

TİM

Türkiye İhracatçılar Meclisi Resmî Yayın Organı

REPORT

Sayı: 254 Nisan 2026

Yüksek Teknoloji, Yüksek Katma Değer



İhracatta Nitelikli Büyüme Devam Ediyor

Orta Doğu'daki
Ateş Çemberinin Faturasını
Kim Ödeyecek?

Mavi Ekonomi
Değerine
Değer Katıyor

Anadolu'nun
Taşlarına İşlenen
Osmanlı Ruhu



460



TRIO
YACHTING YOUR LIFE

Trio Deniz Araçları Tic. AS
İstanbul | Marinturk İstanbul Cityport Marina 6G41 Pendik İstanbul
Bodrum | D-Marin Turgutreis Bodrum Muğla
Göcek | Marinturk Village Port Göcek Muğla
+90-216-511-1000 | trio@triodeniz.com | triodeniz.com



Hanse
BREAKING RULES . SETTING TRENDS

315 348 360 410 418 458 460 510 590 hanseyachts.com

MOLECOR
O-PVC Boru **Türkiye**

Made in
Türkiye



TOM

Basıncılı sular için en iyi tercih



Daha yüksek hidrolik kapasite



Üstün darbe direnci



Yüksek hidrostatik dayanım

Çap aralığı: DN90 mm – DN1200 mm

Basınç sınıfları: PN12,5 · PN16 · PN20 · PN25 bar

ECO FITTOM

Su yönetiminde eksiksiz çözüm



Yüksek esneklik



Üstün darbe direnci



Tam sızdırmazlık

Çap aralığı: DN90 mm – DN500 mm

Basınç sınıfları: PN16 bar



www.molecor.com.tr | info@molecor.com | T: +90 (232) 935 5959

İçindekiler

10

TÜRKİYE'NİN MART AYI İHRACATI 21,9 MİLYAR DOLAR OLDU

Türkiye mart ayını, 21,9 milyar dolarlık ihracatla tamamladı. İhracat, 2026'nın ilk çeyreğinde 63,3 milyar dolara, son 12 ayda ise 271,3 milyar dolara ulaşmış oldu.

20

YÜKSEK TEKNOLOJİDE TÜRKİYE ETKİLİ DÖNEM

Küresel ekonominin eksenini, son çeyrek asırda benzeri görülmemiş bir hızla dijitalleşme ve ileri teknoloji yönünde kayarken Türkiye de global dalgalanmalara karşı en güçlü kalkınan katma değerli üretime odaklandı.

28

"YAZILIM SEKTÖRÜ ULUSLARARASI REKABET GÜCÜNÜ PEKİŞTİRİYOR"

Hizmet İhracatçıları Birliği Yazılım ve Bilişim Sektör Komitesi Başkanı ve Telenity CEO'su Şevket İlhan Bağören: "Uluslararası pazarda 'Türkler mutlaka teslim eder' algısıyla büyük bir güvene sahip olan yazılım ve bilişim sektörü kilogram başına ihracat değerini sürekli artırıyor."

34

TUNA'DAN DÜNYAYA AKAN TİCARET: ROMANYA

Balkanlar ile Avrupa arasında stratejik bir geçiş noktası olarak konumlanan Romanya; doğal kaynakları, stratejik coğrafi konumu ve hızla gelişen pazar dinamikleriyle Avrupa'nın dikkat çekici ekonomilerinden biri olmayı sürdürüyor.

46

ORTA DOĞU'DAKİ ATEŞ ÇEMBERİNİN FATURASINI KİM ÖDEYECEK?

ABD-İsrail ve İran arasındaki savaşın, sadece jeopolitik dengeleri değil, küresel ticareti de temelden sarsan etkisi; enerji ve navlun maliyetlerinde ani sıçramalara neden olduğu gibi dünyadaki gıda güvenliğini de tehdit eden bir boyuta ulaştı.

58

MAVİ EKONOMİ DEĞERİNE DEĞER KATIYOR

90'ı aşkın ülkeye doğrudan gerçekleştirdiği ihracat ile küresel pazardaki rekabet gücünü ispatlayan Türk su ürünleri sektörü, bugün ithalatının yaklaşık 11 katı oranında ihracat yapıyor.

64

BEYAZ ALTININ TESCİLLİ MARKASI SÖKE PAMUĞU

Avrupa Birliği'nden coğrafi işaret tescilli alan dünyadaki ilk ve tek pamuk ürünü olan Söke Pamuğu, benzersiz kalitesiyle dünya tekstil devlerinin iplik ve kumaş üretimindeki ilk tercihi haline gelmiş durumda.

70

ANADOLU'NUN TAŞLARINA İŞLENEN OSMANLI RUHU

Sokağa taşan cumbalı ve serin taşlıklarıyla incelikli bir yaşam felsefesinin yansıması olan Osmanlı evleri, günümüze miras kalan örnekleriyle Anadolu'nun dört bir yanında nefes almaya devam ediyor.

64



Parlak görünümü ve uzun lifleriyle dikkat çeken Söke pamuğu, AB'nin resmi değerlendirmesinde de bu nitelikler üzerinden tanımlanıyor.

58

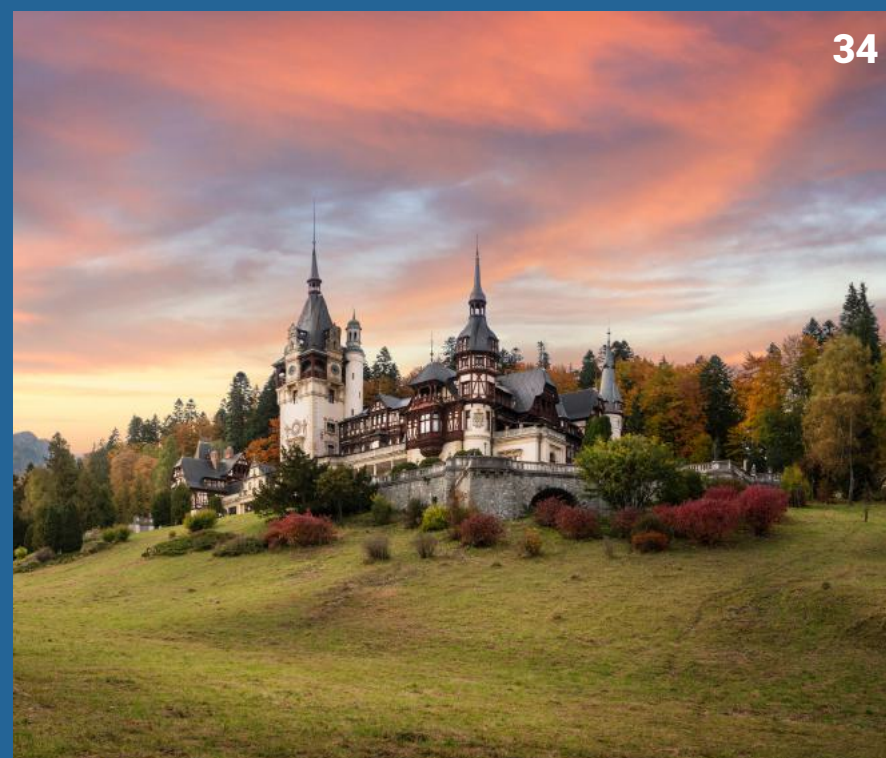


Tezmaksan Grup CEO'su Hakan Aydoğdu: "CubeBOX™ gibi sistemler sayesinde Türkiye'de geliştirilen teknolojiler hem yerli sanayinin dönüşümüne katkı sağlıyor hem de Türkiye'nin teknoloji geliştiren bir ülke olarak konumlanmasına destek oluyor. Bu da Türkiye'yi sadece üretim yapan bir ülke konumundan çıkararak, teknoloji geliştiren ve ihraç eden bir sanayi merkezi haline getiriyor."

52



34



TİMREPORT

TİM ADINA SAHİBİ BAŞKAN
Mustafa GÜLTEPE

YAYIN KURULU
Adil PELİSTER
Birold CELEP
Melisa TOKGÖZ MUTLU
Yiğit Tufan ESER
Elif ÇAKIROĞLU ERDEM
Mustafa SEÇİLMİŞ
Yıldırım ÖZCAN

EDİTÖR
Tayyip YAHYAOĞLU
Okan UKAV

YÖNETİM YERİ
TİM Dış Ticaret Kompleksi
Yenibosna Merkez Mahallesi Sanayi Caddesi No:
3 B Blok Kat : 9 34197 Bahçelievler / İSTANBUL
444 0 846 (TİM)
tim@tim.org.tr • www.tim.org.tr

viyamedya

AJANS BAŞKANI
Selda YEŞİLTAŞ

YAYINLAR KOORDİNATÖRÜ
Murat ERDOĞAN

ART DİREKTÖR
Serpil YENİHAYAT

GRAFİK TASARIM
Hira DOLGUN

EDİTÖR
Gizem İRİS

REKLAM MÜDÜRÜ
İlknur ULUSOY
ilknur@viyamedya.com

İLETİŞİM
Şafak Sokak No 45, Yunus Apt.
Kat: 3 (Rumeli Pasajı içi)
Nişantaşı - Şişli / İSTANBUL
+90 212 236 00 50
www.viyamedya.com | viya@viyamedya.com

✕ f @
/viyamedya

TİM TÜRKİYE
İHRACATÇILAR
MECLİSİ

İŞİMİZ ÜRETİM GÜCÜMÜZ İHRACAT

MUSTAFA GÜLTEPE

TİM Başkanı



En Büyük Gündemimiz Rekabetçilik

İhracatta işlerin yolunda gitmediği bir dönemden geçiyoruz. Mevcut sorunlara ilave olarak mart ayında yakın coğrafyamızda yeni bir savaş gerçeğiyle karşı karşıya kaldık. İran savaşının olumsuz yansımalarını daha ilk aydan fazlasıyla hissettik. Mart ayında Körfez ülkelerine ihracatımız yüzde 37 düşüşle 1 milyar 371 milyon dolara geriledi. Sadece bir ayda bölge ülkelerine ihracatta 815 milyon dolarlık kaybımız var.

Savaşın ve bayram tatilinin etkisiyle mart ayında yüzde 6,4 gerileyen ihracatımız 21,9 milyar dolarda kaldı. Yılın ilk üç ayını ise yüzde 3,1 azalışla 63,3 milyar dolarlık ihracatla tamamladık. Ortaya çıkan bu tabloyu yalnızca rakamlarla değil, içinde bulunduğumuz şartlarla birlikte okumamız gerekiyor.

Özellikle Körfez ülkelerinde yaşanan gelişmeler, ihracatçımızı önemli ölçüde etkiledi. Bölgede ticaretin yavaşlaması, talebin gerilemesi ve lojistik hatlarda yaşanan sıkıntılar nedeniyle ciddi kayıplarla karşılaştık. Ancak böylesi dönemlerde mevcut pazarlarımızla bağı koparmadan yeni alternatifler geliştirebilmek çok daha önem kazanıyor. TİM ve ihracatçı birliklerimizle beraber bir yandan kayıpları telafi etmeye, diğer yandan da yeni pazarlar bulmaya odaklanıyoruz. Amerika'dan Afrika'ya, Uzak Doğu'dan Avrupa'ya uzanan geniş bir coğrafyada yeni fırsatları değerlendirmek için yoğun bir çalışma yürütüyoruz. Mart ayında gerçekleştirdiğimiz ticaret heyetlerinin ardından, nisan, mayıs ve haziran aylarında da çok güçlü bir programla sahada olmaya devam edeceğiz.

Bugün ihracatçımızın önündeki en temel başlıklardan biri rekabetçilik. Enerji maliyetleri

yükseliyor, ham madde fiyatları artıyor, finansmana erişim zorlaşıyor. Buna karşılık satış tarafında aynı ölçüde bir gelir artışı sağlanamıyor. Girdi maliyetleri ile çıktı gelirleri arasındaki makas açıldıkça, sanayicimizin ve ihracatçımızın yükü ağırlaşıyor. Uzun süredir dile getirdiğimiz gibi, artık birçok sektörümüz fiyat tutturmakta, iş almakta ve rekabet etmekte zorlanıyor. PMI verilerinden kapasite kullanım oranlarına kadar pek çok göstergede bu baskıyı görmek mümkün. Dolayısıyla bu dönemde üretimi, sanayiye ve ihracatı güçlendirecek yeni desteklerin hızla devreye alınması büyük önem taşıyor.

Bununla birlikte, tüm zorluklara rağmen Türkiye'nin elindeki önemli avantajları da unutmuyoruz. Güçlü üretim altyapımız, yüksek kapasitemiz, yakından tedarik avantajımız, esnekliğimiz ve hızlı hareket edebilme kabiliyetimiz, değişen koşullara uyum sağlama konusunda bize önemli bir avantaj sunuyor. TİM ve ihracatçı birliklerimiz de sahayı yakından izleyen, dinamik ve çözüm odaklı bir yapıyla çalışmalarını sürdürüyor. İçinden geçtiğimiz dönemde stratejilerimizi güncellemekten, yeni yol haritaları oluşturmaktan ve ihracatçımızın önünü açacak adımlar için mücadele etmekten geri durmayacağız.

Zor bir dönemden geçiyoruz. Ancak ihracat ailesi olarak bugüne kadar pek çok sınamayı birlikte aştık. Aynı kararlılıkla çalışmaya, üretmeye, yeni pazarlara ulaşmaya ve ülkemiz için değer üretmeye devam edeceğiz. Doğru desteklerle, doğru politikalarla ve ortak akılla hareket ettiğimiz sürece, bugün yaşadığımız güçlüklerin yarının daha güçlü başarısına dönüşeceğine yürekten inanıyorum.

DÜNYA TURU



DÜNYA

SINIR ÖTESİ B2C E-TİCARET PAZARI BÜYÜYOR

Sınır ötesi B2C e-ticaret pazarının, 2024 yılındaki 1,2 trilyon dolarlık değerinden 2025 yılında 1,5 trilyon dolara ve 2035 yılına kadar yıllık yüzde 27,3'lük güçlü bir bileşik büyüme oranıyla 17,3 trilyon dolara ulaşması öngörülmüyor. Küresel dijital pazar yerlerinin genişlemesi, internet ve akıllı telefon kullanımının artması, gelişmiş lojistik ağları ile güvenli dijital ödeme sistemleri bu hızlı büyümeyi destekliyor. Tüketiciler rekabetçi fiyatlar, geniş ürün çeşitliliği ve markalara erişim avantajlarıyla uluslararası satıcılara yönelirken; yapay zekâ destekli sistemler, çok dilli platformlar, yerleştirilmiş stratejiler ve basitleştirilen gümrük süreçleri sınır ötesi ticarete ivme kazandırıyor.



ABD

TRUMP'IN YENİ GÜMRÜK VERGİSİ BEKLENENDEN DAHA DÜŞÜK OLDU

ABD Başkanı Donald Trump'ın yeni küresel gümrük vergileri yüzde 10 oranında yürürlüğe girdi. Yüksek mahkemenin kapsamlı ithalat vergilerini engellemesinin ardından Trump, oranı yüzde 15 yapacağını belirtmişti. Ancak resmî belgelere göre artırım talimatı verilmeden yüzde 10'luk oran uygulandı. Başkan Trump, Amerika'nın ticaret açığını azaltmak için bu vergileri zorunlu görüyor. Ancak buna rağmen dış ticaret açığı, geçen yıl 2024 yılına kıyasla yüzde 2,1 oranında genişleyerek 1,2 trilyon dolar ile rekor seviyeye ulaştı. Son resmî verilere göre Amerika Birleşik Devletleri, uygulanan bu ek oranlarla en az 130 milyar dolar gümrük vergisi topladı.



AB

SANAYİ SEKTÖRÜ, ÜCRETSİZ KARBON TAHSİSATLARININ DEVAMINI TALEP ETTİ

Anketler, Japonya ve Güney Kore'nin imalat faaliyetlerinin ABD gibi büyük pazarların ivmesini sürdürmesi sayesinde uzun dönem büyüme hızını koruduğunu gösteriyor. Çin'de faaliyetlerin yavaşladığını gösteren önceki resmi raporun aksine, yapılan bir ankete göre ihracat siparişlerinin toparlanmasıyla birlikte imalat faaliyetleri ocak ayında daha hızlı bir şekilde genişledi. Ocak ayında Çin'de PMI, 50,3'e yükselerek ekim ayından bu yana en yüksek seviyeye ulaştı. Aynı ay, PMI endeksi Japonya'da 51,5'e, Güney Kore'de ise 51,2'ye yükseldi. Hindistan'ın imalat faaliyetleri, talebin hafifçe iyileşmesiyle ocak ayında biraz artarak birlikte bu artış iş dünyasının iyimserliğini artıracak veya istihdamı anlamlı bir şekilde yükseltecek kadar güçlü değil.



İNGİLTERE

BÜYÜME TAHMİNLERİ GERİLEDİ

İngiltere Maliye Bakanı Rachel Reeves uyguladıkları ekonomi planının işe yaradığını belirtse de Bütçe Sorumluluğu Ofisi (OBR), İngiltere'nin 2026 yılı büyüme tahminini yüzde 1,4'ten yüzde 1,1'e düşürdü. Buna karşılık, 2027 ve 2028 yılları için olan büyüme beklentileri ise yüzde 1,6'ya çıkarıldı. OBR, enflasyonun 2026 yılı sonunda yüzde 2 hedefine inmesini öngörüyor. Ancak enerji fiyatlarındaki büyük artışların enflasyonu yeniden tetikleyebileceği, bu durumun da İngiltere Merkez Bankasının bu yıl yapacağı olası faiz indirimlerini kısıtlayabileceği ifade ediliyor. Kişi başına düşen GSYİH'nin 2026 ile 2030 arasında yıllık ortalama yüzde 1,1 büyümesi ve işsizliğin 2026'da yüzde 5,3 ile zirve yapması bekleniyor.



AVUSTRALYA

KRİTİK MINERALLER İÇİN YENİ ANLAŞMALAR İMZALANDI

Değişen küresel düzende kendilerini orta güç olarak konumlandıran Kanada ve Avustralya, büyük güçlerle rekabet etmek yerine güçlerini birleştirerek stratejik bir ortaklık kurdu. Kanada Başbakanı Mark Carney'nin, Avustralya ziyareti kapsamında, kritik minerallerin tedarik zincirini güvence altına almayı amaçlayan kapsamlı anlaşmalar imzalandı. Küresel lityum ve uranyum üretiminin yaklaşık üçte birini karşılayan bu iki ülke, tedarik sıkıntılarını aşmak için güçlü bir üretim ittifakı oluşturmayı hedefliyor. Bu stratejiyle Avustralya, nadir toprak elementleri stoku oluşturmak için 1,2 milyar dolarlık bir bütçe ayırdı. Taraflar savunma, ticaret ve yapay zekâ gibi alanlarda da iş birliğini giderek daha derinleştiriyor.



GÜNEY AFRIKA

E-TİCARET PAZAR BÜYÜKLÜĞÜ BEKLENTİSİ 2,2 TRİLYON DOLAR

IMARC Group'un yayımladığı son güncel araştırmaya göre Güney Afrika e-ticaret pazarı, 2024 yılında ulaştığı 187,6 milyar dolarlık hacmini 2033 yılına kadar 2 trilyon 199 milyar dolara taşıyacak. Pazarın söz konusu tahmin döneminde yıllık yüzde 27,9 oranında güçlü bir bileşik büyüme sergilemesi öngörülmüyor. Nüfusun yüzde 67'sinin alışveriş amacıyla sosyal medyayı aktif bir şekilde kullanması bu hızlı büyümeyi destekliyor. Markalar, aradaki sosyal etkileşimi doğrudan satın alımlara dönüştürebilmek için hedefli reklamlardan ve fenomen iş birliklerinden giderek daha çok faydalanıyor. Böylelikle sosyal medyada gezinmek, işletmeler adına son derece meşru bir satış kanalına dönüşmüş oluyor.

Türkiye'nin Mart Ayı İhracatı 21,9 Milyar Dolar Oldu

Türkiye mart ayını, 21,9 milyar dolarlık ihracatla tamamladı. İhracat, 2026'nın ilk çeyreğinde 63,3 milyar dolara, son 12 ayda ise 271,3 milyar dolara ulaşmış oldu.



Türkiye'nin mart ayı ihracatı 21,9 milyar dolar oldu. 2026 yılında ilk çeyrek ihracatı 63,3 milyar dolara, son 12 aylık ihracat ise 271,3 milyar dolara ulaştı. Mart ayı ihracat verileri Ticaret Bakanı Ömer Bolat ve Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mustafa Gültepe tarafından Van'da açıklandı.

"İHRACATIMIZI ARTIRMAYA, İTHALATIMIZI MAKUL DÜZEYLERDE TUTMAYA, GAYRET EDİYORUZ"

Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat, son beş yılın en önemli ekonomik olumsuzluk etkisi olan yüksek enflasyonun dünyanın başındaki en büyük sıkıntılardan biri olduğunu belirterek, "Ekonomiler devam etmek zorunda, insanlar yiyip içmek, hayatını idame ettirmek durumundalar, üretim şartları çalışmak durumunda. Bu atmosferde hayat devam ediyor. Biz de Ticaret Bakanlığı olarak her vesileyle ihracatımızı artırmaya, ithalatımızı makul düzeylerde tutmaya gayret ediyoruz." şeklinde konuştu.

Savaşların gelişmeleri olumsuz etkilediğine işaret eden Bolat, "Dünya Ticaret Örgütü, dünya ticaretinin patronu konumunda. Mart ayındaki 2026 raporuna göre, geçen yıl yüzde 4,6 oranında artan küresel ticaret hacminin bu yıl yüzde 1,9'a gerilemesi tahmin edilmekte. OECD'nin mart raporuna göre 2025 yılında yüzde 3,3 büyüyen dünya ekonomisi bu yıl için yüzde 2,9 ancak büyüyecek tahmini yapılmakta." dedi.

Hürmüz Boğazı'nın kapatılmasının, başta enerji ve petrokimya ürünleri olmak üzere ciddi olumsuz etkiler yarattığını dile getiren Bolat, sözlerine şöyle devam etti: "Türkiye'nin, Körfez ülkelerine yönelik ihracatında yüzde 40'lık bir azalış gerçekleşti. Hükümetimiz bu olumsuz etkileri bertaraf etmek üzere yoğun bir çaba içinde. Enerji, doğal gaz, petrol, madeni yağlar, gübre ve petrokimya ürünleri noktasında arz sorunumuz yok. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığımızın kaynak çeşitlendirme politikaları sayesinde stoklarımız yeterli düzeyde." değerlendirmesinde bulundu.

