başkanı Greg Keh: IELA üyeliği kalite belgesi gibidir!

Röportaj - Burcu Gürses

Türkiye'den dört fuar lojistiği firmasının da üye olduğu dünyanın en geniş çaplı fuar forwarderleri derneği IELA, bugün 46 ülkeyden 181 üyeye sahip. 2010'da 25. yılını kutlayacak olan IELA'nın Başkanı Greg Keh, Gruptrans'tan Feyzan Erel'in IELA Yönetim Kurulu Üyesi, İda Expo'dan Tijen Özer'in ise IELA Gümruk Çalışma Grubu Başkanı olarak IELA'da aktif görev aldılarını vurgulayarak fuar lojistiği firmalarımızın uluslararası arenadaki başarısına da dikkat çekiyor. Kendisi de fuar lojistiği alanında ABD'nin global markalarından biri olan TWI Group'un ortağı ve şirketin İdari Başkanı olan Greg Keh, UTA Lojistik Dergisi'nin IELA'ya üyelik koşulları, IELA'nın üyelerine sağladığı avantajlar, global ekonomik krisin fuarcılık sektörüne ve IELA'ya yansımaları ile ilgili sorularını yanıtladı. Greg Keh, şirketlerin başarılı olmasının sağlayıp altın anahtarın "fark yaratmak" ve bu farkı destekleyip beslemek olduğunu söyleken fuar lojistiği firmalarının başarılarını artırabilmek için son dönemde 'özel proje' lo-

jistiği hizmeti sunmaya başladıklarını ve bu hizmetin detaylarını açıkladı.

IELA Derneği ve dernek üyeleri hakkında bilgi verir misiniz?

1985 yılında İsviçre, İngiltere, Fransa, Almanya'dan toplam 7 şirketin girişimi ile kurulmuş olan IELA üç kilit ismin oluşturduğu bir vizyonun bugüne yansımasıdır aslında. TWI Amerika şirketinden Steve Barry Amerika'daki fuarcılık alanındaki dernekleşmeyi (IA-EM/EDPA) global fuar forwarderlerini bir araya getirecek bir model olarak önumüze sunmuştu. Intertransport İsviçre'den Hans Brauchli, Barry'nin sunduğu bu modeli sektörümüze adapte ederek derneğimizin buyla dek öncüsü ve lideri oldu. Derneğin bugünlere gelmesindeki üçüncü kilit isim ise BTG Almanya şirketinden Klaus Rauch derneğin örgütlenmesinde ve kendi güçlü acenta ağını kullanarak derneğin isminin bilinirliğinin artırılmasında etkin rol oynadı.

IELA'nın kuruluş yeri İsviçre'dir ve ilk genel

kurulu 1986'da 25 üye ile Montreal'da gerçekleştirilmiştir. Bugün IELA, 46 ülkeden 118 üyeye sahip bir dernek olarak 2010'da 25. yılını kutlamaya hazırlanıyor.

IELA'ya üye olmak için gerekli koşullar nelerdir? IELA üyeliği fuar lojistiği firmalarına ne gibi avantajlar sağlamaaktadır?

Bir lojistik şirketinin IELA üyesi olabilmesi için öncelikli şart mevcut iki üyemiz tarafından üyelik başvurusunun desteklenmesidir. Üye olan şirketler fuarlarda sergilenecek materyallerin paketlenmesi, yüklenmesi, nakliyesi, transit taşınaması, depolanması, dağıtımları, paketlerinin açılması gibi hizmetleri ve buna bağlı ek hizmetleri sunabiliyor olması gerekiyor. Bu ilk iki şartı yerine getirebilen şirketlerin üyelik başvuruları IELA Yönetim Kurulu'nda oylenmeye tutulur ve bu aşamada da sözkonusu şirketin finansal yapısı ve diğer kilit faktörlerinin uygunluğu değerlendirilir.



IELA Derneği'nin
dergisi WORLD geçen
ay kapağı TÜRKİYE'yi
taşıdı...

FUAR VE SERGİ TAŞIMACILIĞI

uta LOJİSTİK

IELA üyesi olmak şirketlere önemli avantajlar sağlar. Bu avantajların başında kuşkusuz 'kalite' faktörü yer almaktadır. IELA üyesi şirketler fuar lojistiğindeki hizmet gücüyle, bu alandaki deneyimi, iş anlayışı ile fuarların başarılı olmasında önemli rol üstlenen şirketler olarak algılanıyorlar. IELA üyeleri, birbirleri için güvenilir, fuarlar konusunda deneyimli, yük elleçlemesinde, gümrüklemeye, zaman terminli işlerde bilgi ve tecrübe olarak donanımlı, hizmette en yüksek performansı sunacak yeterli sermaye ve işgücüne sahip birer iş ortağı olmaktadır.

Fuar lojistiğini diğer lojistik hizmetlerden ayıran özellikler nelerdir?

Aslında fuar lojistiğini diğer lojistik hizmetlerden ayırtan iki temel nokta vardır: Hacim ve Metodoloji... Herhangi bir lojistik şirketi genelde yüksek hacimlerde taşımalar gerçekleştirmek üzere kurulmuş ve verimliliği bu doğrultuda belirlemiştir. Fuar lojistiğinde ise her proses standardize edilmemiştir. Net-tutarlı bir kontrata, haftalık prosedürlere bağlı değildir. Hizmet sunulan tek bir etkinlik veya birbirine bağlı teker teker etkinlikler olabilir.

