

# Eskişehir Kahve Tadında



**Mert Sert**  
Urban Fun Factory  
Yönetim Kurulu Başkanı

CoffeeCarnaval  
Eskişehir'e kahve  
ihracatında öncü olan  
ülkeleri davet ederek  
uluslararası bir etkinlik  
gerçekleştirdik

09-10 Aralık 2017 tarihleri arasında Eskişehir Anadolu Üniversitesi Yunus Emre Kampüsü'nde ilk kez gerçekleşen CoffeeCarnaval büyük ilgi gördü ve merak uyandırdı. Birçok hemşerimizin merak ettiği; Kahve festivalinin amacı nedir? Kim tarafından organize edildi? Neden Eskişehir? Sorularına kısaca yanıt vermeye çalışacağız.

Eskişehir'in ilk kahve festivali olan CoffeeCarnavalUrban FunFactory(UFF) tarafından düzenlendi. Urban FunFactory; organizasyon sektöründe 10 yılın üzerinde bir tecrübeye sahip şirketler grubunun bir üyesidir. Bizim uzmanlık alanlarımız daha çok kongre, seminer ve fuar organizasyonları.

Son yıllarda kahveye çok ciddi bir talep söz konusu olduğu için kahve ile ilgili etkinlikler de düzenlemeye başladık ve bunu ailevi köklerimizde bulunduğu Eskişehir'de yapmak istedik. Çünkü sosyo-kültürel yapısı, genel yaşam tarzı ve eğitim seviyesi ile Eskişehir göç veren değil göç alan, potansiyeli henüz tam keşfedilmemiş bir şehir.

Eğitimli ve girişimci bir genç nüfusa sahip, sanayideki büyümeyle hatırı sayılır bir beyaz yakalı çalışan kitlesi mevcut Eskişehir'de. İç Anadolu'nun yükselen ekonomisi diyebiliriz. Hızlı tren sayesinde büyük metropollere artık çok daha yakın. Genel yapısı ve coğrafi konumunun bu gelişmeyle desteklenmesinden sonra Eskişehir çok daha büyük bir cazibe merkezi haline gelecektir.

## FUAR VE KONGRE MERKEZİNİN BÜYÜK KATKISI OLACAK

Bu bağlamda; hedeflerimizden biri CoffeeCarnaval'ı uluslararası bekle- nen bir fuar organizasyonu haline getirmek. Eskişehir'i tercih etmemizin nedenlerinden biri de şehrin kültürel ve ticari yaşamına büyük katkısı olacağına inandığımız, Eskişehir Ticaret Odası (ETO) tarafından yapılan Fuar ve Kongre Merkezi. Bu merkezin Türkiye'deki fuar-kongre sektörü için çok güçlü bir alternatif haline geleceğine inanıyorum.

Hal böyleyken ekonomimizin gelişimi için bizler de harekete geçmek istedik. Kahve hatırı sayılır ekonomik bir değer; yıllık ihracat değeri 20 milyar dolar, kayıt altındaki yıllık toplam ticari değeri ise 100 milyar dolar. Petrolden sonra en fazla ticareti yapılan ürün ve sudan sonra en fazla tüketilen içecek.

## ÜLKEMİZDE KAHVE TÜKETİMİ İVME KAZANDI

Ayrıca katılımcıların ilgisi de oldukça yoğun, bugüne kadar üç kez gerçekleşen CoffeeCarnaval etkinliklerinde 25 bin katılımcı ağırladık. Bizim kültürümüzde zaten Türk kahvesinin yeri bambaşka fakat tüm dünyada da farklı disiplinlerde, farklı sunum tarzlarıyla, değişik ülkelerden gelen ve değişik özellikleri haiz çekirdekler soğuk, sıcak, frozen veya mixology şeklinde çok farklı lezzetler halinde hitap ediyor insanlara. Ülkemizde de





kahve tüketimi farklı stilleriyle ivme kazanmaya başladı. Kahve kendi içinde uzmanlık isteyen bir hale geldi. Şu an üçüncü nesil kahve demleme yöntemleriyle karşı karşıyayız. Eskiden, "Kahvenizi nasıl alırdınız?" sorusuna, sütü ya da şekersiz gibi cevaplar verirken artık kahve kültürünün ne kadar kapsamlı olduğunun farkına varmış olduk.

### **KAHVE İHRACATINDA ÖNCÜ ÜLKELER ESKİŞEHİR'DE AĞIRLANDI**

Global hedeflerimiz doğrultusunda; CoffeeCarnaval Eskişehir'e kahve ihracatında öncü olan ülkeleri davet ederek uluslararası bir etkinlik gerçekleştirdik. Amacımız kahveyi ülke ekonomimize daha fazla entegre ederek, tüm bu dinamikleri harekete geçirebilmektir.