"BU YIL İHRACATTA DALGALI BİR SEYİR SÖZ KONUSU"

Mart ayı ihracat sonuçlarını da değerlendiren Bakan Bolat, mal ihracatının 21 milyar 900 milyon dolar olduğunu belirterek, bunun geçen yılın mart ayına kıyasla yaklaşık 1,5 milyar dolarlık bir azalışa tekabül ettiğini söyledi. Savaş şartları, uzun bayram tatilleri ve takvim etkisinin de ihracata olumsuz etkisinin olduğuna işaret eden Bolat, "İşlenmiş ürünler olarak altın ihracatında da 350 milyon dolarlık bir azalma var. Ocak ayında yaklaşık 800 milyon dolar azalış oldu. Şubat ayında 300 milyon dolar artış oldu. Şimdi mart ayında 1,5 milyar dolar bir gerileme oldu. Ama nisan ayında 23 Nisan resmi tatili dışında bir tatilimiz olmayacak. Biz bu açığı nisan ayında kapatacağız ama sonra mayıs ayı gelecek. Uzun bir dokuz günlük Kurban Bayramı tatili ufukta gözüküyor. Orada da ihracatta geçen yıl mayıs ayında rekor kırmıştık. Haziran ayında da onu telafi edeceğiz. Bu şekilde dalgalı seyir devam edecek."

"MART AYINDA 938 FİRMAMIZ İLK KEZ İHRACAT YAPTI"

TİM Başkanı Mustafa Gültepe, mart ayıyla birlikte ihracatta ilk çeyrek performansının netleştiğini söyledi. İlk üç ayda arzu ettikleri seviyenin gerisinde kaldıklarını belirten Gültepe, şöyle devam etti: "Genel Ticaret Sistemi (GTS) kayıtlarına göre, mart ayını 21,9 milyar dolarlık ihracatla tamamladık. Geçen yılın aynı ayına göre yüzde 6,4 eksideyiz. İhracatımız 2026'nın ilk çeyreğinde 63,3 milyar dolara, son 12 ayda ise 271,3 milyar dolara ulaştı. İlk çeyreği yüzde 3,1 ekside tamamlarken, 12 aylık çevrimde yüzde 3 artıdayız. Mart ayında 26 sektörümüzden 18'inin ihracatı daraldı. Sektörler sıralamasında

otomotiv, 3,3 milyar dolarla liderliğini sürdürdü. Otomotivi 3 milyar dolarla kimyevi maddeler, 1,6 milyar dolarla çelik, 1,5 milyar dolarla elektrik elektronik ve 1,2 milyar dolarla hazır giyim takip etti. TİM verilerine göre, geçen ay 34 ilimiz ihracatını artırdı. En çok ihracat yapan beş ilimiz İstanbul, Kocaeli, Ankara, Bursa ve İzmir şeklinde sıralandı. Mart ayında 938 firmamız ilk kez ihracat yaptı. Bu firmalarımızın ihracatımıza katkısı yaklaşık 108 milyon dolar oldu. Parite, ihracatımıza geçen ay 682 milyon dolar katkı verdi."

"MART AYINDA KÖRFEZ ÜLKELERİNE İHRACAT YÜZDE 37 AZALDI"

Mustafa Gültepe geçen ay 125 ülke ve bölgeye ihracatın arttığını, 98 ülke ve bölgede ise düşüş olduğunu bildirdi. En çok ihracat yapılan ülkelerin Almanya, ABD, İtalya, Birleşik Krallık ve Fransa şeklinde sıralandığını belirten Gültepe, İran savaşından olumsuz etkilenen Körfez ülkelerine ihracatla ilgili de şunları söyledi: "Mart ayında Körfez ülkelerine ihracatımız yüzde 37 düşüşle 1 milyar 371 milyon dolara geriledi. Sadece bir ayda bölge ülkelerine ihracatta 815 milyon dolarlık kaybımız var. Geçen ay Umman dışındaki tüm bölge ülkelerine ihracatımız düştü. Irak'ta yüzde 30, BAE'de yüzde 48, İran'da yüzde 41, Suudi Arabistan'da yüzde 29, Katar'da yüzde 83, Kuveyt'te yüzde 70, Bahreyn'de yüzde 81'e yakın kayıp var. Savaş en çok mücevher, hububat, otomotiv, kimya ve mobilya sektörlerimizi etkiledi. İhracat ailesi olarak bu zor koşullarda bölgeyle iletişimimizi daha da güçlendirmeliyiz. Lojistik kanallarımızı esneterek, ilişkilerimizi diri tutmalıyız. Bu konuda, gerek ilgili bakanlıklarımız gerekse TİM Lojistik Kurulumuz süreci yakından takip ediyor. İhracatçılarımızın sorunlarını

çözümüne kavuşturabilmek için var gücümüzle çalışıyoruz."

"İHRACATÇI İÇİN YENİ DESTEKLERİN HIZLA DEVREYE ALINMASI GEREKİYOR"

Mustafa Gültepe savaşla birlikte artan petrol ve hammadde fiyatlarının rekabetçilikte zaten zorlanan ihracatçının yükünü daha da ağırlaştırdığını vurguladı. Tüm zorluklara rağmen üretime ve ihracata devam ettiklerini belirten Gültepe, sözlerini şöyle noktaladı: "Bu zor koşullarda rekabetçiliğimizi güçlendirmek çok daha önemli hale geldi. Dolayısıyla, yeni desteklerin hızla devreye alınması gerekiyor. Doğru adımlarla birlikte, kalıcı başarılarla hep birlikte ulaşabiliriz. Biz de TİM olarak ihracatçı birliklerimizle beraber pazar çeşitlendirmesi faaliyetlerimize aralıksız devam ediyoruz. Mart ayında Rusya, İngiltere ve Gana'nın da aralarında bulunduğu sekiz ülkede ticaret heyeti düzenledik. Nisan'da da yoğun bir takvimimiz var. Güney Afrika, Kanada ve Romanya dâhil 20 ülkeye heyet gerçekleştireceğiz. Her zaman söylediğimiz gibi işimiz üretim, gücümüz ihracat."

TİM Başkanı Mustafa Gültepe:
"İhracatımız 2026'nın ilk çeyreğinde 63,3 milyar dolara, son 12 ayda ise 271,3 milyar dolara ulaştı. İlk çeyreği yüzde 3,1 ekside tamamlarken, 12 aylık çevrimde yüzde 3 artıdayız."

Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat: "Türkiye'nin, Körfez ülkelerine yönelik ihracatında yüzde 40'lık bir azalış gerçekleşti. Hükümetimiz bu olumsuz etkileri bertaraf etmek üzere yoğun bir çaba içinde. Enerji, doğal gaz, petrol, madeni yağlar, gübre ve petrokimya ürünleri noktasında arz sorunumuz yok."



TİM Bölgesel İhracat Buluşmaları Erzurum'da Gerçekleştirildi

TİM Bölgesel İhracat Buluşmaları programının dokuzuncusu Doğu Anadolu İhracatçılar Birliği (DAİB) ev sahipliğinde düzenlendi.



Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından düzenlenen "TİM Bölgesel İhracatçı Buluşmaları" programının dokuzuncusu, Doğu Anadolu İhracatçılar Birliğinin (DAİB) ev sahipliğinde Erzurum'da gerçekleştirildi. İhracatın sürdürülebilir büyümesine katkı sunmak ve ihracatçı firmaların sorun ile taleplerini değerlendirmek amacıyla daha önce İzmir, Trabzon, Mersin, Bursa, Gaziantep, Denizli, Ankara ve Antalya'da düzenlenen buluşmaların ardından, bu kez Erzurum'daki ihracatçılarla bir araya gelindi. Programa; TİM Başkanı Mustafa Gültepe, TİM Yönetim Kurulu üyeleri, DAİB Başkanı Ethem Tanrıver, DAİB'e bağlı ihracatçı birliklerin başkan ve yöneticileri ile bölgede faaliyet gösteren ihracatçı firma temsilcileri katıldı.

"SORUNLARI BAKANLIĞIMIZLA ÇÖZMEYE GAYRET EDİYORUZ"

Programın açılışında konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe,

2025 yılını yüzde 4,5 artışla 273,4 milyar dolar ihracatla kapattıklarını belirtti. 2020'de pandemi döneminde bir fırsat yakaladıklarını ifade eden Gültepe, o fırsatın ihracatta çift haneli büyümeleri getirdiğini kaydetti. Son 3 yılda bu oranların aşağılara doğru indiğini söyleyen Gültepe, "İnşallah 2026 yılında ihracatımızı yine artırarak devam ederiz. Hedefimiz 282 milyar dolar. Umarım DAİB'in 3,5 milyar dolarlık katkısıyla bu rakamı yakalarız." dedi.

Bölgesel ihracat kalemlerinde özellikle Körfez ülkelerinin önemli bir yer tuttuğunu belirten Gültepe, konuşmasına şu şekilde devam etti: "2023-2024 döneminde Irak, 12-13 milyar dolar bandında en büyük pazarımız olmaya devam etti. Birleşik Arap Emirlikleri 8-10 milyar dolar aralığında önemli bir pazar olarak öne çıkarken, Suudi Arabistan'a ihracatımız 2,5-4 milyar dolar seviyelerinde oldu. İran, Katar ve Kuveyt gibi

ülkelerle birlikte değerlendirildiğinde Körfez Bölgesi'ne toplam ihracatımız yaklaşık 25-30 milyar dolar bandında seydediyor. Zaman zaman bazı bölgelerde yaşanan sorunları Ticaret Bakanlığımızla birlikte çözmeye gayret ediyoruz."

"SAVAŞ, TİCARETİ DOĞRUDAN ETKİLİYOR"

Orta Doğu'da yaşanan savaş ve çatışma ortamının, ticaret akışını doğrudan etkilediğinin altına çizen Gültepe, "Bu süreçleri gün gün takip ediyoruz. Bölgedeki gelişmelere bağlı olarak ihracat rakamlarında zaman zaman yüzde 30-36'ya varan dalgalanmalar yaşanıyor. Temennimiz, bu çatışma ortamının en kısa sürede sona ermesidir. Çünkü savaşların sürdüğü bölgelerde ticaret, yatırım ve insan hareketliliği doğal olarak olumsuz etkilenmektedir. Küresel ölçekte yaşanan gelişmeler de bu tabloyu doğrudan etkilemektedir. Enerji fiyatları, lojistik maliyetleri ve ham madde fiyatlarındaki artışlar tüm ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de etkisini gösteriyor. Petrol fiyatlarının yeniden yükselişe geçmesi durumunda, küresel enflasyon baskısının daha da artması kaçınılmaz olacak. Bu nedenle hem enerji maliyetleri hem de tedarik zinciri açısından bu sürecin dikkatli yönetilmesi gerekiyor." dedi.

"AMACIMIZ İHRACATÇIYI HER ANLAMDA AYAĞA KALDIRMAK"

Dünyanın çok hızlı değiştiğini belirten Gültepe, buna paralel liderlik anlayışının ve dengelerin de değiştiğini vurgulayarak, "Dünyada yaşanan gelişmeler hiç kolay değil. Özellikle Amerika'daki lider değişimiyle birlikte, normalde bitmeyecek gibi görülen savaşların dahi farklı bir sürece girdiğini görüyoruz. Dünya adeta bir ateş çemberinden geçiyor. Bu tablo ister istemez bizi de etkiliyor.

Enerji ve lojistik maliyetleri her geçen gün artıyor. Açık konuşmak gerekirse petrol fiyatlarının 100 doların üzerine çıkması bile ciddi bir risk. 140-150 dolar seviyeleri ise küresel anlamda büyük bir sıkıntı oluşturur. Bu da enflasyonla birlikte durgunluğu, yani stagfasyonu beraberinde getirir. Bu durum hem dünyayı hem de ülkemizi zorlar. Türkiye'nin dört bir yanında ihracatçılarımızla birlikte yoğun bir çaba içindeyiz. Amacımız ihracatçıyı her anlamda ayağa kaldırmak." diye konuştu.

"BU YIL HEDEFİMİZ 3,5 MİLYAR DOLAR"

Programda yaptığı konuşmada, tarih ve ticaretin kadim şehri Erzurum'da, önemli bir ihracat buluşmasına ev sahipliği yaptıklarını dile getiren Doğu Anadolu İhracatçılar Birliği (DAİB) Başkanı Ethem Tanrıver, çok önemli bir coğrafyada olduklarını, bu toprakların geçmişte ticaretin ve sanayinin güçlü olduğu bir merkez konumunda bulunduğunu ifade etti. Bu gücü yeniden ayağa kaldırmak için mücadele ettiklerini belirten Tanrıver, şöyle devam etti: DAİB olarak 17 ile hizmet veriyoruz. Altı ülkeye komşuyuz ve sekiz sınır kapısına sahibiz. Bu gerçekten çok büyük bir avantaj. Geçen yıl ihracatımızı 3 milyar dolar seviyesinde kapattık ve yüzde 16 büyümeye sağladık. Türkiye ortalamasına göre hızlı büyüyen bir birliğiz. Ama açık konuşmak gerekirse bu rakam bize yetmez. Birlik olarak bu yıl hedefimizi 3,5 milyar dolar olarak belirledik. Bölgemizde 10 bine yakın aktif ihracatçı var. Türkiye genelinde bu sayı 130 bin civarında. 2025 yılında 7 bine yakın firmamız ihracat yaptı. Bu sayıyı daha da artırmak istiyoruz. Coğrafi olarak çok avantajlıyız. Gürcistan, Azerbaycan, Ermenistan, İran, Irak ve

Suriye'ye çok kısa mesafedeyiz. Bu bölgenin en büyük gücü genç nüfusu. Çalışan, üretmek isteyen bir toplumumuz var. Batıda işçi bulmak zorlaşırken, bizim böyle bir sorunumuz yok. Ancak kalifiye eleman konusunda eksiklerimiz var. Bu konuda da devletimizle birlikte çalışmalar yürütüyoruz. Geçmişte bu coğrafyada çok güçlü ticaret ve sanayi vardı. Biz de o günlere yeniden dönmek istiyoruz. Bu potansiyel bizde var."

İHRACATÇILAR FİNANSMAN OLANAKLARI HAKKINDA BİLGİLENDİRİLDİ

Açılış konuşmalarının ardından program "İhracatçılar Soruyor" oturumuyla devam etti. Bu bölümde TİM Başkanı Mustafa Gültepe ve DAİB Başkanı Ethem Tanrıver, ihracatçıların karşılaştığı sorunları dinledi. Ardından Türk Eximbank, Türk Ticaret Bankası ve İGE AŞ temsilcileri tarafından katılımcılara, "İhracatçılar için Finansman Destekleri" konulu bir sunum gerçekleştirildi.

Doğu Anadolu İhracatçılar Birliği (DAİB) Başkanı Ethem Tanrıver: "Geçen yıl ihracatımızı 3 milyar dolar seviyesinde kapattık ve yüzde 16 büyümeye sağladık. Türkiye ortalamasına göre hızlı büyüyen bir birliğiz."



TİM Başkanı Mustafa Gültepe: "Petrol fiyatlarının yeniden yükselişe geçmesi durumunda, küresel enflasyon baskısının daha da artması kaçınılmaz olacak. Bu nedenle hem enerji maliyetleri hem de tedarik zinciri açısından bu sürecin dikkatli yönetilmesi gerekiyor."



Türk Ticaret Bankası Samsun Şubesi Hizmete Açıldı

İhracatçının ana bankası olma hedefiyle faaliyetlerine yeniden başlayan Türk Ticaret Bankası, hizmet alanını genişletmeye devam ediyor. Türkiye'nin önemli üretim ve ihracat üslerinden biri olan Samsun'da şube açan Türk Ticaret Bankası, bu yıl ihracatçı firmalara toplam 110 milyar TL finansman desteği vermeyi hedefliyor.



Türkiye'nin ihracat odaklı büyümesinde etkin rol alma hedefiyle faaliyetlerine yeniden başlayan Türk Ticaret Bankasının Samsun Şubesi hizmete açıldı. Açılış törenine; Samsun Valisi Orhan Tavlı, Samsun Milletvekili ve TBMM Plan ve Bütçe Komisyonu Başkanı Mehmet Muş, AK Parti Samsun Milletvekili Ersan Aksu, Ticaret Bakan Yardımcısı Özgür Volkan Açar, Samsun Büyükşehir Belediye Başkanı Halit Doğan, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı ve Türk Ticaret Bankası Yönetim Kurulu Başkan Vekili Mustafa Gültepe, Türk Ticaret Bankası Yönetim Kurulu Üyesi ve Genel Müdürü İlker Yeşil'in yanı sıra ihracatçı birlik başkanları ile bölgede faaliyet gösteren çok sayıda ihracatçı katıldı.

“İHRACATÇILARIMIZIN UYGUN MALİYETLİ FİNANSMANA ERİŞİMİ BÜYÜK ÖNEM TAŞIYOR”

Açılış töreninde konuşan TİM Baş-

kanı ve Türk Ticaret Bankası Yönetim Kurulu Başkan Vekili Mustafa Gültepe, ekonomide sağlıklı ve sürdürülebilir büyümenin ancak üretim ve ihracatla sağlanabileceğini söyledi. Türkiye'yi ihracatta ilk 10 ülke arasına çıkarma vizyonu ve hedefiyle çalıştıklarını belirten Gültepe, şunları söyledi: “Bu iddialı hedef doğrultusunda firmalarımızı yeni pazarlarla buluşturmak için tüm imkânlarımızı seferber ettik. Diğer taraftan yüksek teknolojiye, AR-GE'ye ve inovasyona daha çok yatırım yapmak, dijital ve yeşil dönüşümü ülkemiz için fırsata çevirmek durumundayız. Bütün bu çalışmalar için ihracatçılarımızın uygun maliyetle ve uzun vadeli finansmana erişimi büyük önem taşıyor. İGE AŞ aracılığıyla ihracat ailemize kazandırdığımız Türk Ticaret Bankası firmalarımıza doğrudan, hızlı ve uygun koşullarda finansman desteği sunarken üretim gücümüze ve ihracat odaklı kalkınma vizyonumuza hizmet ediyor.”

“SAMSUN, TÜRK TİCARET BANKASI İLE İHRACATTA YENİ BİR DÖNEME ADIM ATACAK”

Türkiye'nin millî sermayeli ilk özel bankası ünvanını taşıyan Türk Ticaret Bankasının Samsun Şubesi'nin açılmasından büyük bir memnuniyet ve heyecan duyduğunu belirten TBMM Plan ve Bütçe Komisyonu Başkanı Mehmet Muş, şunları söyledi: “Merkezi konumu, tarım ve sanayiye uygun yapısı, gelişmiş ulaşım ve lojistik altyapısı ile limanı, Samsun'umuzu yatırım için son derece cazip kılmaktadır. Mevcut 11 organize sanayi bölgesine ek olarak kurulacak üç yeni OSB ile birlikte şehrimiz hem ulusal hem de bölgesel yatırım merkezlerinden biri olarak öne çıkacaktır. Orta Karadeniz Serbest Bölgesi'nin faaliyete geçmesiyle Samsun'umuz, üretim, yatırım ve ihracatta daha da güçlenerek, bölgesel kalkınmanın lokomotif şehirlerinden biri olma yolunda emin adımlarla ilerlemektedir.

Tam da bu noktada, Türk Ticaret Bankasının Samsun'da faaliyete geçmesi büyük önem taşımaktadır. Bankamızın sağlayacağı finansman imkânları, yatırım yapmak isteyen girişimcilere güç verecek, üreticilerimizin önünü açacak ve ihracatçılarımızın küresel pazarlardaki rekabet gücünü artıracaktır. Bu adım, Samsun'umuzun ekonomik yükselişine katkı sunacak önemli bir kaldıraç olacaktır. Samsun, Türk Ticaret Bankası ile ihracatta yeni bir döneme adım atacaktır. Kamu ve özel sektörün el ele verdiği bu güçlü yapıda, bizler de yatırım yapmak isteyen herkesin yanında olmaya, iş dünyamızı desteklemeye devam edeceğiz. Yerli ve uluslararası tüm yatırımcıları, Samsun'da yatırım yapmaya, ortaklıklar kurmaya ve bu büyüme hikâyesinin bir parçası olmaya davet ediyoruz.”

“SAMSUN'UN İHRACAT POTANSİYELİNİN GELİŞTİRİLMESİNE KATKI SUNACAK”

Ticaret Bakan Yardımcısı Özgür Volkan Açar, Türk Ticaret Bankasının, ihracatçıların dünya pazarlarına daha güçlü ve güvenli bir şekilde açılmalarını sağlamak için oluşturdukları finansman alt yapısının önemli parçalarından biri olduğunu söyledi. Açar, “Samsun, Karadeniz Bölgesi'nin önemli ticaret ve lojistik merkezlerinden biri konumunda bulunuyor. Türk Ticaret Bankasının kentimizin ihracat potansiyelinin geliştirilmesine, firmalarımızın finansmana erişiminin kolaylaştırılmasına ve dış ticaret hacminin sürdürülebilir şekilde artırılmasına önemli katkılar sağlayacağına inanıyoruz. Samsun Şubemizin başta bölgedeki ihracatçılarımız olmak üzere tüm iş dünyamıza hayırlı olmasını temenni ediyorum.” dedi.



“ŞUBELERİMİZİ, ÜRETİMİN VE İHRACATIN EN YOĞUN OLDUĞU MERKEZLERDE KONUMLANDIRIYORUZ”

Türk Ticaret Bankası Yönetim Kurulu Üyesi ve Genel Müdürü İlker Yeşil ise ihracatçının ana bankası olma hedefiyle 2024'ün son çeyreğinde aktif bankacılık faaliyetlerine başladıklarını hatırlattı. Tüm iş modellerini bu hedefe göre şekillendirdiklerini bildiren Yeşil, “Bankamızı sadece bir finansal kurum değil, ihracatçının yol arkadaşı ve çözüm ortağı olarak konumlandırıyoruz. Şubelerimizi, üretimin ve ihracatın en yoğun olduğu merkezlerde açıyoruz. 2025 yılında ihracatçılara 76,3 milyar TL'lik finansman desteği sağladık. 2026'da ihracatçılara 110 milyar TL finansman desteği vermeyi hedefliyoruz. Bu çerçevede ihracatın yoğun olduğu merkezlerde yeni şubelerimizi firmaların hizmetine sunmaya devam ediyoruz. 2026'nın ilk şube açılışımızı Trabzon'da yapmıştık. İkinci şubemizin açılışını da yine Karadeniz'de, bölgenin üretim ve ihracat üssü Samsun'da gerçekleştiriyoruz. Çevre illerdeki firmalara da finansman desteği vermeyi planlayan şubemizin ihracatçılarıma hayırlı uğurlu olmasını diliyorum.” diye konuştu.

TİM Başkanı Mustafa Gültepe:
“İGE AŞ aracılığıyla ihracat ailemize kazandırdığımız Türk Ticaret Bankası, firmalarımıza doğrudan, hızlı ve uygun koşullarda finansman desteği sunarken üretim gücümüze ve ihracat odaklı kalkınma vizyonumuza hizmet ediyor.”