Fuar lojistiğinde metodoloji bile diğer lojistik hizmetlere kıyasla farklılık göstermektedir. Genelde birçok lojistik şirketi haftasonu çalışmamakta, geçici ihracata yönelik gümrük hizmeti sunmamakta, tüm fuar sürecine yönelik eğitilmiş personel bulundurmamaktadır. Çalışma saatlerindeki farklılık, fuar gibi kısa bir süreye yönelik yoğunlaştırılmış bir hizmet süreci fuar lojistiği sunan firmalar için normal bir tarzı olmakla birlikte diğer forwarderler için oldukça farklıdır.

Global ekonomik krizin fuar lojistiği sektörüne etkilerini IELA üyelerini baz alarak aktarabilir misiniz? Bu konuda elinizde rakamsal veriler bulunuyorsa UTA Lojistik okurlarıyla paylaşır misiniz? Bu alanda global birleşme ve satın almalar görüldü mü?

Elbette ekonomik kriz IELA üyeleri ni de etkilemektedir. Bazı üyelerimiz cirolarında düşüşler yaşıyor ve masrafıları kısma yoluna gidiyor. Ama bazı

Dünyada fuar lojistiğinin temelleri nasıl atıldı?

Ticaret fuarları yüzlerce yıldır yapılmakla birlikte günümüzdeki anlamına en yakın şekli 19. yüzyılın ortalarında gerçekleştirilmeye başlandı. Gottfried Schenker (1872), Langstaff ve Ehrenberg (1849), Pollack gibi büyük girişimciler bugünkü 'freight forwarder' kavramının temellerini kurdukları şirketlerle oluşturdular. Temellerinin Langstaff ve Ehrenberg (1849) ortaklılığı ile atılan ve 1886'da İngiliz işadamı Pollack'in da dahil olmasına LEP kisaltmasıyla hizmet sunan şirket günümüzde Agility Group'a dahil olmuştur. Bu şirketler gibi o dönemlerde kurulan ve köklü bir tarih oluşturan şirketler kuruluşlarından itibaren fuar lojistiği hizmeti sunmaya başlamışlardır. 1851 yılında İngiltere Kraliçesi Viktorya'nın eşi Prens Albert tüm Krallık'tan binlerce sergi eşyasını bir arada sergilenmesini sağlayan Büyük Sergi'yi (The Great Exhibition) açarak modern fuarlığın temellerini atmış ve bu tarz etkinliklere yönelik lojistik hizmet ihtiyacının olmasını da tetiklemiştir.

Üyelerimiz de iş hacimlerini artırıp büyümeye devam ediyorlar. Ancak genel olarak fuarcılık sektörü 2009 yılını yüzde 30 civarında bir küçülmeye tamamlayacak gibi gözükmektedir. 2010'da da durum çok fazla değişimeyecektir. İki şirketler bu krizden finansal olarak daha güçlü ve piyasada daha rekabetçi olarak karşımıza çıkacaktır. Birleşme ve satın almalar gelecek olursak; zaten son birkaç yıldır fuar lojistiği sektörünün güçlü oyuncuları pazar paylaşımı birleşme ve satın almalarla yükselmenin peşindedirler. Bu sebeple birleşme ve satın almalar krizden bağımsız olarak fuar lojistiği alanında zaten birkaç yıldır yaşanmaktadır ve bunların örneklerini elbette gördük.

Peki ekonomik kriz IELA üyelerinde sayosal azalmaya yol açtı mı?

IELA her yıl Haziran ayında düzenlenen genel kurulda üyelerinin raporu-

nu oluşturur. 2008/2009 üyelik döneminde IELA üye sayısı açısından yüzde 18'luk bir artış kaydederek 103 olan üye sayısını 118'e yükseltmiştir. 2010 için öngörümüz ise bu kadar büyük bir üye artışı beklememekle birlikte yeni üyelerin ekleneceği yönündedir.

Fuar lojistiği hizmeti sunan forwarderler bu alandaki pazarlarını nasıl genişletiyor, büyümeye yönelik neler yapıyorlar?

Fuar lojistiği alanında hizmet sunan firmaların başka lojistik firmalarının işini bir anlamda kaparak büyümeleri elbette bu işin bir parçası. Büyümek için yeni bir adım ise, bazı fuar lojistiği firmalarının yapmaya başladıkları 'özel proje' lojistiğidir. Özel proje lojistiği dediğimizde aklımıza terminli, deadline'ları olan, lojistik hizmetlerdeki başarısızlık karşısında ciddi parasal cezai yaptırımları bulunan işler aklımıza gelmelidir. Bu tarz kritik işleri daha önceden sadece global lojistik hizmet sağlayıcıları hatta 3PL - Üçüncü Parti Lojistik Hizmet Sağlayıcıları yapmaya cesaret edebilirken şimdi birçok IELA üyesi bu alanda ciddi büyümeye, başarı kaydediyorlar.

Son olarak genç fuar lojistiği firmalarına işlerini büyütmeleri, geliştirmeleri için neler önerirsınız?

Ben tüm lojistik şirketlerine aynı şeyi öneriyorum; başarının anahtarını şirketinizin "farklı, tek" olduğunu ortaya koymaktır. Global lojistik sektöründe tüm dünyada ofisleri olan, binlerce çalışanı bulunan birçok dev uluslararası şirket yer almaktadır. Bunun yanı sıra yine bu sektörde 2 ile 20 arasında çalışan sayısı olan küçük çaplı lojistik firmaları da hizmet sunuyor. Dünyanın her yerinden birçok lojistik şirketinin rekabet seline kapıldığı bu dönemde ayakta kalabilmenin tek yolu şirketinizin farklılığını ortaya koymaktır. Bu farklılık personeliniz mi, hizmetiniz mi, iş yapış süreciniz mi, müşteri ilişkileriniz mi, acentalı ilişkileriniz mi? Her ne ise, bu farklılığı bulun ve onu destekleyin, güçlendirin. Farklılaşmış şirketler göze çarpar ve her iş kolunda başarının anahtarını elinde tutar.