Kenya, Etiyopya, Ekvator, Kosta Rika ve Yemen gibi kahve sektörünün lider ülkelerini Büyükelçilik seviyesinde Eskişehir'de ağırladık ve kahvenin topraktan fincana kadar olan serüvenini gerçekleştiren 12 ayrı seminer ve atölye çalışmalarıyla 8 bin ziyaretçimize sunduk.

Yurtdışından stantlı katılım gerçekleştiren ülkelerimiz dışında; Brezilya, Guatemala, Filipinler, Katar, Endonezya, Vietnam, Avusturya ve Peru ziyaretçi olarak Karnavalımıza katıldı ve 28-29

Nisan 2018 tarihinde Eskişehir Anadolu Üniversitesinde gerçekleştireceğimiz Karnaval için Büyükelçilikler şimdiden uluslararası çağrılara başladı.

### **SOSYAL MEDYA REKLAMLARI 3 MİLYON KİŞİYE ULAŞTI**

Eskişehir'de yapılan ilk kahve etkinliği için ulusal ve yerel basın kanallarında yoğun bir çalışma gerçekleştirildi. Sosyal mecralardaki yalnızca organik erişim sayısı 328 bin 678 kişiye ulaştı. Sosyal medya reklamları 3 milyon 216 bin 801 kişiye gösterildi ve gösterilen reklamlara 55 bin 680 kişi eylemde bulundu.

60 ayrı noktada bulunan billboard ve CLP'lerde etkinliğe ilişkin tanıtım çalışmalarına yer verildi. Ulusal bazda etkinliğin duyurusu yapıldı. Basında; 30'u aşkın haber ve reklam görseli paylaşıldı, TV'lerde haber yapıldı. Yapılan tanıtım çalışmaları sonucu, Eskişehirli hemşerilerimizin yanı sıra; Bursa, Ankara, İstanbul, Afyon ve Kütahya illerimizden yoğun katılım gerçekleşti.

### **ÖNCELİK KONSEPTİ DOĞRU SUNMAK**

Tanıtım faaliyetlerinin yanı sıra; sektörün ilgisini Eskişehir'e çekmek ve katılımcı olmalarını sağlamak için yoğun mesai harcandı. Şöyle izah edeyim, her zaman için ilk aşaması en zordur.

O startup girişimini yapabilmek her zaman çok daha meşakkatlidir. Fakat o çark bir kere dönmeye başladığı zaman devamı geliyor. Dolayısıyla öncelikle insanlara konseptinizi bir vizyon olarak, bir hayal olarak en doğru şekilde sunmanız gerekiyor. O heyecanı ve tutkuyu aktarabilirsiniz, işin ne kadar içinde ve arkasında olduğunuza insanları ikna edebilirsiniz, insanlarla o denli bütünleşiyor ve güzel geri dönüşler alabiliyorsunuz.

Tabii ki yeni bir şehre girdiğinizde katılımcı firmalar temkinli davranıp önce bir bakalım nasıl yapıyorlar, ilgi nasıl görmek istiyorlar ve sizi takibe alıyorlar. Doğru işler yaptığınızı düşündükleri zaman ya yatırımlarını büyütüyor geliyorlar ya da daha önce katılımcı olarak yer almamışlarsa dahabir sonraki organizasyonda bulunmak istiyorlar. Bu da tabii ki şehre yatırımcı olarak gelmeyi düşünenlere referans olmuş oluyor. Tüm bunlar elbette normal zira tüm şirketler bütçesini en doğru şekilde kullanmak için çaba gösteriyorlar. Ayrıca Karnaval gibi uluslararası etkinlikler, katılımcıların memnuniyet düzeyleri ile tekrar gelme niyetleri turizm sektöründe de hareketliliğe sebep oluyor.

### **AMAÇ ETKİNLİĞİ GELENEKSELLEŞTİRMEK**

Bundan sonraki hedefimiz Eskişehir'de geleneksel hale getireceğimiz etkinliğimizi, şehrin ekonomik değerlerinden biri haline getirmek için çalışmalarımıza hız vermek. Tabii ki organizasyonun bu kadar başarılı geçmesi ve hedeflerin büyüyerek sürdürülebilmesi tek başına başara-bileceğiniz bir şey değil.

Tüm çalışma arkadaşlarım adına; organizasyonumuza inanarak elinden gelen desteği veren; Anadolu Üniversitesi Rektörlüğü ve Eskişehir Ticaret Odası başta olmak üzere tüm kurum, kuruluş, STK, özel sektör temsilcileri, yerel basın ve en önemlisi Eskişehir halkına teşekkür ediyorum.