İnovaTİM'lilerden Yükselen Fikirler, Türkiye'nin Yarınını Nasıl Şekillendiriyor?

Bu hikâyelerin her biri farklı bir alandan besleniyor. Kimi yapay zekâ ile kurumsal adaptasyonu kolaylaştırıyor, kimi gıda güvenliğini yeniden düşünüyor, kimi tarımsal atıklardan biyomalzeme üretiyor, kimi toprağın bereketini koruyacak döngüsel sistemler geliştiriyor



Bazı yarışmalar vardır; kazananları açıklar, ödülleri dağıtır ve biter. Bazıları ise asıl etkisini sahnede değil, sahneden indikten sonra gösterir. İnovaTİM İnovasyon Yarışması da tam olarak böyle bir zeminde konumlanıyor. Çünkü burada mesele yalnızca bir projenin derece alması değil; bir fikrin olgunlaşması, bir gencin kendi potansiyelini fark etmesi ve çoğu zaman bir öğrenci çalışmasının gerçek dünyada karşılık bulan bir girişime dönüşmesidir.

İnovaTİM İnovasyon Yarışması'nın 2025 döneminde öne çıkan başarı hikâyeleri, Türkiye'nin genç zihinlerinin sadece teknoloji üretmediğini; aynı zamanda sorun tanımladığını, çözüm geliştirdiğini ve bunu ekonomik, çevresel ve toplumsal faydaya dönüştürme iddiası taşıdığını gösteriyor.

Bu hikâyelerin her biri farklı bir

alandan besleniyor. Kimi yapay zekâ ile kurumsal adaptasyonu kolaylaştırıyor, kimi gıda güvenliğini yeniden düşünüyor, kimi tarımsal atıklardan biyomalzeme üretiyor, kimi toprağın bereketini koruyacak döngüsel sistemler geliştiriyor. Ancak bütün bu projeleri ortak bir hatta buluşturan güçlü bir hakikat var: Bugünün gençleri, inovasyonu yalnızca "yeni bir fikir" olarak değil, "gerçek bir ihtiyaca verilen somut cevap" olarak görüyor. İnovaTİM'in en büyük gücü de tam burada başlıyor.

FİKİRDEN GİRİŞİME: BİR YARIŞMADAN DAHA FAZLASI

Nazlı Canlı Atlı ve ekibinin Syneris projesi, bu dönüşümün en görünür örneklerinden biri. Onun anlatımında İnovaTİM, yalnızca katılan bir yarışma değil; bir fikrin girişime

dönüşmesinde belirleyici olan kritik eşiklerden biri. Finans ve kurumsal yapılarda çalışan bireylerin karmaşık sistemlere daha hızlı uyum sağlamasını amaçlayan yapay zekâ destekli eğitim ve yönlendirme platformu Syneris, yarışma süreci boyunca yalnızca teknik kapasitesiyle değil, aynı zamanda sürdürülebilir iş modeli potansiyeliyle de şekillenmiş. Mentörlük destekleri, jüri geri bildirimleri ve diğer girişimci adaylarıyla kurulan temaslara, Atlı'nın projeye bakışını genişletmiş; hatta bu sürecin sonucunda Syneris, TÜBİTAK BİGG 1812 programı kapsamında destek alarak anonim şirketleşme aşamasına taşınmış. Bu hikâyede öne çıkan asıl unsur ise bir dereceden fazlası: Bir fikrin doğru anlatıldığında ve kararlılıkla geliştirildiğinde nasıl gerçek değere dönüştüğünü görmenin kazandırdığı özgüven.

Benzer bir dönüşüm çizgisi, Mert Güden ve ekibinin geliştirdiği Refleksnet projesinde de hissediliyor. Yapay zekâ alanında şekillenen bu çalışma, genç mühendislerin yalnızca teknik sınırlarını zorladığı bir proje değil; aynı zamanda teorik bilginin gerçek ihtiyaçlarla temas ettiği bir öğrenme alanı. Güden'in anlattığı süreç, veri hattının

kurulmasından model eğitimine kadar uzanan disiplinli bir üretim maratonunu yansıtıyor. Ancak bu hikâyeyi değerli kılan yalnızca çalışan bir prototipe ulaşmaları değil; bir projenin koddan ibaret olmadığını, sunumundan iş modeline kadar çok katmanlı düşünülmesi gerektiğini fark etmeleri. Refleksnet, tam da bu nedenle, İnovaTİM'in gençlere yalnızca teknik başarı değil, girişimsel farkındalık da kazandıran yapısını görünür kılıyor.

BAŞARININ GÖRÜNMEYEN YÜZÜ: EMEK, DİSİPLİN VE EKİP RUHU

Mehmet Keskin'in; arkadaşlarıyla geliştirdiği HİPOLENS projesi, başarı denildiğinde çoğu zaman görünmeyen tarafı; yani emeği, tekrarları, uzun tartışmaları ve birlikte düşünmenin dönüştürücü gücünü öne çıkarıyor. Keskin'in ifadesiyle, başlangıçta bir fikri teknik olarak hayata geçirmenin yeterli olduğu düşünülse de süreç ilerledikçe bunun yalnızca başlangıç olduğu anlaşılmış. Bir projeyi gerçekten "tamamlamak"; onu pazarlanabilir hâle getirmek, sürdürülebilir bir modele yerleştirmek ve bütün yönleriyle ete kemiğe büründürmek anlamına geliyor. Yaz boyunca gece geç

saatlere uzanan toplantılar, literatür taramaları, pazar araştırmaları ve "daha iyisi nasıl mümkün?" sorusu etrafında şekillenen yoğun çalışma temposu, HİPOLENS'in birinciliğini yalnızca bir sonuç değil, kolektif emeğin görünür hâle gelişi olarak anlamlandırıyor. Bu hikâyeye, İnovaTİM'in gençlere sadece kazanmayı değil, üretim sürecinin ahlakını da öğrettiğini gösteriyor.

Ekip ruhunun inovasyondaki belirleyici rolü, Alikan Köse ve arkadaşlarının MentorIQ projesinde de açık biçimde karşımıza çıkıyor. Arkadaşları ile birlikte katıldığı yarışmayı, sadece teknik değil aynı zamanda kişisel bir gelişim alanı olarak anlatan Köse, yarışma boyunca problemi doğru tanımlamanın, kullanıcı ihtiyacını gerçekten anlamının ve çözümü buna göre kurmanın ne kadar kritik olduğunu vurguluyor. Ancak MentorIQ hikâyesini kıymetli kılan bir başka unsur daha var: Fikir ayrılıklarının projeyi zayıflatmak yerine güçlendirmesi. Ekip içinde yaşanan tartışmalar, birbirini tamamlama kapasitesine dönüştüğünde, projenin de derinlik kazandığı görülüyor. Bu yönüyle MentorIQ, gençlerin inovasyonu bireysel bir parlaklık değil, birlikte düşünme ve birlikte inşa etme pratiği olarak ele aldığını gösteriyor.



İnovaTİM'de öne çıkan hikâyelerin çoğu, bir laboratuvar hayalinden değil, sahadaki görünür ya da görünmez sorunlardan doğuyor.

Bugünün gençleri, inovasyonu yalnızca “yeni bir fikir” olarak değil, “gerçek bir ihtiyaca verilen somut cevap” olarak görüyor. İnovaTİM’in en büyük gücü de tam burada başlıyor.

SAHADAN BESLENEN ÇÖZÜMLER: GERÇEK PROBLEMİ GÖREN PROJELER

İnovaTİM’de öne çıkan hikâyelerin çoğu, bir laboratuvar hayalinden değil, sahadaki görünür ya da görünmez sorunlardan doğuyor. Fatih Tür ve ekibinin geliştirdiği Sürdürülebilir Biyosensör Projesi, bunun çarpıcı örneklerinden biri. Paketli tavuk, kırmızı et ve balık ürünlerinde tazeliği renk değişimiyle gösterebilen bu sistem, tüketicinin ürünün durumunu daha net anlayabilmesini ve üreticinin raf ömrünü daha doğru yönetebilmesini amaçlıyor. Burada mesele yalnızca bir teknolojik yenilik geliştirmek değil; gıda israfı gibi hem ekonomik hem de toplumsal sonucu olan bir soruna uygulanabilir bir çözüm sunmak. Tür’ün vurguladığı gibi, bir teknolojinin yalnızca çalışması yetmiyor; maliyet açısından erişilebilir, üretim süreçlerine entegre edilebilir ve herkesin anlayabileceği şekilde anlatılabilir olması da gerekiyor. Fuaye alanında birebir temaslara ve ziyaretçilerden gelen sorular, projeyi masa başından çıkarıp gerçek hayatın testine tabi tutmuş. Bu da İnovaTİM’in en güçlü yanlarından birini ortaya koyuyor: Projeleri yalnızca jüriye değil, hayata hazırlamak.

Sahadan beslenen bir başka güçlü örnek ise ekip arkadaşlarıyla Emrehan Subaşı’nın BioBereket projesi. Anadolu’nun birçok bölgesinde hâlâ ciddi çevresel sonuçlar doğuran anız yakma sorununa odaklanan BioBereket,

“Anızını yakma, yerinde dönüştür” mottosuyla dikkat çekiyor. Yüksek selüloz ve lignin içerikli özel solüsyon sayesinde tarımsal atığı doğal gübreye dönüştürmeyi hedefleyen proje, yalnızca teknik bir çözüm değil; toprağa, üreticiye ve geleceğe karşı sorumluluk hissiyle şekillenmiş bir yaklaşım sunuyor. Subaşı’nın anlatımında, projenin merkezine yerleştirilen “Çiftçi Hasan Amca” figürü özellikle dikkat çekici. Çünkü bu, İnovaTİM’de gelişen projelerin sahici tarafını yansıtıyor: Sorunu yalnızca verilerden değil, insan hikâyelerinden okumak. Empatiyle beslenen inovasyonun, daha kalıcı ve dönüştürücü sonuçlar üretmesi de tesadüf değil.

YEŞİL DÖNÜŞÜMÜN GENÇ MİMARLARI

2025 yarışmasının dikkat çekici yönlerinden biri de sürdürülebilirlik ve yeşil teknoloji ekseninde geliştirilen projelerin güçlü varlığı oldu. Örneğin Fatma Gizem Zincir ve arkadaşlarıyla üzerinde çalıştığı PlasticVersus projesi, tarımsal atıkları özellikle pamuk sapı gibi lignoselülozik biyokütleri yüksek katma değerli biyomalzemelere dönüştürmeyi amaçlıyor. Bu yaklaşım, atık yönetimi ile sürdürülebilir malzeme üretimini aynı potada buluştururken, yalnızca bilimsel doğrulukla yetinmeyen daha geniş bir değerlendirme gerektiriyor. Zincir’in de altını çizdiği gibi bir çözümün laboratuvar ortamında çalışması tek başına yeterli değil; onun endüstriyel ölçekte uygulanabilirliği, maliyeti, tedarik



zinciri uyumu ve pazardaki karşılığı da en az bilimsel yönü kadar önemli. PlasticVersus’un başarısı, genç araştırmacıların artık sürdürülebilirliği yalnızca çevresel bir ideal değil, aynı zamanda ekonomik olarak da anlamlı bir inovasyon eksenini olarak gördüğünü ortaya koyuyor.

Benzer bir şekilde, Elif Bircan Muyanlı ve takım arkadaşlarının AltLipit projesi de gıda endüstrisindeki yan ürünleri ve atıkları alternatif üretim kaynağına dönüştüren vizyoner yaklaşımıyla öne çıkıyor. Yerel maya kültürleri ile mikrobiyal yağ üretimini hedefleyen proje, hem çevresel sürdürülebilirliğe katkı sunuyor hem de dışa bağımlılığı azaltacak yeni bir üretim hattı öneriyor. Muyanlı’nın anlattıkları, İnovaTİM’in genç araştırmacılara yalnızca teknik değil, anlatsal ve stratejik bir perspektif de kazandırdığını gösteriyor. Çünkü bu süreçte sadece projenin bilimsel yönü değil; fikrin nasıl aktarılacağı, yatırımcı gözünden nasıl okunacağı ve ticarileşme potansiyelinin nasıl anlatılacağı da büyük önem kazanıyor. AltLipit’in

sürdürülebilirlik ve yeşil teknolojiler alanında aldığı derece, bilginin laboratuvarından çıkıp sanayiye ve topluma uzanabildiğinde gerçek etkisini gösterdiğinin bir kanıtı niteliğinde.

Sürdürülebilirlik başlığında dikkat çeken bir diğer proje ise takımıyla hareket eden Ayşenur Açıkgöz’ün BeeBal çalışması. Otonom arı sütü makinesi olarak geliştirilen proje, arıcılık sektörüne yalnızca teknik bir çözüm değil; aynı zamanda uygulanabilir, erişilebilir ve saha ihtiyaçlarını gözetten bir sistem öneriyor. Açıkgöz’ün anlattıkları, inovasyonun durağan bir fikir değil, sürekli yeniden düşünülmesi gereken dinamik bir süreç olduğunu hatırlatıyor. BeeBal ekibi, arıcıların günlük sorunlarını anlamaya ve çözümünü bu ihtiyaçlara göre şekillendirmeye odaklanmış. Farklı alanlarda lisans eğitimi gören lise arkadaşlarından oluşan multidisipliner ekip yapısı da projeyi güçlendiren unsurlardan biri olmuş. BeeBal’in hikâyesi, sahici bir çözüm üretmenin yalnızca teknik başarıyla değil; kullanıcıyı dinlemek, eksikleri hızlı

görmek ve proje yönünü gerektiğinde değiştirebilmekle mümkün olduğunu gösteriyor.

AKADEMİDEN ENDÜSTRİYE UZANAN KÖPRÜ

İnovaTİM’in sunduğu en değerli katkılardan biri, akademik bilgi ile girişimcilik pratiği arasında kurduğu köprü. Hakan Lofça ve takım arkadaşlarının ARES projesi, bu geçişin somut karşılığını yansıtan örneklerden biri. Türkiye Innovation Week’i “inovasyonun nabzının attığı devasa bir ekosistem” olarak tanımlayan Lofça, ARES ile katıldıkları sürecin yalnızca bir proje sunumu değil, aynı zamanda profesyonel hayata açılan bir kapı olduğunu vurguluyor. Uzmanlardan alınan brifingler, fuar alanında kurulan temaslara, yatırımcı ve girişimcilerle yapılan görüşmeler, projeyi daha geniş bir perspektifle okumalarına katkı sunmuş. Daha da önemlisi, bu süreç ARES’i öğrenci projesi ölçeğinin ötesine taşıyarak uluslararası iş birliklerine açmış; dünyanın önemli IoT firmalarından Gurtam ile yürütülen iş birliği, bu projenin küresel ölçekte bir gelecek kurabileceğini göstermiş. ARES hikâyesi, İnovaTİM’in yalnızca fikirleri değerlendirmede değil; doğru projelere gerçek temas alanları açtığını da ortaya koyuyor.

ÖĞRENMENİN EN KIYMETLİ HÂLİ: KENDİNİ YENİDEN GÖRMEK

Tüm bu hikâyelerde dikkat çeken ortak çizgi, gençlerin başarıyı yalnızca bir sonuç olarak tanımlamaması. Onlar için asıl kazanım; projelerine dışarıdan bakmayı öğrenmek, eksiklerini görmek, anlatım becerilerini geliştirmek, eleştiriyi bir tehdit değil gelişim zemini olarak kabul etmek ve bir fikrin gerçek karşılığını sınavabilmek olmuş. İnovaTİM, tam da bu nedenle, sadece “iyi projeleri seçen” bir

mekanizma değil; gençleri daha iyi düşünen, daha iyi anlatan ve daha iyi konumlandıran bir okul işlevi görüyor. Burada başarı, mükemmel bir fikirle yola çıkmakta değil; fikri olgunlaştıracak cesareti, sabrı ve açıklığı gösterebilmekte yatıyor.

TÜRKİYE’NİN İNOVASYON UFKU BU HİKÂYELEDE SAKLI

9-11 Ekim 2025 tarihinde İstanbul Haliç Kongre Merkezi’nde gerçekleşen Türkiye Innovation Week etkinliği kapsamında ödül ile başarıyı yakalayan proje sahiplerinin anlattıkları, bugünün gençlerinin yalnızca teknoloji üretmekle kalmadığını; üretimin arkasına anlam, sorumluluk ve vizyon da koyduğunu gösteriyor. Bu hikâyelerde yapay zekâ var, biyoteknoloji var, döngüsel ekonomi var, tarım var, gıda güvenliği var; ama hepsinden önemlisi, Türkiye’nin geleceğine dair güçlü bir irade var. Her biri farklı disiplinlerden gelen bu gençler, inovasyonu yalnızca bir yarışma başlığı olarak değil; ülkenin rekabet gücünü, sürdürülebilirliğini ve üretim kapasitesini dönüştürecek bir alan olarak görüyor.

İnovaTİM’in asıl kıymeti de tam burada belirginleşiyor. Çünkü bu platform, gençlere yalnızca görünürlük kazandırmıyor; onları fikirden etkiye, öğrencilikten girişimcilğe, potansiyelden somut başarıya taşıyan bir eşik sunuyor. Sahneye çıkan her proje, yalnızca bireysel bir hikâye anlatmıyor; aynı zamanda Türkiye’nin yarınını kuracak yeni zihniyetin de işaretini veriyor. Ve belki de en önemlisi, bu hikâyeler bize şunu yeniden hatırlatıyor: Gelecek, bir gün gelecek olan bir zaman değil; onu kurmaya cesaret edenlerin bugünden başlattığı bir süreçtir.

Son olarak, 2026 yılı için başvuruların başladığını belirtmek gerekir. Detaylı bilgi için inovatim.org sitesi ziyaret edilebilir.

Yüksek Teknolojide Türkiye Etkili Dönem



Küresel ekonominin eksenini, son çeyrek asırda benzeri görülmemiş bir hızla dijitalleşme ve ileri teknoloji yönünde kayarken Türkiye de global dalgalanmalara karşı en güçlü kalkanı olan katma değerli üretime odaklandı. 2025'te 112 milyar dolar barajını aşan orta yüksek ve yüksek teknolojili ürün ihracatı ise Türkiye'nin dış ticaretteki teknoloji merkezli yeni rotasını net bir şekilde çiziyor.

Türkiye, üretim, ihracat ve teknoloji odaklı kalkınma modeli sayesinde küresel ticarete güvenilir ve etkin bir noktada konumlanıyor. 2000'li yılların başında Türkiye'nin ihracat odağı büyük ölçüde tekstil, gıda ve düşük teknolojili sanayi ürünlerinden oluşuyordu. Orta-yüksek ve yüksek teknolojili ürünlerin toplam ihracattaki payı oldukça sınırlı seviyelerde kalıyordu. Bugün gelinen noktada ise 25 yıl önceki tablo tersine dönmüş durumda. Artık ülkenin sahip olduğu teknolojik altyapı, küresel dalgalanmalar karşısında ülke ekonomisinin dayanıklılığını ve dönüşüm kapasitesini açık biçimde gösteriyor.

İmalat sanayisinde 2019'da 5,9 milyar dolar olan yüksek teknolojili ürün ihracatı, 2025 yılında 9,9 milyar dolar seviyesine çıkmış durumda. Türkiye'nin 2021-2025 dönemindeki yüksek teknoloji ihracatının ise yüzde 53,7 oranında arttı kaydediliyor. Orta-yüksek teknolojili ürün ihracatı da aynı şekilde yakalanan ivmenin bir sonucu olarak 2025'te yıllık bazda yüzde 10,6 artışla 102 milyar doları aştı.

Türkiye'nin ihracatındaki bu değişim, stratejik bir vizyonun sonucu. Geleneksel üretimin kollarından yüksek teknolojili ve katma değerli üretime doğru gerçekleşen bu geçiş, küresel tedarik zincirlerindeki yeniden yapılanma sürecinde Türkiye'ye çok güçlü bir rekabet avantajı sağlıyor. Savunma sanayisi ve havacılıktaki yerli atılımların öncülük ettiği bu

büyük ivme, bilişim, yapay zekâ ve yazılım gibi hizmet ihracatıyla da entegre olarak çok boyutlu bir teknoloji ekosistemi inşa ediyor.

YÜKSEK TEKNOLOJİDE BEŞ YILDA YÜZDE 54'LÜK SIÇRAMA

Türkiye'nin yüksek teknolojili ürün ihracatı, son 20 yıllık gelişim sürecine ek olarak özellikle 2021-2025 döneminde ciddi bir ivme yakaladı. 2021'de 6,4 milyar dolar civarında seyreden ihracat, yalnızca dört yılda 9,9 milyar dolara ulaşarak yüzde 53,7 oranında büyüme kaydetti. 2024 yılında hafif bir gerileme yaşayan yüksek teknolojili ürün ihracatı, kıymet bazında yüzde 19 oranında artışla 8,8 milyar dolar olarak kayıtlara geçti. 2025 yılında ise yüzde 12,7 artışla tüm zamanların en yüksek seviyesi olan 9,9 milyar dolar eşiğini aşmayı başardı.

Yüksek teknolojili ürün ihracatında yakalanan bu ivme, savunma sanayisindeki yerli üretim atılımlarının ve sivil havacılığa yönelik tedarikçilik kapasitesinin somut bir yansıması olarak değerlendiriliyor. Çünkü 2025 yılında yüksek teknolojili ürün ihracatının yaklaşık 4 milyar dolarlık bölümü, yani neredeyse her iki dolardan biri, hava ve uzay araçları imalatından sağlandı. İhracatta ikinci sıraya 3,4 milyar dolarla bilgisayarların, elektronik ve optik ürünlerin imalatı yerleşirken üçüncü sırayı 2,5 milyar dolarla temel eczacılık ürünlerinin ve eczacılığa ait malzemelerin imalatı aldı.

2025 ihracatında orta-yüksek teknolojili ürün kategorisinde, otomotiv sektörünün yaklaşık 39 milyar dolarla açık ara öne çıktığı görülüyor. Elektrikli teçhizat imalatı 19 milyar dolar ile ikinci sıraya yerleşirken, makine-teçhizat ile kimyasal ürünlerin ise yaklaşık 18,5 milyar dolarla sıralandığı kaydediliyor.



Yüksek ve orta-yüksek teknoloji ürün ihracatının imalat sanayisi içindeki payında da dikkat çekici bir değişim yaşandığı görülüyor. 2021 yılında toplam imalat ihracatının yüzde 36,4'ünü oluşturan yüksek ve orta-yüksek teknoloji ürünler, 2025'te payını yüzde 43,5'e taşıdı. Bu tablo, Türkiye'nin sanayi ihracatındaki teknoloji payının yükselişini ve ülkenin imalat sanayisinin, her geçen yıl biraz daha teknoloji yoğun bir yapıya büründüğünü gösteriyor.

ORTA-YÜKSEK TEKNOLOJİLİ ÜRÜNDE 102 MİLYAR DOLARLIK İHRACAT

Yüksek teknoloji ihracatına ek olarak Türkiye'nin orta-yüksek teknoloji ürün ihracatı da her geçen yıl yükselen bir grafik çiziyor. Türkiye; 2019'da 68,2 milyar dolar, 2020'de 62,8 milyar dolar, 2021'de 77,4 milyar dolar, 2022'de 88,6 milyar dolar, 2023 yılında 97,2 milyar dolarlık orta-yüksek teknoloji ürün ihracatı gerçekleştirdi. Orta-yüksek

teknolojili ürünlerin ihracatı 2024'te yüzde 2,8 artışla 92,4 milyar dolara ulaşırken, 2025'te ise yüzde 10,6 büyüyerek 102 milyar doları aştı.

2025 ihracatında orta-yüksek teknoloji ürün kategorisinde, otomotiv sektörünün yaklaşık 39 milyar dolarla açık ara öne çıktığı görülüyor. Elektrikli teçhizat imalatı 19 milyar, makine-teçhizat ile kimyasal ürünler ise yaklaşık 18,5'er milyar dolarla sıralandı.

HAVACILIKTAN OTOMOTİVE GENİŞ BİR YELPAZE

Türkiye'nin yüksek teknoloji ihracatını bu kadar hızlı büyüten faktörlerin başında sektörel çeşitlilik geliyor. Türkiye'nin 9,9 milyar dolarlık yüksek teknoloji ürün ihracatında 2025 yılında ilk sıraya 4 milyar 15 milyon dolarla hava ve uzay araçları imalatı oturdu. Bu kategoriyi 3 milyar 394 milyon dolarla bilgisayarların, elektronik ve optik ürünlerin imalatı ve 2 milyar 502 milyon dolarla temel eczacılık ürünlerinin imalatı izledi

Bu noktada özellikle dikkat çeken hava ve uzay araçları ihracatındaki liderlik oldu. Son 10 yılda Türk savunma ve havacılık sanayisinde yaşanan atılım yaşandı. İnsansız hava araçlarından yerli savaş uçağı KAA'N'a, akıllı mühimmattan savunma elektroniğine uzanan geniş ürün yelpazesine savunma ve havacılık sektörü, Türkiye'nin küresel ihracat kimliğinde merkezi bir yer edindiğini açıkça gösteriyor. Bu gelişme aynı zamanda Türkiye'nin savunma alanındaki teknolojik bağımsızlık yolculuğunun da somut ekonomik çıktılarının biri olarak okunabilir.

BİLİŞİM VE YAZILIM HİZMET İHRACATININ YÜKSELEN YILDIZI OLUYOR

Günümüzde bilişim (BT) sektörü, hızla dijitalleşen dünyanın en

stratejik alanlarından biri olarak öne çıkıyor. Ciddi bir büyüme ivmesi yakalayan küresel bilgi teknolojileri pazarının, 2020-2023 dönemi arasındaki yıllık bileşik büyüme oranı yüzde 10,8 olarak kaydedildi. 2023-2024 yılları arasında ise yüzde 28,2 oranında sıçrama yaşayarak 3,221 trilyon dolar büyüklüğe ulaştı. Bu büyük ilerlemenin arkasındaki temel itici güçleri; bulut bilişim ve yapay zekâ teknolojilerine yapılan yatırımların artması ile dijitalleşmenin yaygınlaşması oluşturuyor.

Ekosistem büyüdükçe girişimlerin ölçeklenme oranı da artıyor. 5 binden fazla girişime sahip gelişmiş ekosistemlerde entegrasyon aşamasına geçiş oranı yüzde 8,7'ye kadar çıkabiliyor. Bugün ABD'de yaklaşık 65 bin, Birleşik Krallık'ta 12 bin ve Almanya'da 8 bin 500 aktif start-up bulunurken, dünya genelinde 50 milyon dolar ve üzeri yatırım alan girişim sayısının 12 bin 400'e ulaşması, sermaye derinliğinin büyüme için ne kadar kritik bir faktör olduğunu gösteriyor.

Türkiye, genç nüfusu ve teknolojiye hızla adapte olabilen iş gücü ile bilişim sektöründe büyük bir potansiyel barındırıyor. Teknoloji ihracatının bir boyutunu mal ihracatı oluştururken giderek daha stratejik hâle gelen boyutunu ise hizmet ihracatı çatısı altındaki yazılım ve bilişim sektörü oluşturuyor. Bilişim sektöründeki hizmet ihracatı 2021'de 2,5 milyar dolar, 2022'de 2,9 milyar dolar ve 2023'te 3,4 milyar dolar, 2024'te yılı 4,9 milyar dolar olarak kayıtlara geçti.

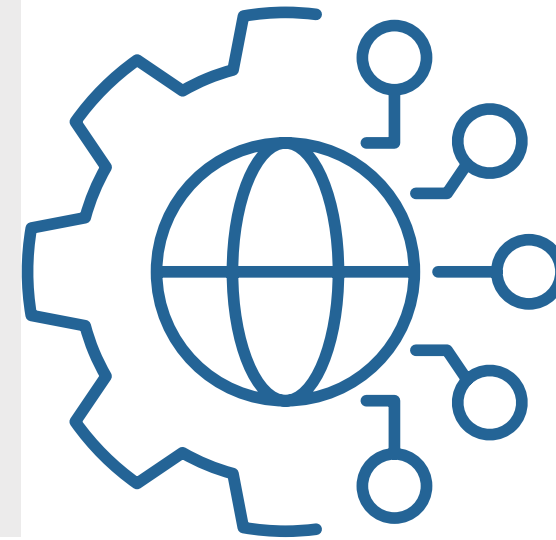
Yazılım ihracatının coğrafi çeşitliliği de dikkat çekiyor. Türk yazılım şirketleri, ağırlıklı olarak Avrupa Birliği ülkelerine ihracat gerçekleştirirken Orta Doğu, Orta Asya ve Afrika pazarlarına da açılıyor. Yatırım çekme kapasitesi açısından Türkiye; Yunanistan,

Türkiye'nin yüksek teknoloji ürün ihracatı, son 20 yıllık gelişim sürecine ek olarak özellikle 2021-2025 döneminde ciddi bir ivme yakaladı. 2021'de 6,4 milyar dolar civarında seyreden ihracat, yalnızca dört yılda 9,9 milyar dolara ulaşarak yüzde 53,7 oranında büyüme kaydetti.

Romanya, Çekya ve Macaristan gibi ülkelerle birlikte "100 milyon-1 milyar dolar" yatırım büyüklüğü bandında yer alıyor. Özellikle fintek, oyun, yapay zekâ, saas ve derin teknoloji gibi dikkat çeken alanları oluşturuyor. Oyun sektöründe Peak Games, teknoloji çözümlerinde ise Insider gibi başarılı şirketler ise doğru desteklenildiğinde Türkiye'den uluslararası markalar çıkabileceğini gösteriyor.

"SANAYİDE TEKNOLOJİ ODAKLI DÖNÜŞÜMÜ HIZLANDIRIYORUZ"

Dünyada artan rekabet ve pek çok alanda ortaya çıkan



ORTA-YÜKSEK VE YÜKSEK TEKNOLOJİLİ ÜRÜN İHRACATININ TOPLAM İMALAT SANAYİ İHRACATI İÇİNDEKİ PAYI

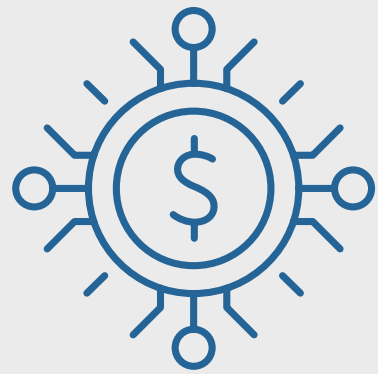
Dönem/Yıl	Sanayi İhracatı İçindeki Pay
2002	%30,4
2024	%41,0
2025	%43,5

Kaynak: TÜİK

Türkiye'nin Yüksek Teknolojili Ürün İhracatı Performansı

1,9
milyar dolar
2019

6,4
milyar dolar
2021



Türkiye'nin Yüksek Teknolojili Ürün İhracatı Performansı

8,8
milyar dolar
2024

9,9
milyar dolar
2025

teknolojik dönüşüm ihtiyacının, tüm firmalar için risk unsuru olduğuna dikkat çeken Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat, Türkiye'nin bu dönüşüm ihtiyacının farkında olarak, ülke ekonomisinin teknoloji düzeyini yükseltmek için büyük gayret sarf ettiğini belirtiyor.

Ömer Bolat, "Bu gayretlerimizin bir sonucu olarak, 2002 yılında yüzde 30,4 olan orta-yüksek ve yüksek teknolojili ürün ihracatının toplam imalat sanayi ihracatımız içindeki payı, 2024 yılında yüzde 41'e, 2025 yılında ise önceki yıla kıyasla yüzde 10,8 artarak 112 milyar dolara ulaştı. Son 23 yılda sağlanan bu büyük başarıyla orta yüksek ve yüksek teknolojili ürün ihracatımızda artış aralıksız devam etmektedir." diyor.

Ticaret Bakanlığı olarak mevcut teknolojik düzeyin daha da yükseltilmesi için sürekli yeni program ve projeler geliştirdiklerini söyleyen Ömer Bolat; Teknoloji Odaklı Sanayi Hamlesi (HAMLE) Programı, TCMB tarafından sağ-

lanan Yatırım Taahhütlü Avans Kredileri (YTAK), HIT-30 Yüksek Teknoloji Yatırım Programı gibi programların ilerlemesi ve savunma sanayisinde gerçekleştirilen büyük atılımlar sayesinde Türkiye'nin, gerek orta-yüksek gerekse yüksek teknoloji payının önümüzdeki dönemde önemli ölçüde artacağına dikkat çekiyor. Bu çerçevede AR-GE ve inovasyona ağırlık verdiklerini belirten Bolat, şu bilgileri paylaştı: "Yüksek teknolojili üretim ile katma değerli ihracatımızı artırmak için tasarım, markalaşma, Turquality, Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi (UR-GE) projelerine yönelik desteklerimiz kesintisiz sürmektedir. Ayrıca, Küresel Tedarik Zinciri Yetkinlik Proje Desteği (KTZ), Yeşil Mutabakata Uyum Projesi Desteği (Responsible® Programı), fuar, pazara giriş ve ihracatın tabana yayılmasına yönelik desteklerimiz ile e-ihracat gibi ihracatın dijitalleşmesi araçlarımızla, başta KOBİ'lerimiz olmak üzere tüm ihracatçılarımıza yeni ufuklar açıyoruz."

"MESELE SADECE ÜRÜN ÜRETMEK DEĞİL, SÜREKLİ GELİŞEN SİSTEMLER KURMAK"



Mehmet Ali Tombalak
TÜBİSAD Yönetim Kurulu Başkanı

Türkiye'nin yüksek ve orta-yüksek teknolojili ürün ihracatındaki artışı yalnızca donanım üzerinden okumak eksik olur. Çünkü bugün bir ürünü yüksek katma değerli hâle getiren asıl unsur, onun içindeki yazılım kabiliyetidir. Donanım görünen yüzse yazılım o yapının aklidir. Son 20 yılda Türkiye'de yazılım sektörünün gelişimi; internet altyapısının yaygınlaşması, özel sektörün dijitalleşme ihtiyacının artması ve girişimcilik ekosisteminin güçlenmesiyle ivme kazandı. Bankacılıktan üretime, perakendeden savunmaya kadar pek çok alanda oluşan yerli talep, yazılım şirketlerine önemli bir deneyim alanı sundu. Zaman içinde bu birikim, yalnızca iç pazara hizmet veren bir yapıdan çıkıp, ürün geliştiren ve ihracat potansiyeli taşıyan bir modele dönüştü. Bugün ise yazılım, Türkiye'nin teknoloji üretim kapasitesinin temel taşıyıcılarından biri hâline geldi. Önümüzdeki dönemde yapay zekâ, veri analitiği, bulut ve 5G ile birlikte bu rol daha da güçlenecek. Çünkü artık mesele sadece ürün üretmek değil; veriden öğrenen, uzaktan yönetilebilen ve sürekli gelişen sistemler kurmak.

"SİBER GÜVENLİK ÜRÜNLERİNDE TÜRK ŞİRKETLERİ DAHA GÖRÜNÜR OLABİLİR"

Türkiye'nin yazılım ihracatında küresel payını büyütmesi için en önemli hedef pazarlardan biri Avrupa'dır. Coğrafi yakınlık, mevcut ticari ilişkiler ve regülasyonlara uyum kapasitesi, Avrupa'yı doğal bir odak alanı hâline getiriyor. Özellikle Almanya, Hollanda, Birleşik Krallık ve Fransa; endüstriyel yazılım, bulut dönüşümü, veri analitiği ve siber

güvenlik alanlarında önemli fırsatlar sunuyor. İkinci önemli eksen ise Körfez ve Orta Doğu. Bu bölgede kamu dijitalleşmesi, akıllı şehirler, fintek ve sağlık teknolojileri alanlarında güçlü yatırımlar görüyoruz. Türkiye'nin çevik mühendislik gücü ve bölgesel yakınlığı burada önemli avantaj yaratıyor. Kuzey Amerika ise daha rekabetçi ama doğru niş uzmanlıklarla güçlü potansiyel taşıyan bir pazar. Özellikle yapay zekâ tabanlı çözümler, siber güvenlik ve dikey SaaS ürünlerinde Türk şirketleri daha görünür olabilir. Burada kritik olan, teknik kabiliyeti markalaşma, satış yetkinliği ve güven unsuru ile desteklemektir.

"TÜRKİYE'DEN KÜRESEL ÖLÇEKTE TEKNOLOJİ MARKALARI ÇIKABİLİR"

Oyun sektörü Türkiye'ye önemli bir şey gösterdi: Bu ülkeden küresel ölçekte teknoloji markaları çıkabilir. Oyun şirketlerinin başarısı, sadece iyi ürün geliştirmeleri değil; daha ilk günden global düşünceleri, veriye dayalı hareket etmeleri ve pazarlamayı ürünün ayrılmaz parçası olarak görmeleriydi. Aynı refleksin siber güvenlik, fintek ve sağlık yazılımlarına taşınması gerekiyor. Bunun için güçlü mühendisliğin yanında ürünleştirme, uluslararası regülasyonlara uyum, doğru pazarlama dili ve erken aşamada küresel ölçeklenme vizyonu şart. Türkiye'nin ihtiyacı, yalnızca iyi yazılım üreten değil; dünyaya nasıl satacağını bilen teknoloji şirketleridir. Avrupa ve Orta Doğu'nun devamında Türk devletleri içinde dijital olarak güvenli ülke olmamız için hiçbir neden yok. Ölçeğimizi genişletelim.

Türkiye'nin, yalnızca iyi yazılım üreten değil dünyaya nasıl satacağını bilen teknoloji şirketlerine ihtiyacı var.

Küresel Teknoloji Yarışında Türkiye Atacağı

35

Türkiye'nin, 140 ülke arasında yüksek teknoloji ihracatındaki sırası



27

Türkiye'nin nitelikli teknoloji ihracatında 131 ülke arasındaki küresel sıralaması

%10,9

2024'e göre yüksek ve orta-yüksek teknoloji ürün ihracatındaki artış

10 milyar dolar

2030'a kadar veri merkezi ve yapay zekâ alanlarında hayata geçirilecek toplam yatırım

%43,5

Teknoloji ihracatının, toplam imalat sanayi ihracatı içindeki payı

1,6 milyar dolar

Yüksek Teknoloji Yatırım Programı kapsamında yapay zekâya ayrılan destek bütçesi



113 Teknopark

Türkiye genelinde 60 farklı şehirde faaliyet gösteren teknoloji merkezi sayısı

7 Turcorn

Değeri 1 milyar doları aşan Türkiye kökenli teknoloji girişimi sayısı

112 milyar dolar

Türkiye'nin yüksek ve orta-yüksek teknoloji ürün ihracatı

12.000+ firma

Teknoparklarda AR-GE ve inovasyon odaklı çalışan firma sayısı

Türkiye'nin yüksek teknoloji ihracatındaki büyüme



1,9 milyar dolar
2010 yılı ihracatı

8,5 milyar dolar
2023 yılı ihracatı

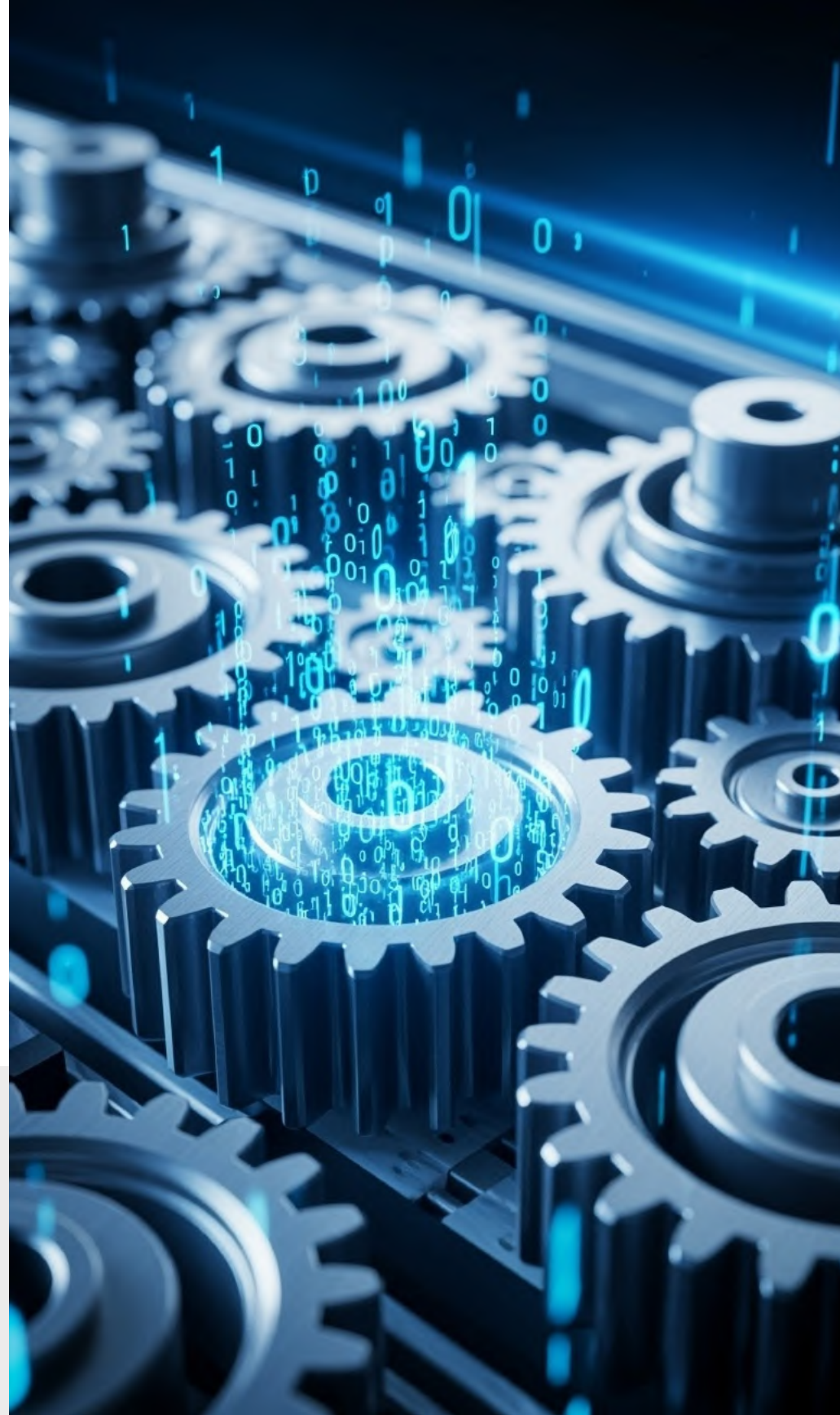
Türkiye, **5 milyar doların** üzerinde yüksek teknoloji ihracatı yapan ülkeler arasında **son 13 yılda** en çok artış oranı yakalayan **3'üncü ülke** konumunda

“Yazılım Sektörü Artan Verimlilikle Uluslararası Rekabet Gücünü Pekiştiriyor”

Uluslararası pazarda “Türkler mutlaka teslim eder” algısıyla büyük bir güvene sahip olan yazılım ve bilişim sektörü hem kilogram başına ihracat değerini sürekli artırıyor hem de geleceğin teknoloji devleri arasına girecek Turcorn’ları yaratma potansiyeli taşıyor.



Hizmet İhracatçıları Birliği Yazılım ve Bilişim Sektör Komite Başkanı ve Telenity CEO’su Şevket İlhan Bağören: “Yazılım sektörümüz, yurt dışında önemli bir kalite ve güvenilirlik algısı inşa etmiş durumda. Küresel pazarda, ‘Türk şirketleri projeyi mutlaka zamanında teslim eder ve sürdürülebilirliğini sağlar.’ şeklinde oldukça olumlu bir beklenti hâkim.”



Küresel rekabetin hızlandığı teknoloji dünyasında, Türk yazılım ve bilişim sektörü ana sürükleyici güç olarak öne çıkıyor. 2024 yılında 4,9 milyar dolarlık ihracata imza atan sektör; otomotivden savunmaya, sağlıktan finansa kadar geniş bir yelpazede yüksek katma değer yaratıyor.

Peki, iç pazardaki zorlukları küresel arenada avantaja dönüştüren Türk yazılımcıları rakiplerinden nasıl ayırıyor? Bilişim dünyasının potansiyelini, gelecek öngörülerini ve ekosistemde yaşanması gereken stratejik dönüşümleri Hizmet İhracatçıları Birliği Yazılım ve Bilişim Sektör Komite Başkanı Şevket İlhan Bağören ile konuştuk.

2024 yılında ihracatı 4,9 milyar dolara ulaşan yazılım ve bilişim sektörünün, hizmet ihracatı içinde son yıllarda yakaladığı ivmeyi nasıl değerlendirirsiniz? Sektörün hem hizmet ihracatı içindeki payı hem de genel ihracat rakamlarına sağladığı yüksek katma değer ülke ekonomisi için ne ifade ediyor?

Sektörümüzün potansiyeli yüksek ancak ihracata odaklanmamız, yakın zamanlara dayanıyor. Küresel Bilişim ve İletişim Teknolojileri (ICT) ihracatından geleneksel payımız olan yüzde 1’e orta vadede erişmeyi umuyoruz. Son senelerde küresel büyümeye göre daha hızlı büyümemize karşın henüz yüzde 0,43 civarında kalmış durumdayız.

2025 yılında 6 milyar doları geçmesini beklediğimiz ihracatımız, ne yazık ki 5,5 milyar dolar seviyesinde kaldı. Bu yavaşlama, enflasyon ile döviz kurundaki artış arasındaki farkın oluşturduğu yükselen maliyetlerin, rekabetçiliğimizi olumsuz etkilemesinden kaynaklanıyor. Daha kaygı verici bir trend ise şu ki: Geçen seneye kadar ihracatımız ithalattan yüksekken, 2025 yılında ithalat, ihracattan yüzde 50 daha fazla miktarlara erişti. Bunda azalan rekabetçiliğimizden

ziyade, yapay zekâ başta olmak üzere hızla artan yurt dışı yazılım abonelikleri rol oynuyor.

Yazılım ve bilişim sektörünün ekonomiye kattığı en önemli değer; başta imalat ve akıllı endüstriler olmak üzere hemen her alan için vazgeçilmez bir araç hâline gelmesidir. Sektörümüz, dijital dönüşümle verimi ve otomasyonu artırmasının yanında; otomotiv ve savunma sanayisi gibi birçok sektörde de farklılaşmayı ve uluslararası rekabetçiliği sağlayan temel faktör konumunda.

Türkiye’nin geleneksel sanayi gücünü yüksek teknoloji ürün ihracatına dönüştürmesinde yazılımın payı giderek artıyor. Otomotivden savunma sanayisine, beyaz eşyadan makine üretimine kadar, sanayi ürünlerinin kilogram başına ihracat değerini artırmada yerli yazılım sektörünün üstlendiği kritik rolü nasıl okuyorsunuz?

Yazılımın tek başına ihraç edilmeyip ürünün entegre bir parçası olarak satılan hâli “gömülü sistem” olarak nitelendiriliyor. Bu tür ürünlerde fiziksel ağırlık aynı kalırken, ürünün “aklı” ve toplam değeri artıyor ve böylece kilogram başına düşen ihracat geliri de yükseliyor.

2026 yılında yüzde 20’ye yakın bir büyüme yakalayarak 6,5 milyar dolar ihracat rakamına ulaşabiliriz. Önümüzdeki 1-2 sene içinde ekonomik göstergeler rahatlarsa 2030 yılı için 15 milyar dolarlık hedefi yakalamamız sektörümüz adına sürpriz olmayacaktır.

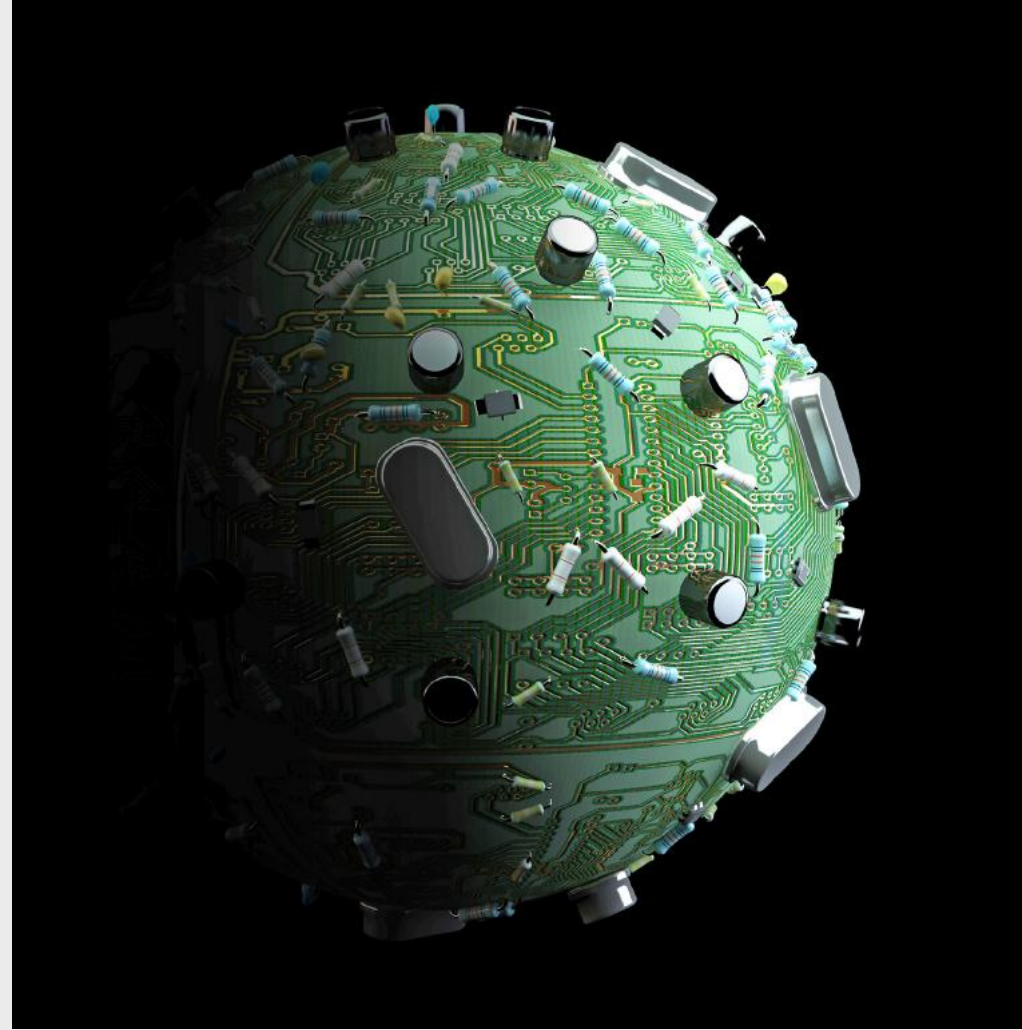
Yazılım; ürüne daha fazla işlev, farklılaşma ve kâr marjı ekleyerek onu sıradan bir “emtia” olmaktan çıkarıp kapsamlı bir sistem çözümüne dönüştürür. Küresel pazarda artık sadece düşük maliyetle değil, farklılaşma ile de rekabet avantajı sağlanıyor. Ayrıştırıcı özellikler de ürünün birim fiyatını doğrudan yukarı çekiyor.

Son olarak, içinde yazılım bulunan ürünler geleneksel emtialar gibi sadece bir defaya mahsus gelir getirmekle kalmaz; yaşam döngüleri boyunca bakım, güncelleme ve yeni özellikler aracılığıyla gelir üretmeye devam eder. Bu durum da kilogram başına ihracat değerinin sürekli olarak yükselmesini sağlar.

Küresel pazar; Hindistan, Doğu Avrupa ve ABD gibi güçlü oyuncuların dominasyonunda. Türkiye bilişim ekosistemi, dünyada hızla ilerleme kaydeden bu ortamda rakiplerinden hangi niş yetkinlikleriyle ayrışıyor? Küreselde nasıl bir konumlanmaya sahip?

Türkiye'nin bu alanda sahip olduğu çeşitli avantajları şu şekilde sıralayabiliriz:

- Türkiye'de inovasyona hevesli, 85 milyonluk dinamik bir pazar bulunuyor. Bu pazar küresel oyuncuları da çektiği için sektörde sürekli en iyilerle rekabet ederek gelişen bir yetkinlik hâkim.
- Mühendisliğin ülkemizde en çok tercih edilen mesleklerden biri olması, sektörün insan kaynağı kalitesini doğrudan artırıyor.
- Yıllardır sağlanan AR-GE ve Teknopark destekleri, ticarileşme noktasında her zaman istenilen seviyeye ulaşmasa da sektörel kapasiteyi ciddi ölçüde artırıyor. Son yıllarda bu ekosisteme dâhil edilen ihracat destekleri de küresel çapta



- rekabetçi bir ortam yaratıyor.
- Sürekli değişen yaşam ve piyasa şartları, sektörümüzün hızlı uyum yeteneğini ve yenilikçi reflekslerini güçlendiriyor.
- Başarı formülünü sürekli güncelleyerek ekosisteme yayma kültürü yerleşmiştir. Finansal teknoloji (fintech) ve oyun gibi alanlarda “unicorn” seviyesine ulaşmış ekipler, yeni girişimlerle geometrik bir hızla büyümekte ve ekosisteme her gün yeni tohumlar atılıyor.

Tüm bu faktörlerin bir sonucu olarak yazılım sektörümüz, yurt dışında önemli bir kalite ve güvenilirlik algısı inşa etmiş durumda. Bunun yanı sıra küresel pazarda, “Türk şirketleri projeyi mutlaka

zamanında teslim eder ve sürdürülebilirliğini sağlar” şeklinde oldukça olumlu bir beklentiye sahip.

Türk yazılım şirketlerinin Hollanda, Yeni Zelanda ve Katar gibi coğrafi, kültürel ve ekonomik dinamikleri birbirinden tamamen farklı pazarlara aynı anda çözüm sunabilmesini neye bağlıyorsunuz? Sizce bu esnekliği sağlayan temel unsurlar neler?

Bu esneklik; regülasyonların sık değiştiği, müşteri beklentilerinin heterojen olduğu ve fiyat baskısının yüksek hissedildiği bir iç pazar ortamının sektörümüze kazandırdığı yüksek adaptasyon

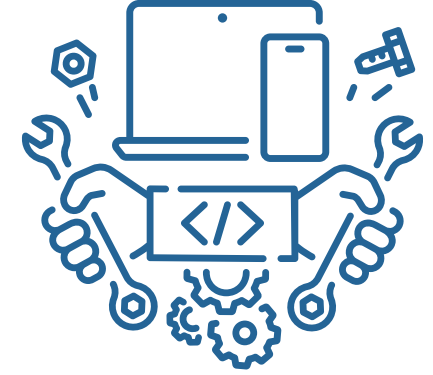
yeteneğinden kaynaklanıyor. Diğer taraftan, yine önemli bir hizmet ihracatçısı olan dizi ve film sektörümüzün çeşitli ülkelerde, Türkiye ve Türk kültürüyle ilgili yarattığı farkındalık ve sempatinin de bu başarıdaki rolü çok büyük.

Girişimcilerimiz sahip oldukları bu avantajları kullanarak yeni pazarlara çok daha rahat girebiliyor. Aynı zamanda, küresel firmalar söz konusu yüksek adaptasyon yetenekleri nedeniyle Türk yöneticileri sıklıkla tercih ediyor. Ekosistemimizdeki bu küresel yayılma, sektöre yeni adım atan girişimcilere de büyük bir güven veriyor.

Türkiye'nin bir yanda güçlü imalat sanayisi, diğer yanda çevik bir bilişim sektörü bulunuyor. Geleneksel sanayicilerimizle yazılım geliştiricilerimizin daha entegre çalışarak, yüzde 100 yerli yüksek teknoloji markaları yaratabilmesi için ekosistemde nasıl bir dönüşüm yaşanması gerekiyor?

Yukarıda bahsi geçen ölçeklenmeyi gerçekleştirebilmek için öncelikle kendi iç pazarında güçlü referanslar yaratacak ve ardından ihracata yönelecek ürün odaklı firmalarımızın hayatını kolaylaştırmamız gerekiyor. Maalesef başta kamu olmak üzere kurumsal müşterilerimizin kurum içi (in-house) çözüm geliştirme veya butik proje üretme alışkanlıkları bu süreci zorlaştırmakta, hatta engellemektedir.

Birçok kurumun ortak ihtiyacı olan standart bir çözümün, her müşteri için sıfırdan defalarca üretilmesi büyük bir kaynak israfı oluşturuyor. Aynı zamanda bu durum; uzmanlaşma, ürünleşme ve dolayısıyla ihracat hedefleri yolunda kaçınılmaz bir fırsat demek. Bu konuda kamu alımlarının belirli bir disiplin altına alınması ve özel sektörde

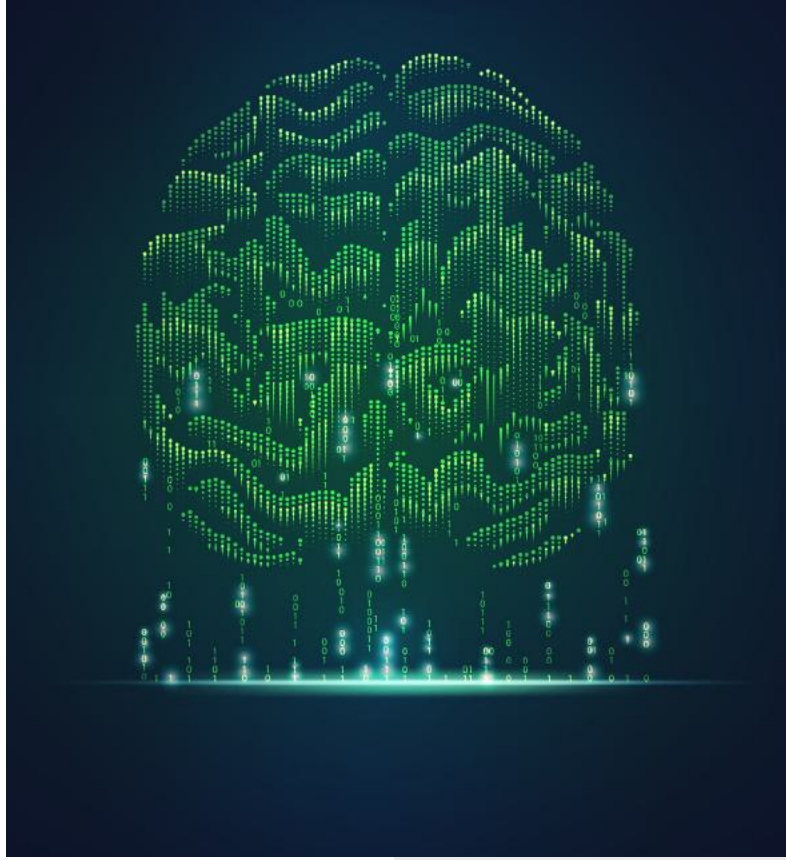


“Sektörümüz, Finans ve Sağlık Gibi Alanlarda Güçlü Bir Kaldıraç Görevi Üstleniyor”

Emtia sektörlerinde büyüme sağlayabilmek için kapasite yatırımı, lojistik ve stok yönetimi gerekirken; yazılım sektöründe aynı ürünün sayısız müşteriye satılabilmesi, aynı ekiple küresel çapta satış yapılabilmesi ve dağıtım maliyetlerinin sıfıra yakın olması çok önemli bir ölçek farkı yaratıyor.

Yazılım sektörü bu özellikleri sayesinde; mobil uygulamalar veya bulut tabanlı hizmetler sunarak finans ve sağlık gibi alanlarda güçlü bir kaldıraç görevi üstleniyor. Sanayide ise otomasyon ve verimlilik artışı sağlayarak sektörel çarpan etkisini en üst düzeye çıkarıyor.

Oyun, mobil uygulamalar, finansal teknolojiler ve e-ticaret alanlarında küresel liderler arasındayız. Büyük Dil Modelleri (LLM) gibi alanlarda doğrudan rekabet etmemiz zor görünse de yapay zekânın kullanımı, inovasyon ve adaptasyon kaslarımızı çalıştırarak sektörel liderler arasında yer alabiliriz.



yerli ürün firmaları ile çalışmayı özendirerek destek mekanizmalarının yaygınlaştırılması şarttır. (TÜBİTAK'ın "Siparişe Dayalı AR-GE" programı ile TÜSİAD'ın teknoloji tedarikçisi ve kullanıcıyı bir araya getiren "SD2" programı bu mekanizmalara verilebilecek en iyi örneklerden.)

Devletimizin, özel sektörünün ulaştığı olgunluk seviyesinin artık farkına varması gerekiyor. Ticarileşmeden ziyade güvenilirliği önceleyerek önemli ve büyük projeleri, başarılı vakıf şirketlerimize -onları kendi uzmanlık alanları dışında çalışmaya itecek şekilde- ihale etmek, sektör adına ciddi bir kaynak ve fırsat kaybına yol açıyor. Hâlbuki özel sektörümüz artık rüştünü ispatlamış ve küresel devletlerle uluslararası projeler yapar hâle gelmiş durumda.

Önümüzdeki beş yıl içinde küresel pazarda ses getirecek yeni

Turcorn'ların özellikle bilişimin hangi dikey alanlarından çıkmasını bekliyorsunuz?

Oyun, mobil uygulamalar, finansal teknolojiler (fintech) ve e-ticaret; hâlihazırda küresel olarak liderler arasına yerleştiğimiz ana alanları oluşturuyor. Yapay zekâ teknolojilerinde ise Büyük Dil Modelleri (LLM) gibi devasa yatırımlar gerektiren alanlarda doğrudan rekabet etmemiz zor görünse de yapay zekânın kullanımını, inovasyon ve adaptasyon kaslarımızı çalıştırarak sektörel liderler arasında yer alabiliriz.

Örneğin, LLM kullanımı henüz herkes için çok yeniyken, kullanıcıların çok sayıda modele tek noktadan erişmesini sağlayan dünyadaki en iyi beş küresel uygulamanın ikisi Türkiye'den çıktı. Fırsatları bu denli hızlı okuma ve değerlendirme yeteneğimiz, hızla değişen yapay zekâ ekosisteminde de bizi liderler arasına taşıyacaktır.

Hizmetler sektörünün 2026 yılı için ihracat hedefi 128 milyar dolar olarak belirlendi. Bu büyüme hedefi içinde çarpan etkisi en yüksek alanlardan biri olan yazılım ve bilişim sektörünün oransal payının ne kadar olmasını bekliyorsunuz?

2026 yılında, yukarıda bahsettiğimiz tüm ekonomik zorluklara rağmen yüzde 20'ye yakın bir büyüme yakalayarak 6,5 milyar dolar ihracat rakamına ulaşabiliriz. Önümüzdeki 1-2 sene içinde ekonomik göstergeler rahatlırsa 2030 yılı için 15 milyar dolarlık hedefi yakalamamız sektörümüz adına kesinlikle sürpriz olmayacaktır.

Türkiye'de inovasyona hevesli, 85 milyonluk dinamik bir pazar bulunuyor. Bu pazar küresel oyuncuları da çektiği için sektörde sürekli en iyilerle rekabet ederek gelişen bir yetkinlik hâkim.

Buderus

Geleceğin ısıtma sistemleri.



Kompakt Isı Merkezi

Buderus'un duvar tipi yoğuşmalı kazanı Logamax plus GB272 kapsamlı ve profesyonel araştırmaların sonucunda, konutlar, kamu binaları, ticari binalar gibi çoklu yaşam alanlarında yüksek verim sağlanması için geliştirilmiştir.

Özenle tasarlanan konfigürasyonu sayesinde 2400 kW'a kadar kapasitede sistem çözümleri bile kısa sürede sağlanır.

Modüler iç ve dış tasarımıyla montaj, kurulum ve bakım işlemlerini yapmak daha kolaydır.



/buderus_turkiye



/buderustr



/BuderusTurkiye



/BuderusTurkiye

www.buderus.com/tr | 444 5 474

Tuna'dan Dünyaya Akan Ticaret

ROMANYA

Balkanlar ile Avrupa arasında stratejik bir geçiş noktası olarak konumlanan Romanya; doğal kaynakları, stratejik coğrafi konumu ve hızla gelişen pazar dinamikleriyle Avrupa'nın dikkat çekici ekonomilerinden biri olmayı sürdürüyor.

Romanya; Orta ve Doğu Avrupa'nın kalbinde konumlanmasıyla hem tarihi hem de stratejik derinliğe sahip bir ülke olmasının yanı sıra kurmuş olduğu ticaret ağlarıyla da oldukça dinamik bir ülke. İkinci Dünya Savaşı sonrası yaşadığı zorlu siyasi ve ekonomik süreçlerin ardından 1989'daki devrimle serbest piyasa ekonomisine adım atan ülke, bu dönüşümü büyük bir kararlılıkla sürdürüyor. Bugün, başlangıçta yaşanan adaptasyon zorluklarını, gerçekleştirdiği yapısal reformlar ve dış ticarete verdiği önemle aştığı görülüyor.

2007 yılında Avrupa Birliği'ne (AB) tam üye olmasıyla birlikte küresel konjonktürdeki yerini sağlamlaştıran ülke, batı entegrasyonunu da hızlandırmış durumda. Günümüzde Romanya; AB standartlarına uyum sağlayan yasal altyapısı, yabancı sermayeye açık tutumu ve geniş pazar hacmiyle dikkat çekiyor. Küresel tedarik zincirlerinin yeniden şekillendiği bu dönemde, sahip olduğu zengin doğal kaynaklar ve stratejik geçiş yolları Romanya'yı uluslararası yatırımcılar için güvenli bir liman hâline getiriyor.

Tarih boyunca Slav, Batı Avrupa ve komşu kültürlerin etkileşimleriyle harmanlanan bu coğrafya, bugün modern ekonomik hamleleri ve yenilikçi büyüme vizyonuyla Avrupa kıtasının önemli aktörlerinden biri olarak öne çıkıyor.

ORTA VE DOĞU AVRUPA'NIN EN BÜYÜK İKİNCİ PAZARI

Yüksek gelirli ekonomiler sınıfında yer alan Romanya,



Bükreş

son yıllarda sergilediği istikrarlı performansla Orta ve Doğu Avrupa'nın Polonya'dan sonraki en büyük ikinci pazarı konumuna erişmeyi başardı. 2024 yılı sonu itibarıyla yaklaşık 382 milyar dolarlık Gayrisafi Yurt İçi Hasıla (GSYİH) büyüklüğüne ulaşan ülke ekonomisinin, 2025 projeksiyonları ve açıklanan son veriler ışığında 422 milyar dolar seviyelerine yaklaşması bekleniyor.

Romanya ekonomisinin itici gücünü büyük ölçüde hizmet sektörünün oluşturduğu görülse de sanayi ve tarım da istihdamda önemli paylara sahip. Ülkenin büyüme dinamiklerinde, AB fonlarının altyapı projelerine entegre edilmesi kritik bir rol oynuyor. Son yıllarda özellikle iş dünyasında kadınların rolünün ve girişimcilik ekosistemindeki



18.832

milyon

Nüfus

(IMF, 2025 Tahmini)

238,391

kilometrekare

Yüz ölçümü

422,5

milyar dolar

GSYİH

Romanya, ticaretinin yüzde 70'ten fazlasını Avrupa Birliği ülkelerine gerçekleştiriyor. Almanya, ülkenin en büyük ihracat pazarı olarak başı çekerken onu İtalya, Fransa ve Macaristan izliyor.



Peles Şatosu

etkinliklerinin artması, ekonomik kalkınmaya ivme kazandıran önemli bir sosyoekonomik gelişme olarak dikkat çekiyor.

Bilişim teknolojileri alanında sunduğu rekabetçi avantajlar da Romanya'yı Avrupa'nın teknoloji merkezlerinden biri yaparken; kırsal nüfusun vergi sistemine katılımındaki düşüklük ve kayıt dışı ekonomi gibi yapısal sorunlar, aşılması gereken makroekonomik engeller olarak güncelliğini koruyor.

AVRUPA KITASINDA YER ALTI KAYNAKLARINA SAHİP NADİR ÜLKELERDEN

Romanya'nın sanayi altyapısı hem köklü üretim geleneğine hem de yabancı yatırımlarla modernize edilen tesislere dayanıyor. Avrupa kıtasında kendi petrol ve doğal gaz rezervlerine sahip nadir ülkelerden biri olan Romanya, enerji sektöründe bölgesel bir

oyuncu konumunda. Ülkenin, 2025 itibarıyla yaklaşık 600 milyon varil kanıtlanmış petrol rezervi ve 4 trilyon fit küp civarında doğal gaz rezervi bulunuyor. Otomotiv endüstrisi ise Dacia ve Ford gibi markaların üretim üsleri sayesinde ülkenin ihracat lokomotifini oluşturuyor.

Romanya sanayisi sadece ağır sanayi ve otomotivle sınırlı kalmıyor. Seramik endüstrisi, kaliteli ham madde kaynakları ve modern tasarım anlayışıyla Avrupa pazarlarında kendine yer bulurken tekstil sektörü de esnek üretim kapasitesiyle küresel markaların tedarik zincirinde önemli bir pazar olmayı sürdürüyor. Son dönemde savunma ve havacılık sanayisine yapılan yatırımlar ve modernizasyon çalışmalarının da ülkenin stratejik üretim kabiliyetini ciddi oranda artırdığı görülüyor. Elektrikli cihazlar, makine aksamaları ve mekanik aletler üretimi,

sanayi yelpazesini genişleterek Romanya'nın katma değerli ürün ihracatını doğrudan destekleyen bir yapıya kavuşmasını sağlıyor.

TİCARETİN YÜZDE 70'TEN FAZLASI AB ÜLKELERİNE GERÇEKLEŞİYOR

Romanya, dış ticaret hacmini istikrarlı bir şekilde büyütürken küresel pazarlara entegrasyonunu derinleştirmiş durumda. Yakın tarihli verilere göre yıllık bazda yaklaşık 100 milyar dolar ihracat ve 136 milyar dolar ithalat rakamlarına ulaşan ülke, dış ticaret açığı verse de toplam ticaret hacmini 236 milyar dolar seviyelerinde tutmayı başarıyor.

2025 verilerine göre ülkenin toplam ihracatı yüzde 4,2 artış ile 96,6 milyar euro'ya, aynı dönemde ithalatı ise yüzde 2,6 artış ile 129,3 milyar euro'ya ulaştı. Dış ticaret hacmi 225,9 milyar euro olarak kaydedilen Romanya'nın, dış ticaret açığı ise 32,7 milyar euro olarak gerçekleşti. 2025 yılı verileri, ticaretin yüzde 70'ten fazlasının Avrupa Birliği ülkeleriyle gerçekleştirildiğini gösteriyor. Bu ülkeler arasında Almanya, Romanya'nın en büyük ihracat pazarı olarak başı çekerken onu İtalya, Fransa ve Macaristan izliyor.

Ülkenin başlıca ihracat kalemlerini, otomotiv parçaları, izole edilmiş teller, elektrik dağıtım panoları ve mekanik cihazlar oluştururken; ithalatta ise ham petrol, kimyevi maddeler, motorlu kara taşıtları ve ilaç sanayisi ürünleri ön plana çıkıyor. Romanya'nın dış ticaretteki bu dinamik yapısı, ülkenin komşu coğrafyalarla olduğu kadar küresel üretim ağlarıyla da ne denli entegre bir sistem yürüttüğünü net bir şekilde ortaya koyuyor.

AVRUPA'NIN LOJİSTİK VE STRATEJİK GEÇİŞ NOKTASI

Yaklaşık 238 bin kilometrekarelik yüz ölçümüyle Avrupa'nın en



Brasov



Bran Kalesi

Çok Katmanlı Yapısını Kültürel Zenginliğine Borçlu

Romanya, yaklaşık 19 milyonluk nüfusuyla Balkanlar ve Avrupa kültürlerinin eşsiz uyumunu sunuyor. Nüfusun yüzde 89,5'ini Rumenler oluştursa da bu kültürel mozaik zenginliğini; Macarlar, Almanlar, Ukraynalılar, Türkler ve Tatarlar gibi çok sayıda etnik grubun beraberliği oluşturuyor. Tarihsel süreçte erken dönem Slav kavimlerinden ve Osmanlı İmparatorluğu'ndan derin izler taşıyan ülke, son yıllarda AB üyeliğinin de etkisiyle Batı Avrupa kültürünü yaşam tarzına hızla entegre etmiş durumda. Bu çok katmanlı yapı, ülkenin silüetine ve mimarisine de yansıyor. Başkent Bükreş'teki modern Avrupa binalarının yanı sıra akustik detayların ustalıklı kurgulandığı tarihi yapılar ve ülkenin belirli bölgelerinde izlerine rastlanan asırlık Osmanlı mimari motifleri, Romanya'nın kültürel hafızasını oluşturuyor. Laik bir devlet yapısına sahip olan ülkede resmi bir din bulunmamasıyla birlikte geniş bir hoşgörü iklimi hâkimiyetini sürdürüyor. Sosyal yapının modernleşmesi, eğitilmiş iş gücünün kalitesini artırırken toplumun küresel dünyaya entegrasyonunu da kolaylaştırıyor.



%0,96

Büyüme Oranı

22.436

dolar

Kişi Başı GSYİH
(IMF, 2025 Tahmini)

ROMANYA İLE TÜRKİYE ARASINDAKİ İKİLİ TİCARET (MİLYON DOLAR)

Yıllar	İhracat	İthalat	Denge	Hacim
2020	3,893	2,769	+1,124	6,662
2021	5,175	3,434	+1,740	8,609
2022	6,950	3,335	+3,615	10,285
2023	7,0	3,7	+3,3	10,7

Kaynak: TÜİK



büyük 12. ülkesi olan Romanya, coğrafi avantajını güçlü bir stratejik araca dönüştürüyor. Tuna Nehri'nin büyük bir bölümünün ülke topraklarından geçerek Karadeniz'e dökülmesi, Romanya'yı iç sular taşımacılığında kilit bir konuma oturtuyor. Karadeniz kıyısındaki Köstence Limanı ise ülkenin lojistik sektöründeki gücünün merkez üssü olarak Avrupa'nın en büyük ticaret kapılarında biri işlevini taşıyor.

Doğu ile Batı arasında köprü işlevi gören bu konum, tedarik zinciri yönetiminde ve uluslararası kargo taşımacılığında Romanya'ya önemli bir avantaj sağlıyor. AB fonlarıyla desteklenen ve hızla gelişen kara yolu ile demir yolu ağları sayesinde ülke, sadece bölgesel değil kıtalararası tica-

rette de transit bir merkez olma yolunda hızla bir şekilde ilerliyor. Bu durum, depolama, dağıtım ve taşımacılık operasyonlarını kapsayan lojistik sektörünü ülkenin en çok yatırım çeken ve en dinamik iş kollarından biri hâline getiriyor.

TÜRKİYE VE ROMANYA ARASINDAKİ TİCARET HEDEFİ 20 MİLYAR DOLAR

Türkiye ile Romanya arasındaki ilişkiler, tarihi dostluk bağlarının üzerine inşa edildiği için çok boyutlu, güçlü bir stratejik ortaklığa dayanıyor. 2011 yılında imzalanan Stratejik Ortaklık Belgesi ile üst seviyelere taşınan bu ilişki sayesinde Romanya, bugün Türkiye'nin Balkanlardaki en büyük ticaret ortağı konumunda. İki ülke arasındaki ticaret hacmi ise kuvvetli

ilişkilerin bir sonucu olarak istikrarlı büyümesini sürdürüyor.

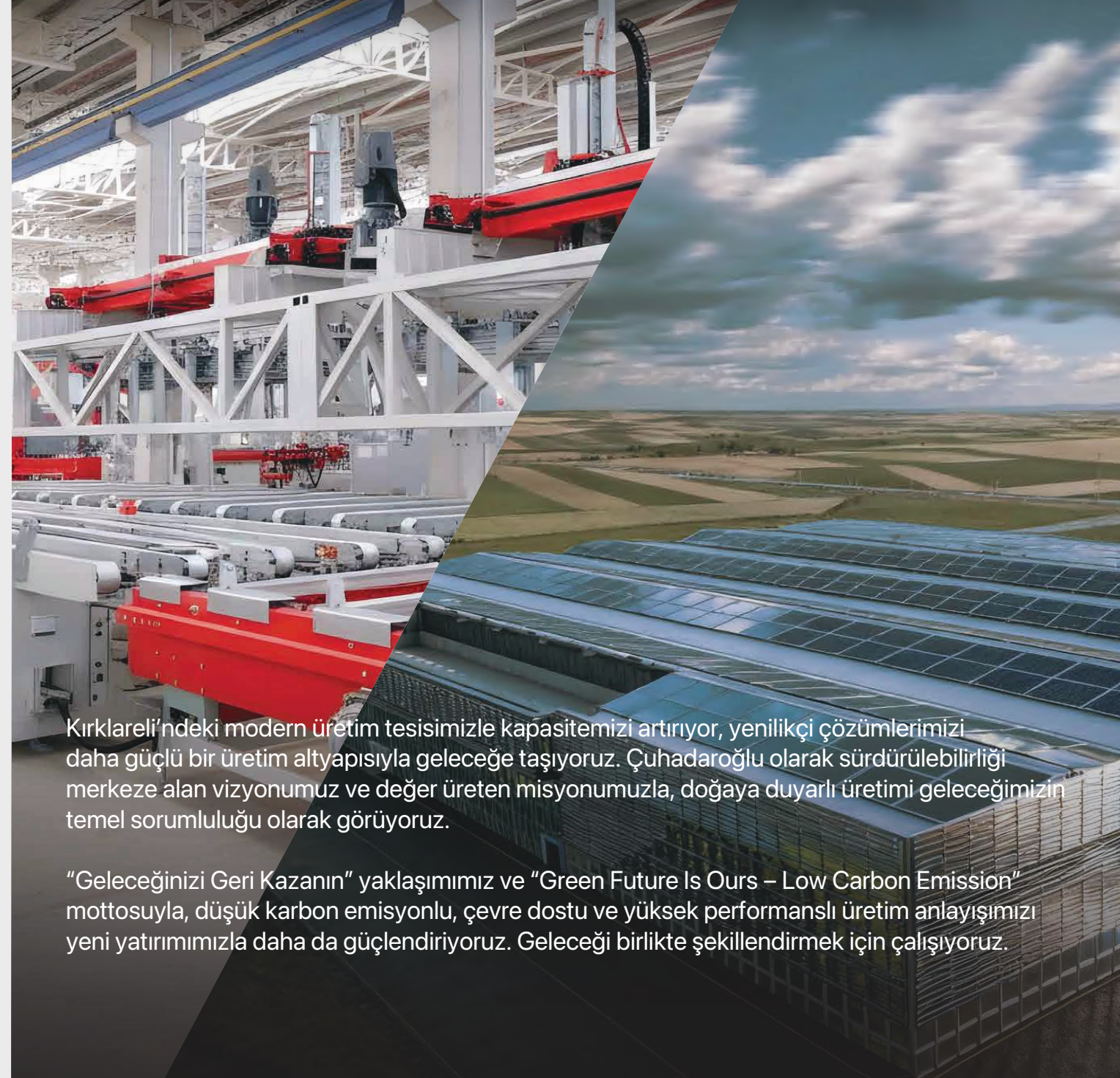
Ticari ilişkiler açısından Romanya, Türkiye için AB ülkeleri arasında altıncı sıralardayken, Balkan ülkeleri arasında birinci sırada yer alıyor. İki ülke arasındaki karşılıklı geliştirme iradesinin bir sonucu olarak, 2028 yılı için ticaret hedefi 20 milyar dolar olarak belirlendi. Romanya pazarında, toplam yatırım değerleri 8-9 milyar doları bulan yaklaşık 18 bin Türk şirketi faaliyet gösteriyor. Ayrıca Türk müteahhitlerinin ülkede üstlendiği dev altyapı projeleri de ekonomik ilişkilere büyük katkı sağlıyor.

Türkiye, Romanya'ya ağırlıklı olarak otomotiv yan sanayisi, demir-çelik ürünleri, tekstil ve kimyevi maddeler ihraç ederken; Romanya'dan metal cevherleri, tarım ürünleri ve mineral yağlar ithal ediyor. 2026'nın ilk yarısındaki JETCO toplantılarıyla da desteklenen bu kazan-kazan yapısı, bölgesel istikrara büyük bir güç katıyor.

Romanya, ticaretinin yüzde 70'ten fazlasını Avrupa Birliği ülkelerine gerçekleştiriyor. Almanya, ülkenin en büyük ihracat pazarı olarak başı çekerken onu İtalya, Fransa ve Macaristan izliyor.

ÇUHADAROĞLU

Çuhadaroğlu'ndan Yeni Nesil Üretim Hamlesi!



Kırklareli'ndeki modern üretim tesisimizle kapasitemizi artırıyor, yenilikçi çözümlerimizi daha güçlü bir üretim altyapısıyla geleceğe taşıyoruz. Çuhadaroğlu olarak sürdürülebilirliği merkeze alan vizyonumuz ve değer üreten misyonumuzla, doğaya duyarlı üretimi geleceğimizin temel sorumluluğu olarak görüyoruz.

"Geleceğinizi Geri Kazanın" yaklaşımımız ve "Green Future Is Ours – Low Carbon Emission" mottosuyla, düşük karbon emisyonlu, çevre dostu ve yüksek performanslı üretim anlayışımızı yeni yatırımımızla daha da güçlendiriyoruz. Geleceği birlikte şekillendirmek için çalışıyoruz.

ÜRETİM VE PAKETLEME KAPASİTESİ İLE AVRUPA'DA İLK 3 İÇİNDEYİZ

TOP 3 IN EUROPE WITH PRODUCTION AND PACKAGING CAPACITY

Bentaş

Yeni yatırımlarla büyüyoruz. 75'in üzerinde ülkede her gün, milyonlarca kedi sahibinin hayatına dokunan ürünler üreten şirketimiz, küresel ölçekte büyümeye emin adımlarla devam ediyor.

2007 yılında kurulan şirketimiz Bentaş Bentonit A.Ş., ülkemizde bulunan beyaz bentonit rezervlerini, çeşitli işlemlerden geçirerek dünyada 75'den fazla ülkeye ihraç etmektedir. Türkiye'deki beyaz bentonit rezervlerinin çok büyük bir kısmı Ordu-Ünye-Fatsa civarındadır. Bu rezervlerin önemli bölümü şirketimiz himayesindedir.

Türkiye kedi kumu pazarının yüzde 70'inden fazlasını domine eden firmamız, ülke genelinde 45'e yakın büyük toptancı ya da iş ortağıyla halen çalışmaya devam etmektedir.

Ayrıca şirketimiz, hem üretim kapasitesi hem de paketleme kapasitesi olarak Avrupa'da ilk 3 firmadan biridir. Bugün 240 bin ton granül üretim kapasitesine sahip olan firmamız, toplam 350 personele de istihdam sağlamaktadır.

VanCat® markamız, World Branding Forum tarafından, "Temizlik ve Hijyen" dalında ilki 3 Temmuz 2019 olmak üzere, 9 Eylül 2021, 27 Temmuz 2023 ve 17 Kasım 2025 yıllarında toplamda 4 kez "Yılın Markası" ödülüne layık görüldü. Bu alanda Türkiye'de ödül alan ilk ve tek markanın sahibi olarak gururumuz büyük.

6 Mart 2020'de TİM önderliğinde düzenlenen "İhracatın Yıldızları" yarışmasında, Özgün Ürün dalında da ödüle layık görüldük.

Bugün VanCat® markamız 66 ülkede, Cat's White® markamız 30 ülkede, RoCat® markamız 28 ülkede pazarlanmaktadır. Bentaş Bentonit olarak kurulduğumuz günden beri en büyük hedeflerimizden biri olan "Türkiye'nin üretimden ihracat yapan ikinci 500 firması" arasına girmiş olmanın mutluluğunu ve gururunu yaşıyoruz.

We are growing with new investments. Our company produces products that touch the lives of millions of cat & cat owners every day in more than 75 countries.

Our Company, was established in 2007, exports the white bentonite reserves to more than 75 countries in the world by undergoing various processes. A great portion of the white bentonite reserves in Türkiye are around Ordu-Ünye. Most of these reserves are under the auspices of our company.

Our company, which dominates more than 70% of the Turkish cat litter market, still continues to work with nearly 45 large wholesalers or business partners throughout the country.

Our company is one of the top 3 companies in Europe in terms of production and packaging capacity. Our company has 240,000 tons production capacity, provides employment for a total of 350 personnel.

On 3rd July 2019, VanCat® was honoured by the World Branding Forum as the "Brand of the Year" in the "Cleaning and Sanitation" category, marking its first win. Further accolades followed on

9th September 2021, 27th July 2023 and 17th November 2025 bringing the total number of awards to four. We are proud to announce that VanCat® is the first and only Turkish brand to receive this recognition in the industry.

In the "Stars of Export" competition organized under the leadership of TİM in 2020, we were also awarded in the Original Product category.

Today, our VanCat® brand is marketed in 66 countries, our Cat's White® brand in 30 countries and our RoCat® brand in 28 countries. As Bentaş Bentonit, we are experiencing the happiness and pride of being among "Türkiye's second 500 companies that export from production", which was one of our biggest goals since our establishment.

We serve to 144 international customers in 78 countries.

As of 2026, the number of countries Bentaş Bentonit exports to is over 75. We are actively carrying out export operations in 5 of 7 continents, including South & North America, Asia, Europe and Africa.

In bentonite cat litter sector, Bentaş Bentonit is Türkiye's largest producer and exporter. Our company is one of the biggest suppliers in Europe.



CLEANING AND SANITATION
CAT LITTER - TÜRKİYE
2019-2020 / 2021-2022 / 2023-2024 / 2025-2026

Bentaş



Firma Adı	: Bentaş Bentonit Mad. San. ve Tic. A.Ş.
Bulunduğu OSB	: Fatsa
YKB	: Turgay ÖMÜR
Genel Müdür	: Fatih ÖMÜR
Sektör Bilgisi	: Madencilik
İhracat Ürünleri	: Kedi Kumu, Endüstriyel ve Mikronize Bentonit
Kontakt e-mail	: contact@bentabentonit.com
Telefon	: +90 452 423 48 04
Fax	: +90 452 424 02 16
Web	: www.bentabentonit.com
E-mail	: contact@bentabentonit.com
Adres	: Fatsa OSB. 101 Sk. No: 20 52400 Fatsa / ORDU

Company Name	: Bentaş Bentonit Mad. San. ve Tic. A.Ş.
OIZ Name	: Fatsa
Chairman	: Turgay ÖMÜR
General Manager	: Fatih ÖMÜR
Sector Information	: Mining
Export Products	: Cat Litter, Industrial and Micronized Bentonite
Contact e-mail	: contact@bentabentonit.com
Fax	: +90 452 423 48 04
Phone	: +90 452 424 02 16
Web	: www.bentabentonit.com
E-mail	: contact@bentabentonit.com
Address	: Fatsa OSB. 101 Sk. No: 20 52400 Fatsa, ORDU / TÜRKİYE

f X @BentasBentonit | www.bentabentonit.com

TİM TÜRKİYE EXPORTERS ASSEMBLY AMONG TOP 1000 EXPORTERS OF TÜRKİYE

VAN CAT WHITE SAND CAT'S WHITE rocat

EVDEKİ HESAP ÇARŞIYA UYMAYINCA İRAN SAVAŞI



PROF. DR. EMRE ALKIN

Orta Doğu'nun siyasi tarihi bize eski bir gerçeği hatırlatır: Bu coğrafyada savaş başlatmak kolay, ancak sonuçlarını kontrol etmek son derece zor. Bölgenin dengeleri yalnızca askerî güçle değil; enerji politikalarıyla, ideolojik ağlarla ve küresel ekonominin kırılğan dengeleriyle şekilleniyor.

Herhangi bir operasyon askerî bakımdan ne kadar güçlü olursa olsun, arkasındaki stratejik hesaplama eksikse sonuçlar beklenenden çok daha karmaşık olabilir. Birçok stratejist ve güvenlik uzmanı, Donald Trump ve Binyamin Netanyahu'nun İran'a karşı başlattığı savaşta tam olarak bunun yaşandığını savunuyor. Planları askerî güce dayanıyordu, ancak Orta Doğu gerçekliği çoğu zaman askerî planların ötesinde kalıyor.

İnsan öldürmekten keyif aldıkları açıkça belli olan bu kişilerin göz ardı ettiği veya yanlış değerlendirdiği birkaç kritik unsur kısa sürede ortaya çıktı. Bunların başında İran rejiminin hızla çökeceği beklentisi geliyordu. Operasyonun temel varsayımlarından biri, İran'ın üst düzey liderliğine yapılan saldırıların devlet yapısını zayıflatacağı ya da rejimi devireceğiydi. İran'ın dini liderine ve birçok üst düzey yetkiliye yönelik saldırılar bu stratejinin parçası olarak görüldü. Ancak beklenen olmadı: İran devleti çökmek yerine hızla yeni bir liderlik oluşturdu ve savaş kapasitesini sürdürdü. Bu durum, Orta Doğu'daki siyasal yapıların nasıl

işlediğini bir kez daha gösterdi; bölgedeki rejimler genellikle tek bir lidere değil, ideolojik temellere ve güçlü güvenlik ağlarına dayanır. İran bunun tipik bir örneği oldu.

Bir diğer yanlış hesap ise İran'ın bölgesel etki ağının küçümsenmesiydi. İran sadece kendi sınırları içinde hareket eden bir devlet değil; geniş bir bölgesel etki ağına sahip. Lübnan'daki Hizbullah, Irak'taki Şii milis grupları, Yemen'deki Husiler ve Suriye'deki İran bağlantılı milisler bu ağın önemli parçaları. Savaş başladığında bu grupların devreye girmesi çatışmayı tek cepheli bir savaştan çok cepheli bir bölgesel çekişmeye dönüştürdü. Bu gelişme hem İsrail'in hem de ABD'nin askerî ve siyasi maliyetlerini beklenenden çok daha hızlı artırdı.

Enerji politikası da savaşın en kritik boyutlarından biri hâline geldi. Küresel petrol ticaretinin yaklaşık yüzde yirmi ila yirmi beşi Hürmüz Boğazı'ndan geçer. Dolayısıyla, İran'ın boğazı mayınlama veya ticareti kesintiye uğratma ihtimali küresel enerji piyasaları için büyük bir risk oluşturdu. Savaşın ardından ortaya çıkan gerilimler petrol

fiyatlarını hızla yükseltti ve dünya enerji sistemini sarstı. Bu gelişme yalnızca Orta Doğu'yu değil, Avrupa ve Asya ekonomilerini de etkileyen bir zincirleme etki yarattı. Enerji piyasalarının bu kadar hassas olduğu bir dönemde Hürmüz riskinin hafife alınması birçok analist tarafından ciddi bir stratejik hata olarak değerlendirildi.

Körfez ülkelerinin çatışmaya çekilme riski de önemli bir faktör. Trump'ın başlangıçta İran'ın, ABD'nin Körfez'deki müttefiklerini doğrudan hedef almaya çağını varsaydığını görüyoruz. Ancak İran'ın Katar, Bahreyn ve BAE'deki ABD üslerine yönelik saldırıları bu varsayımın yanlış olduğunu gösterdi. Böylece savaş, İran ile İsrail arasındaki sınırlı bir çatışma olmaktan çıkıp tüm bölgeyi etkileyen daha geniş bir güvenlik krizine dönüştü.

Ekonomik etkiler de beklenenden çok daha büyük oldu. Büyük ihtimalle Trump yönetimi savaşın petrol piyasasında ciddi bir şok yaratmayacağını düşünüyordu. Ancak enerji fiyatları hızla yükseldi ve küresel piyasalarda belirsizlik arttı. Petrol fiyatlarındaki dalgalanmalar küresel enflasyon riskini yükseltti ve dünya ekonomisinde yeni kırılğanlıklar yarattı. Enerji piyasalarının bu kadar hassas olduğu bir ortamda Orta Doğu'daki büyük bir askerî gerilimin küresel ekonomi üzerindeki etkileri kaçınılmaz hale geldi.

Stratejik açıdan en çok eleştirilen noktalardan biri savaşın net bir hedefinin olmamasıydı. Başlangıçta çeşitli hedefler dile getirildi -İran'ın nükleer programını yok etmek, rejimi zayıflatmak, İran'daki protestoları desteklemek ve Hürmüz Boğazı'nı açık tutmak- ancak bu hedefler zaman içinde sürekli

ABD, Vietnam Savaşı'ndan sonra ikinci büyük darbesini almaya çok yakın görünüyor. Benim düşünceme göre, ağır kayıplara yol açacak bir kara harekâtı Trump'ın sonunu getirebilir.

değişti. Bir savaşın en tehlikeli hâli askerî operasyon başlamış fakat stratejik hedef net değilse ortaya çıkar. Birçok analist, bu belirsizliğin savaşın yönünü bulanıklaştırdığını belirtiyor.

İran'ın askerî dayanıklılığı da yanlış değerlendirilmiş bir diğer unsur. Trump yönetimi İran'ın askerî kapasitesinin büyük ölçüde yok edildiğini iddia etti. Ancak bağımsız değerlendirmeler, İran'ın nükleer programının tamamen ortadan kaldırılmadığını; en iyi ihtimalle birkaç yıl geriye atıldığını gösterdi. Bu durum, savaşın temel gerekçelerinden biri olan "tehditin tamamen ortadan kaldırılması" iddiasını tartışmalı hâle getirdi.

Ortaya çıkan tablo oldukça net: Trump ve Netanyahu'nun hesaplarında askerî güç önemli bir yer tutuyordu; ancak Orta Doğu jeopolitiği sadece askerî güçle açıklanabilecek kadar basit değil. İran rejiminin hızla çökeceği beklentisi gerçekleşmedi, İran'ın vekalet savaşları için hazır tuttuğu ağın etkisi küçümsendi, Hürmüz Boğazı'nın küresel enerjideki merkezi rolü yeterince hesaba katılmadı ve savaşın net bir stratejik hedefi olmadığına dair eleştiriler güçlendi.

Orta Doğu'nun siyasi tarihi bize eski bir gerçeği hatırlatır: Bu coğrafyada savaş başlatmak kolay, ancak sonuçlarını kontrol etmek son derece zor. Bölgenin dengeleri yalnızca askerî güçle değil, enerji politikalarıyla, ide-

olojik ağlarla ve küresel ekonominin kırılğan dengeleriyle şekilleniyor.

Görünen o ki hem ABD hem de İsrail -önceki olayların sonuçlarından cesaretle- "mutlak zafer" beklediler. Ancak şimdi dokunulmazlık imajları zayıflıyor. Açıkçası, İsrail Devleti nasıl kurulduysa aynı yöntemlerle yok olabilir. Başlayan sürecin ciddiyetinin farkına varıp varmayacakları zaman gösterecek.

Diğer yandan ABD, Vietnam Savaşı'ndan sonra ikinci büyük darbesini almaya çok yakın görünüyor. Benim düşünceme göre, ağır kayıplara yol açacak bir kara harekâtı Trump'ın sonunu getirebilir. Bunları durdurabilecek senaryolar şunlardır: ABD veya İsrail İran'a nükleer saldırı başlatır; Rusya, "O zaman sıra bende" diyerek Ukrayna'ya aynı şekilde karşılık verir. Bu da potansiyel olarak Üçüncü Dünya Savaşı'na yol açar veya büyük bir şokun ardından sakinleşme getirir.

Trump'ın başkanlığı suikast veya hukuki süreçle sona erer; İsrail gerekli baskıyı sürdürmeye yetecek şantaj/etki unsuru bulamaz; ateşkes sağlanır ve Netanyahu da benzer bir akıbeta maruz kalabilir. Başka bir alternatif aklıma gelmiyor. Me-kik diplomasisi ile sağlanacak bir ateşkes kalıcı görünmüyor. Bu şartlar altında, eğer birinci seçenek uygulanmazsa, ABD ve İsrail için yenilgi daha yakın görünüyor.

YAZARIN NOTU

Trump ve Netanyahu'nun hesaplarında askerî güç önemli bir yer tutuyordu; ancak Orta Doğu jeopolitiği sadece askerî güçle açıklanabilecek kadar basit değil. İran rejiminin hızla çökeceği beklentisi gerçekleşmedi. İran'ın vekalet savaşları için hazır tuttuğu ağın etkisi küçümsendi, Hürmüz Boğazı'nın küresel enerjideki merkezi rolü yeterince hesaba katılmadı ve savaşın net bir stratejik hedefi olmadığına dair eleştiriler güçlendi.

Teşekkürler Dünya

Ürettiğimiz enerji ekipmanlarını
6 kıtada 80'den fazla ülkede kullandığınız
ve Türk enerjisine güvendiğiniz için
teşekkür ederiz.

Güç Transformatorü
1000 MVA / 1000 kV

Dağıtım Transformatorü
25 kVA - 31,5 MVA / 36 kV

Hava Yalıtımlı Metal Enclosed Hücreler
36 MVA / 630A-1250A

Monoblok Beton Köşk
SF6 Gazlı Kesici ve Ayırıcılar



betaenerji



betaenerji



Beta Enerji



beta.enerji

Orta Doğu'daki Ateş Çemberinin Faturasını Kim Ödeyecek?



ABD-İsrail ve İran arasındaki savaş, Hürmüz Boğazı'nın kapanmasıyla dünya ticaretinin kilitlendiği bir krize dönüşmüş durumda. Savaşın sadece jeopolitik dengeleri değil, küresel ticareti de temelden sarsan etkisi; enerji ve navlun maliyetlerinde ani sıçramalara neden olduğu gibi dünyadaki gıda güvenliğini de tehdit eden bir boyuta ulaştı.

Yeni yıla büyük umutlarla giren dünya, Şubat 2026'nın son günleri itibarıyla savaş gündemiyle karşı karşıya kaldı. ABD ve İsrail'in 28 Şubat'ta Tahran, İsfahan, Kum ve Kirmanşah'ı hedef almasıyla alevlenen çatışmanın, bölgesel bir savaşa dönüşmesiyle Orta Doğu, son 10 yılın en ciddi güvenlik krizinin ortasında kaldı.

ABD ve İsrail'in ortak atağına, İran "Gerçek Vaat 4 Operasyonu" ile karşı saldırıya geçti ve ülkenin lideri Ali Hamaney bu saldırılarda hayatını kaybetti. İran'ın Hürmüz Boğazı'nı fiilen abluka altına almasıyla birlikte ise küresel enerji trafiği neredeyse durma noktasına geldi; 170'i aşkın konteyner gemisi Körfez'de mahsur kalırken Brent ham petrolün varili 112 dolara fırladı.

Savaşın etkisi yalnızca enerjiyle sınırlı kalmadı. Dubai başta olmak üzere pek çok uluslararası havalimanı kapandı, savaş riski sigortaları iptal edildi ve küresel tedarik zincirleri ciddi biçimde sekteye uğradı. Ekonomistler, krizin uzaması hâlinde 2022'ye benzer küresel bir enflasyon şokunun kaçınılmaz olacağı uyarısında bulunuyor. Gelişmekte olan ülkeler ve enerji ithalatçıları için durum daha kritik bir sürece doğru ilerliyor. Bu tablo, savaş bitse de savaşın ekonomik faturasının kısa vadede kapanmayacağını gösteriyor.

HÜRMÜZ BOĞAZI SAVAŞIN KİLİT NOKTASI OLDU

Her gün yaklaşık 21 milyon varil petrolün bu dar boğazdan taşındığı Hürmüz Boğazı, küresel ekonominin nabzının attığı stratejik bir rota olarak dünya için

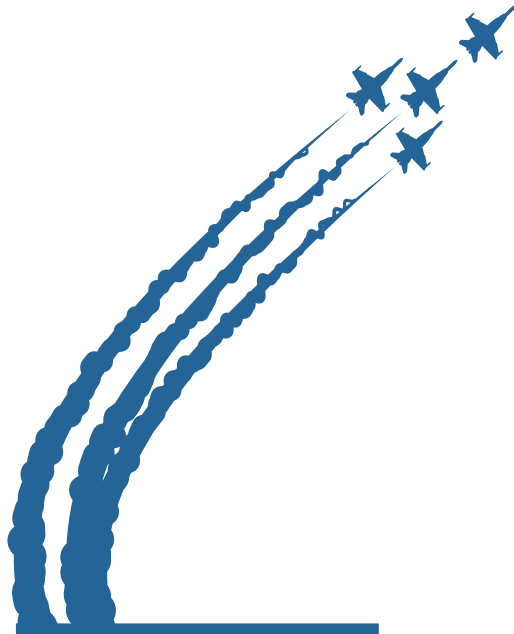
önemli bir noktada konumlanıyor. Hürmüz'den geçen günlük varil sayısı, dünya genelinde deniz yoluyla gerçekleştirilen toplam petrol ticaretinin yaklaşık dörtte birini, LNG sevkiyatının ise üçte birini karşılıyor. Küresel gübre ihracatının da yaklaşık üçte biri bu güzergâhtan geçtiğinden, boğazın kapanması yalnızca enerji sektörünü değil gıda arzını da tehdit ediyor.

Enerji analistleri ise bugün yaşanan krizin 1973 petrol şokundan bile daha ağır sonuçlar doğurabileceğini vurguluyor. Körfez bölgesinde üretilen 20-22 milyon varil petrolün uluslararası piyasalara ulaşamaması, sadece İran'ın 2 milyon varillik üretiminin kesilmesinden çok farklı bir tablo ortaya koyuyor. Körfez ülkeleri yetersiz depolama kapasitesi nedeniyle üretimi kısmak zorunda kalırken QatarEnergy, kuzey enerji merkezinde saldırıların büyük hasara yol açtığını belirtti. Avrupa'da gaz fiyatları savaşın başlangıcından bu yana en yüksek düzeylerine fırladı. Boğazın kapalı kaldığı her gün, küresel tedarik zincirlerinde onarılması aylar alacak hasarlar yaratıyor.

PETROLDE SERT TIRMANIŞ: 65 DOLARDAN 114 DOLARA

Orta Vadeli Program, 2026 yılı için petrolün ortalama 65 dolar düzeyinde kalacağını öngörüyordu. Ancak savaş bu hesabı altüst etti. Savaşın ilk günlerinde 97,52 dolar olan Brent petrol, hızla yükselerek kısa sürede 114 dolar düzeyine gördü. Trump'ın, İran ile görüşmeler sürdürüldüğüne ilişkin açıklamasının ardından fiyatlar belli bir süre 82 dolara gerilese

İran'ın Hürmüz Boğazı'nı fiilen abluka altına almasıyla birlikte küresel enerji trafiği neredeyse durma noktasına geldi; 170'i aşkın konteyner gemisi Körfez'de mahsur kalırken Brent ham petrolün varili 112 dolara fırladı.



TÜRK İHRACATÇILAR İÇİN TEMEL RİSK ALANLARI

Risk Alanı	Mevcut Durum	İhracata Potansiyel Etki
Hürmüz Boğazı Ablukası	Fiilen kapalı; 150+ tanker demir attı	Körfez'e sevkiyat durma noktasında; alternatif rota zorunlu
Enerji Maliyeti	Brent 77 \$'a sızdı (zirve 82+\$)	Girdi maliyeti artışı; enerji yoğun sektörlerde marj baskısı
Navlun ve Sigorta	Navlun +%50-100; sigorta primi 2 katına çıktı	FOB/CIF fiyat dengesini bozar; teklif fiyatlarının güncellenmesi şart
Döviz Kuru	TL/USD 43,92-43,97 (rekor düşük yakını)	İthal girdi maliyeti artışı; ancak dolar bazlı rekabet gücü desteği
Doğalgaz Arzı	Tebriz-Ankara sözleşmesi Temmuz 2026'da doluyor	Arz kesintisi riski; pahalı spot LNG'ye yönelim
Yatırım Riski	İran ile ticaret yapana %25 ABD tarifesi tehdidi	ABD pazarı kaybı riski; uyum politikası zorunlu
Kızıldeniz Tehdidi	Hüsiler saldırıları yeniden başladı	Süveyş alternatif rotası da risk altında; çift darboğaz krizi

Araştırma: The Globby Araştırma Ekibi

de belirsizlik ortamı kırılma engellemeyemedi.

Uzmanlar 2026 yılı için üç temel senaryo üzerinde çalışıyor: İyimser senaryoda, savaşın sona ermesi ve taraflar arasında anlaşma sağlanması durumunda varil fiyatının 65-70 dolar bandına gerilemesi bekleniyor. Baz senaryoda çatışmanın durmasına rağmen bölgesel gerginliklerin sürmesiyle birlikte 70-80 dolar aralığı öngörülüyor. Kötümser senaryoda ise Hürmüz Boğazı'nın kapalı kalmaya devam etmesi ve petrolün 100 doların üzerinde seyretmesi bekleniyor. Kötü senaryonun gerçekleşme ihtimalinde, Türkiye'nin cari açığı 9 milyar dolar daha ge-

nişleyebilir ve enflasyon da 3-3,5 puan ek artış kaydedebilir.

ABD Enerji Bakanı Chris Wright'ın, fiyatların talebi kırarak düzeye ulaşmadığını kabul etmesi, ekonomik baskının henüz tüm boyutlarıyla hissedilmediğini gösteriyor. Enerji tüketicilerinin gözü ise hâlâ Hürmüz Boğazı'nda. Boğazda normal akışın sağlanması, tüm koşulların bir anda düzelmesi hâlinde bile altı ayı aşkın bir sürecek yayılabilir.

KRİZİN YARATTIĞI RİSK EN ÇOK İHRACATÇIYI VURUYOR

Navlun maliyetlerinin yüzde 50 ile yüzde 100 arasında artması ve sigorta primlerinin ikiye katlanması ihracatçıların teklif fiyatlarını güncellemesini zorunlu kılıyor. Döviz kurlarında da tablo iyi değil. TL/dolar paritesinin rekor düşük seviyelere yaklaşması ithal girdi maliyetlerini yukarı çekiyor ve bu da hâliyle ihracatçıyı oldukça zorluyor. Uygulanan yaptırımlar kaynaklı risk de tabloya ayrı bir ağırlık katıyor. ABD Başkanı Donald Trump'ın, İran ile ticari bağları olan ülkelere gelen mallara yüzde 25 gümrük vergisi uygulanacağına dair yaptırım tehdidi, Türk ihracatçıların hem uyum politikalarını oluşturmaya

hem de mevcut iş ilişkilerini yeniden değerlendirmeye zorluyor.

Türk ihracatçıları açısından ise enerji ithalat maliyetlerindeki sert yükseliş, Türk lirası üzerindeki kur baskısı, navlun ve sigorta primlerindeki ani sıçrama ve Temmuz 2026'da sona erecek olan Tebriz-Ankara doğal gaz boru hattı sözleşmesi gibi farklı kritik kırılma noktaları ortaya çıktı. Bu unsurların her biri başlı başına yönetilebilir olsa da hepsi bir arada patlak verdiğinde tablo, ihracatçıları için hem ciddi bir tehdit hem de beklenmedik fırsatlar barındıran karmaşık bir denklem hâline geliyor.

İran'ın 13,6 milyar dolarlık yıllık ihracatında Türkiye ile doğrudan rekabet edilen kalemler arasında plastik, demir-çelik, meyve-sebze, alüminyum ve bakır gibi ürün grupları yer alıyor. Kriz derinleştikçe İran arzının kesildiği pazarlarda, başta Irak, Birleşik Arap Emirlikleri, Pakistan ve Azerbaycan gibi sınırları yakın ülkelerin tedarik arayışının hızlanması bekleniyor. Diğer taraftan cam, seramik ve demir-çelik gibi enerji yoğun sektörlerdeki maliyet baskısının da ciddi boyutlara ulaşabileceği öngörülüyor. Savunma sektörü ise küresel silahlanma

eğilimi ve NATO bütçe artışlarıyla krizden bağımsız güçlü bir büyüme ivmesi taşıyor.

TÜRKİYE İÇİN RİSK VE FIRSAT DOLU BİR DÖNEM

Türkiye'nin Orta Doğu ülkelerine toplam ihracatı 31 milyar doları aşılıyor. Bu rakamın yaklaşık 28 milyar dolarlık bölümü ise İran füzelerinin hedef aldığı ülkelere yapılan ihracattan oluşuyor. Yani Türkiye'nin bölgeye yönelik ihracatının büyük çoğunluğu, krizin doğrudan hissedildiği coğrafyaya örtüşüyor.

Bu durum da Türkiye'nin Orta Doğu'ya yönelik ihracatında, bölgedeki krizin seyrine bağlı olarak hem ciddi riskler hem de köklü dönüşüm fırsatları olduğunu gösteriyor. The Globby Araştırma Ekibi'nin geliştirdiği senaryolar da bu tablonun çok katmanlı olduğuna işaret ediyor. Yükselen enerji maliyetleri, navlun ve sigorta primlerindeki sert artış, kur üzerinde aşağı yönlü baskıya neden oluyor. Bu üç etken, ihracatçıların maliyet yapısını ve rekabet gücünü doğrudan tehdit ediyor.

İran'ın arz kesintisiyle boşalttığı pazar segmentleri, Körfez ülkelerinin ivme kazanan yeniden inşa talepleri, kara koridorlarının

65
dolar

Orta Vadeli Program'da, 2026 yılı için belirlenen petrol fiyat öngörüsü

114
dolar

Savaşın etkisiyle Brent petrolün ulaştığı fiyat



SEKTÖREL ETKİ PROJeksiYONU (MİLYON DOLAR, YILLIK TAHMİNİ EK ETKİ)

Sektör	Senaryo 1	Senaryo 2	Senaryo 3	Senaryo 4	Kritik Not
Plastik (HS39)	+100	+350	+250	-50	İran'ın en büyük kalemi; Çin/Pakistan ikamesi
Demir-Çelik (HS72)	+80	+250	+200	+50	Körfez inşaat talebi sürücü
Meyve/Sebze (HS07-08)	+80	+200	+150	-30	Irak, BAE'de doğrudan ikame
Savunma (HS93)	+200	+500	+400	+100	Krizden bağımsız +%80 büyüme trendi
Çimento/İnşaat (HS25,68)	+50	+180	+250	+100	Uzun vadeli Körfez/Suriye inşası
Alüminyum (HS76)	+40	+120	+100	+30	İran kapasitesi hasar; TR alternatif
Makine (HS84)	+30	+80	+150	+300	S4'te İran pazarı açılırsa dev potansiyel
Otomotiv (HS87)	+10	+30	+80	+200	80M nüfuslu İran pazarı uzun vade fırsatı
Mineral Yakıt (HS27)	-100	-300	-50	+50	Maliyet şoku; marj daralması riski

Araştırma: The Globby Araştırma Ekibi



yeniden stratejik değer kazanması ve küresel tedarik zincirlerinin kısılmasını zorlayan nearshoring eğilimi; bu baskıları dengeleyebilecek, hatta tersine çevirebilecek güçte fırsatlar olarak öne çıkıyor.

GIDA VE GÜBREDEKİ KRİZ KÜRESEL TİCARET RİSKLERİNİ ARTIRIYOR

Savaşın en az tartışılan ama belki de en ağır ve uzun vadeli sonuçlarından biri gıda sistemi üzerinde yaşanıyor. Normal şartlarda Hürmüz Boğazı'ndan küresel gübre ihracatının yaklaşık üçte biri taşıyor. Bu güzergâhın kapanması, tarımsal üretimin bel kemiğini oluşturan gübreye erişimi hem fiyat hem de temin açısından zorlaştırmış durumda. Dünya Ticaret Örgütü Başkanı Okonjo-Iweala, Orta Doğu'daki krizin temel gıda güvenliği ve tüketici maliyetleri üzerinde risk oluşturduğunu vurgulayarak "Enerji fiyatlarındaki sürekli artışlar gıda güvenliği, tüketiciler ve işletmeler üzerindeki maliyet baskıları aracılığıyla küresel ticaret risklerini tırmandı-

rabilir." ifadelerini kullandı. Türkiye özelinde değerlendirildiğinde, gübre fiyatlarındaki artış tarımsal girdi maliyetlerini de yükseltecek. Plastik ham maddelerindeki yükseliş de paketleme ve lojistik maliyetleri aracılığıyla gıda fiyatlarına ek baskı uygulayacak.

Bölgedeki gelişmelerin, küresel gıda ticaretini yalnızca siyasi açıdan değil enerji ve lojistik kanalları üzerinden de etkileyen yeni bir belirsizlik alanı oluşturduğunu söyleyen TİM Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri Sektör Kurulu Başkanı Ahmet Tiryakioğlu, "Hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri alanında yılda yaklaşık 4-5 milyar dolarlık ithalat yapan İran, Türkiye için de önemli bir pazar niteliği taşıyor. Türkiye'nin 2025 yılında bu ülkeye gerçekleştirdiği hububat sektörü ihracatı 300 milyon doların üzerinde ve İran bu tutarla en büyük 10 ihracat pazarımız arasında yer alıyor. Türkiye'nin ekonomik ve siyasi istikrarı, sadece İran için değil; Rusya-Ukrayna savaşının küresel etkilerinin devam ettiği ve çevre coğrafyamızda jeopolitik risklerin arttığı bu dönemde, tüm bölgenin gıda tedariki açısından daha da stratejik hâle geliyor. Güçlü sanayi altyapımız, ham madde işleme kapasitemiz ve üstün lojistik ağımız sayesinde Türkiye yalnızca kendi ihtiyaçlarını karşılayan bir ülke değil; çevresindeki geniş bir coğrafyanın gıda arz güvenliğine katkı sunan kilit bir üretim ve tedarik merkezi. Üstlendiğimiz bu sorumluluğun önümüzdeki dönemde hem ticari hem de insani açıdan daha da önem kazanacağını düşünüyoruz."

"KÜRESEL TİCARET VE LOJİSTİK AĞLAR BASKI ALTINDA"



Dr. Hakan Çınar
Dış Ticarete Yön Verenler Derneği (Dışyönder) Başkanı

Küresel ölçekte artan jeopolitik gerilimler ve sıcak çatışma ihtimallerinin güçlenmesi, dünya ekonomisini derinden etkileyecek yeni bir sürecin kapısını aralıyor. Özellikle enerji koridorları ve kritik ticaret hatları üzerinde yoğunlaşan riskler, sadece bölgesel değil, küresel ölçekte ekonomik dengelerin yeniden şekillenmesine yol açacaktır. Özellikle petrol fiyatlarının 100 doların üzerine çıkması ihtimaliyle küresel ekonomide ciddi bir yavaşlama görüleceğini söylemek gerekir. Yani bir diğer deyişle batıda dâhil olmak üzere önemli bir risk olarak resesyon kendisini gösterecektir.

Savaşlar artık yalnızca askeri değil, aynı zamanda ekonomik bir mücadele alanı oldu. Orta Doğu'da yaşanan savaş, başta petrol ve doğal gaz olmak üzere enerji fiyatlarında ciddi artışları beraberinde getirecek. Özellikle dünya petrol arzının yaklaşık yüzde 20'sinin geçtiği Hürmüz Boğazı'nın risk altına girmesi, fiyatların hızlı şekilde yükselmesine neden olacaktır. Enerji maliyetlerindeki bu artışın küresel enflasyonu yeniden yukarı yönlü baskılayacağı ve merkez bankalarının para politikalarını sıkı tutmaya devam edeceği öngörülebilir.

"İHRACATÇILARIMIZIN TEDBİRLİ OLMASI GEREKİYOR"

Savaş ortamı, uluslararası ticaretin en kritik unsurlarından biri olan lojistik süreçleri doğrudan etkiliyor. Deniz taşımacılığı rotalarında yaşanabilecek aksaklıklar, navlun ve sigorta maliyetlerinde ciddi artışlara yol açacaktır. Pandemi döneminde yaşanan benzer gelişmelerin tekrar etmesi durumunda, taşımacılık maliyetlerinin katlanarak artması ve teslim sürelerinin uzaması kaçınılmaz olacak. Savaş

dönemlerinde yatırımcıların risk iştahı düştüğünden güvenli liman olarak görülen varlıklara yönelim artıyor. Bu süreçte altın ve dolar gibi araçlarda yükseliş gözlemlenirken, gelişmekte olan ülkelerin para birimleri ve borsaları üzerinde baskı oluşuyor. Türkiye açısından savaşın ekonomik etkileri hem riskler hem de fırsatlar barındırıyor. Artan enerji ithalat maliyetleri ve cari açık, yükselen enflasyon, kur ve finansman baskısı artacaktır.

Petrol fiyatının artışı ile ithalat maliyetlerimizin yükseleceği kesin. Yani sıra ihracatımız ve ihracatçılarımız da bu durumdan olumsuz etkilenecektir. Enerji maliyetinin artması ile birlikte maliyetlerin daha da yükseleceği bir ortamın bizi beklediğini söyleyebilirim. İhracat maliyetlerinde navlunun artışı, sigorta maliyetlerinin artması ve teslim sürelerinin uzaması ile birlikte rekabet gücümüz zayıflayacaktır. Özellikle kimya, plastik ve enerji yoğun sektörlerimiz daha fazla etkilenecektir. Avrupa Birliği'nde yaşanacak olası bir resesyonun ihracatımız üzerindeki etkileri daha fazla hissedilecektir diye düşünüyorum. Ancak savaşın uzun sürmemesi ve kısa sürede sonuçlanması mümkün olursa etkiler çok fazla sürmeyecektir. Hepimizin temennisi de zaten biran önce sonuçlanması yönündedir, aksi bir durum Türkiye'nin enflasyon ile mücadelesi başta olmak üzere ihracata ve ekonomiye önemli zararlar verecektir.

Bugün dünyada savaşlar sadece cephede değil, ekonomide de kazanılıyor. Enerjiyi kontrol eden, lojistiği yöneten ve üretimi sürdüren ülkeler, yeni dönemin kazananları olacak. Türkiye'nin bu süreçte doğru konumlanması, riskleri fırsata çevirmesi açısından kritik önem taşıyor.

Enerjiyi kontrol eden, lojistiği yöneten ve üretimi sürdüren ülkeler, yeni dönemin kazananları olacak. Türkiye'nin bu süreçte doğru konumlanması, riskleri fırsata çevirmesi açısından kritik önem taşıyor.

Dünya Ticaret Örgütü Başkanı Okonjo-Iweala, Orta Doğu'daki kriz için "Enerji fiyatlarındaki sürekli artışlar gıda güvenliği, tüketiciler ve işletmeler üzerindeki maliyet baskıları aracılığıyla küresel ticaret risklerini tırmandırabilir." ifadelerini kullandı.

“Türk Mühendisliğinin Esnekliğini Dünyaya İhraç Ediyoruz”

Makineye ruh katan yazılım gücüyle 40 ülkeye ulaşan Tezmaksan Grup CEO'su Hakan Aydoğdu, sanayide akıllı iş gücü devrinin başladığını ve küresel rekabette ayakta kalmak için Çin'den ucuz değil, Avrupa'dan daha dijital olunması gerektiğini söylüyor.



Tezmaksan Grup CEO'su Hakan Aydoğdu: “CubeBOX™ gibi sistemler sayesinde Türkiye’de geliştirilen teknolojiler hem yerli sanayinin dönüşümüne katkı sağlıyor hem de Türkiye’nin teknoloji geliştiren bir ülke olarak konumlanmasına destek oluyor. Bu da Türkiye’yi sadece üretim yapan bir ülke konumundan çıkararak, teknoloji geliştiren ve ihraç eden bir sanayi merkezi hâline getiriyor.”

Köklü birikimiyle 45 yılda sadece makine tedarik eden bir yapıdan, üretim ekosistemi kuran bir teknoloji şirketine evrilen Tezmaksan; bugün tersine teknoloji ihracatı stratejisiyle Türk mühendisliğini 40’ı aşkın ülkeye taşıyor. CubeBOX™ ve RoboCAM gibi inovasyonlarla çeliği şekillendirmekten veriyi yönetmeye geçerek, sanayiye üretim aklı sunuyor.

“Günümüz dünyasında üretimin ne kadar akıllı, verimli ve esnek olduğu rekabetin belirleyici unsuru hâline geldi.” diyen Tezmaksan Grup CEO'su Hakan Aydoğdu, kendi üretimi olan modüler robot sistemleriyle ABD ve Avrupa pazarlarında standartları yeniden belirleyen markanın faaliyetlerini, gelişimini ve Türkiye’nin mühendislik kabiliyetini dergimiz TİM Report’a anlattı.

45 yıllık birikimiyle bugün Türkiye’de pazar liderliğini üstlenirken Avrupa’da ise en büyük ikinci marka konumuna ulaşan Tezmaksan’ın; sadece makine tedarik eden bir yapıdan, üretim ekosistemi kuran bir teknoloji şirketine dönüşümünün arkasındaki dinamikleri bizimle paylaşabilir misiniz?

Tezmaksan’ın dönüşümünün arkasında aslında sanayinin değişen ihtiyaçlarını çok erken okumamız yatıyor. Uzun yıllar takım tezgâhları sektöründe makine tedarik eden bir marka olarak faaliyet gösterdik. Ancak zamanla sanayinin ihtiyacının sadece makine

2025 yılı küresel ticaret açısından oldukça dalgalı bir dönem oldu. Ancak böyle dönemler, üretim teknolojilerinin önemini daha görünür hâle getiriyor. Pazarın daraldığı 2025’te biz, katma değeri artırarak ve yeni coğrafyalara, özellikle de ABD ve Kuzey Avrupa’ya odaklanarak büyüme refleksimizi koruduk.

değil; üretim süreçlerini bütüncül şekilde yöneten, verimliliği artıran ve dijitalleşmeyi mümkün kılan bir ekosisteme ihtiyaç duyduğunu gördük.

Sanayicinin sadece makineye değil, bir “üretim aklına” ihtiyacı vardı. Kırılma noktası; çeliği şekillendiren bir şirketten, veriyi ve hareketi yöneten bir teknoloji şirketine evrilme kararımızdı. Bu nedenle odağımızı makine satışından çıkarıp; otomasyon, yazılım, veri yönetimi, eğitim gibi alanları kapsayan ve üretim teknolojileri geliştiren entegre bir yapıya dönüştürdük.

Bu dönüşümde yaşadığımız en önemli kırılma noktası, robotik otomasyon sistemlerine ve yazılım geliştirme kabiliyetine yatırım yapma kararımızdı. CubeBOX™ otomasyon sistemleri ve RoboCAM yazılımı gibi çözümlerle artık yalnızca üretim ekipmanı sağlayan bir şirket değil, üretim süreçlerini optimize eden bir teknoloji geliştiricisi hâline geldik. Bugün geldiğimiz noktada Tezmaksan; makine, otomasyon, yazılım ve insan kaynağını aynı çatı altında buluşturan bir üretim teknolojileri şirketi olarak konumlanıyor.

Kendi üretiminiz olan CubeBOX otomasyon sisteminizle bugün 40’ı aşkın ülkeye ulaştınız. ABD ve gelişmiş Avrupa ülkeleri gibi rekabetin yoğun olduğu pazarlarda Türk mühendisliğini kabul ettirirken nasıl bir strateji izlediniz?

Küresel pazarlarda varlık göstermek için “tersine teknoloji ihracatı” olarak tanımladığımız bir strateji benimsedik. Biz batıya sadece ürün satmıyoruz, onlara Türk mühendisliğinin esnekliğini ihraç ediyoruz. CubeBOX’ın en büyük kozu demokratik olmasıdır; marka ve model ayırt etmeksizin her CNC ile konuşabiliyor. Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ve Avrupa pazarında kabul görmemizin sırrı, standartlara uymak değil o standartları yazılım gücümüz olan RoboCAM ile daha verimli hâle getirmektir.

CubeBOX™ otomasyon sistemlerinin tasarım ve AR-GE süreçlerinin tamamını Türkiye’de gerçekleştiriyoruz. Modüler robot hücrelerinden oluşan bu sistemler otomotivden havacılığa, savunma sanayinden medikal ve enerji sektörüne kadar çok geniş bir kullanım alanına sahip. CNC marka ve modelinden bağımsız çalışabilmesi, farklı robot markalarıyla entegre olabilmesi ve çoklu makine besleme kabiliyeti gibi özellikler küresel pazarlarda önemli bir rekabet avantajı sağlıyor. Bunun yanında donanımı yazılım ile destekliyoruz. RoboCAM yazılımı sayesinde robot programlama süreçleri daha hızlı ve esnek hâle geliyor. Uluslararası standartlara uygun mühendislik çözümleri geliştirmemiz, ISO, CE ve UL gibi sertifikasyon süreçlerine uygun üretim yapmamız da global pazarlarda güven oluşturan önemli unsurlar arasında yer alıyor.

Ayrıca her pazara aynı strate-



“Yeni Nesil Otomasyon Çözümleri Üzerinde Çalışıyoruz”

Önümüzdeki dönemde hem teknolojik yatırımlarımızı hem de küresel pazarlardaki varlığımızı güçlendirmeyi hedefliyoruz. Robotik otomasyon, yapay zekâ destekli üretim çözümleri ve akıllı fabrikalar bu stratejinin merkezinde yer alıyor.

CubeBOX™ sistemlerini daha ileri seviyeye taşıyacak yeni nesil otomasyon çözümleri üzerinde çalışıyoruz. Bunun yanında RoboCAM yazılımını tüm otomasyon sistemlerimizde standart hâle getirmeyi ve yapay zekâ destekli kestirimci bakım teknolojilerini üretim süreçlerine entegre etmeyi planlıyoruz. Küresel pazarlarda ise özellikle ABD ve Avrupa’daki varlığımızı güçlendirmeye odaklanmış durumdayız. Teknik servis ağımızı genişletmek, yeni iş birlikleri geliştirmek ve yüksek katma değerli teknoloji ihracatımızı artırmak önümüzdeki dönemin en önemli hedefleri arasında yer alıyor.



Sanayiciler artık ürünün yanında güvenilir bir çözüm ortağı da arıyor. AR-GE yatırımları, yazılım geliştirme kabiliyeti ve otomasyon teknolojileri ihracat rekabetinde önemli bir fark yaratıyor.



jiyle yaklaşmak yerine, o ülkenin sanayi dinamiklerini dikkate alan bir model benimsiyoruz. Örneğin ABD'de üretim kapasitesini artırmaya yönelik otomasyon yatırımları önemli fırsatlar yaratırken, İngiltere'de sanayinin dönüşüm ihtiyacı bu çözümlere olan ilgiyi artırıyor. Almanya'da ise otomotiv sektöründeki dönüşüm ve KOBİ'lerin verimlilik arayışı otomasyon çözümlerini daha kritik hâle getiriyor. Uluslararası fuarlar, dijital ayak izi, teknik servis ağımızın güçlendirilmesi ve yerel iş birlikleri de bu süreçte Türk mühendisliğinin global pazarda kabul görmesini hızlandıran önemli unsurlar arasında yer alıyor.

Kapasitematik, Parkurda B2B platformu ve Tezmaxsan Akademi gibi sanayicinin üretim reflekslerini dijitalleştiren adımlarınızla Türkiye sanayisinin Endüstri 5.0 yolculuğunda önemli bir rol üstleniyorsunuz. Tezmaxsan'ın üstlendiği bu teknolojik moderatör rolü sektöre nasıl bir ivme kazandırdı?

Sanayide dönüşüm artık yalnızca

yeni makineler almakla gerçekleşmiyor. Veriyi yönetmek, üretimi planlamak, insan kaynağını geliştirmek ve tüm bu süreçleri dijital platformlarla desteklemek gerekiyor. Biz de bu nedenle Kapasitematik, Parkurda B2B ve Tezmaxsan Akademi gibi projelerle üretimin farklı katmanlarına dokunan bir ekosistem oluşturduk.

Kapasitematik üretim kapasitesini görünür hâle getirerek sanayicilerin daha verimli çalışmasına katkı sağlarken, Parkurda B2B platformu üreticiler ile iş verenleri bir araya getirerek yeni iş fırsatları yaratıyor. Tezmaxsan Akademi ise bu dönüşümün insan kaynağı tarafını güçlendiriyor. Bu platformlar sayesinde sanayicilerin teknolojiye erişimi kolaylaşırken, üretim anlayışları da daha dijital ve veriye dayalı bir modele evriliyor.

Türkiye, uzun yıllar coğrafi konumu, güçlü sanayi altyapısı ve avantajlı iş gücüyle öne çıkan bir ülke oldu. Ancak otomasyon ve robotik teknolojilerin oyuna

girmesiyle bu ezber değişti. Bu değişimi nasıl yorumluyorsunuz, Tezmaxsan'ın yerli ve milli otomasyon üretim kabiliyeti, Türkiye'nin küresel arenadaki yüksek katma değerli teknoloji üssü kimliği kazanmasında nasıl bir kaldıraç görevi görüyor?

Uzun yıllar boyunca sanayide rekabet avantajı daha çok maliyet ve iş gücü üzerinden şekilleniyordu. Ancak ucuz iş gücü dönemi kapandı; artık akıllı iş gücü dönemi başladı. Tezmaxsan'ın yerli otomasyon kabiliyeti, Türkiye için bir kaldıraçtır. Biz sanayicimize şunu söylüyoruz; küresel rekabette ayakta kalmak için Çin'den daha ucuz değil, Avrupa'dan daha dijital olmak zorundayız.

Artık üretimin ne kadar akıllı, verimli ve esnek olduğu rekabetin belirleyici unsuru hâline geldi. Türkiye'nin güçlü sanayi altyapısı ve mühendislik kabiliyeti bu dönüşüm için önemli bir avantaj sunuyor. Yerli otomasyon çözümleri geliştirmek ise bu süreçte kritik bir rol oynuyor. CubeBOX™ gibi sistemler sayesinde Türkiye'de geliştirilen teknolojiler hem

yerli sanayinin dönüşümüne katkı sağlıyor hem de Türkiye'nin teknoloji geliştiren bir ülke olarak konumlanmasına destek oluyor. Bu da Türkiye'yi sadece üretim yapan bir ülke konumundan çıkararak, teknoloji geliştiren ve ihraç eden bir sanayi merkezi hâline getiriyor.

2025 yılında Türkiye'nin toplam makine ihracatı yüzde 1,9 artarak 28,7 milyar dolar oldu ve dünya mal ticaretindeki 1 trilyon dolarlık artışın 250 milyar doları makine ihracatından geldi. İhracat anlamında her yıl kendi rekorunu kıran makine sektörünün güncel durumunu nasıl yorumlarsınız?

Makine sektörü Türkiye'nin ihracat performansında önemli bir rol oynuyor ve son yıllarda bu alanda ciddi bir ivme yakalandığını görüyoruz. Ancak küresel rekabetin giderek arttığı bir dönemde sadece üretim kapasitesini artırmak yeterli değil. Katma değeri yüksek ürünler geliştirmek, teknolojik yetkinlikleri güçlendirmek ve sürdürülebilir üretim

modellerini benimsemek ihracatta başarıyı belirleyen temel unsurlar arasında yer alıyor. Sanayiciler artık ürünün yanında güvenilir bir çözüm ortağı da arıyor. AR-GE yatırımları, yazılım geliştirme kabiliyeti ve otomasyon teknolojileri ihracat rekabetinde önemli bir fark yaratıyor. Biz de bu nedenle AR-GE yatırımlarına büyük önem veriyoruz. CubeBOX™ gibi modüler otomasyon sistemleri ve RoboCAM gibi yazılım çözümleri sayesinde makinenin yanında üretim teknolojisi de ihraç ediyoruz. Geleceğin ihracat şampiyonları, sadece iyi makine yapanlar değil, o makineye ruh (yazılım) katanlar olacak.

Sanayide "dünyayı koruyarak üretmek" vizyonunu sıklıkla vurgulayan bir firma olarak Paris İklim Anlaşması ve Avrupa Yeşil Mutabakatı'nın sanayiciye getirdiği zorunluluklar ışığında; dijital platformlarınızın sanayide karbon ayak izini minimize etme konusundaki etkilerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Yeni eğitimlerimizle sanayideki mavi yakalı kavramını dijital yakalıya dönüştürüyoruz ve Tezmaksan Akademi'nin uzun vadede sanayideki nitelikli iş gücü açığını azaltmada önemli bir rol oynayacağına inanıyoruz.



Sürdürülebilir üretim artık bir tercih olmaktan çıkıp zorunluluk hâline geldi. Bu nedenle de Paris İklim Anlaşması ve Avrupa Yeşil Mutabakatı gibi düzenlemeler aslında engel değil; üretim süreçlerinin daha çevreci ve verimli hâle getirilmesini gerektiren disiplinler. Otomasyon ve dijitalleşme bu dönüşümün en önemli araçlarından biri. Üretim süreçlerinin veriyile yönetilmesi, kaynak kullanımının optimize edilmesi ve gereksiz enerji tüketiminin azaltılması karbon ayak izinin düşürülmesine doğrudan katkı sağlıyor. Otomasyon ve dijital platformlar sayesinde üretim süreçleri daha planlı hâle geliyor ve verimlilik artıyor.

Robotik otomasyon çözümleri sayesinde üretim hatları daha planlı çalışıyor, kaynak kullanımı daha verimli hâle geliyor. Bu da hem çevresel sürdürülebilirliği destekliyor hem de sanayicilerin küresel pazarlardaki rekabet gücünü artırıyor. "En temiz enerji, harcanmayan enerjidir" felsefesiyle, dijitalleşmeyi sürdürülebilir-

liğin en kısa yolu olarak konumlandırıyoruz.

Nitelikli çalışan, günümüzde sanayinin en büyük sorunları arasında yer alıyor. Tezmaksan Akademi ile sektöre kazandırdığınız eğitim modelinin, sanayideki nitelikli iş gücü açığını kapatmadaki rolü hakkında neler söylersiniz?

Sanayide dönüşümün en kritik unsurlarından biri insan kaynağı. Yeni teknolojilerin etkin şekilde kullanılabilmesi için bu sistemleri yönetebilecek yetkin çalışanlara ihtiyaç var. Ancak dünya genelinde nitelikli teknik personel bulmak giderek zorlaşıyor. Tezmaksan Akademi'yi de bu ihtiyaca yanıt vermesi amacıyla hayata geçirdik. Akademi aracılığıyla gençlere ve sektör çalışanlarına robotik otomasyon, CNC teknolojileri ve dijital üretim alanlarında eğitimler veriyoruz.

Bugünün ve geleceğin üretim modellerine uyum sağlayabilecek bir insan kaynağı yetiştirmeyi

hedefliyoruz. Yeni eğitimlerimizle, sanayideki mavi yakalı kavramını dijital yakalıya dönüştürüyoruz. Dolayısıyla da Tezmaksan Akademi'nin uzun vadede sanayideki nitelikli iş gücü açığını azaltmada önemli bir rol oynayacağına inanıyoruz.

Küresel ticarete jeopolitik riskler nedeniyle pazar ekonomilerinin daraldığı 2025 yılını, üretim kapasiteniz ve büyüme refleksleriniz açısından nasıl değerlendirirsiniz?

2025 yılı küresel ticaret açısından oldukça dalgalı bir dönem oldu. Jeopolitik riskler, tedarik zincirlerindeki kısımlar ve ekonomik belirsizlikler birçok sektörü etkiledi. Ancak böyle dönemler, üretim teknolojilerinin önemini daha görünür hâle getiriyor. Tezmaksan olarak, bu dönemi daha verimli üretim modellerine odaklanarak değerlendirdik. Otomasyon ve dijitalleşme yatırımlarımızı sürdürerek üretim kapasitemizi daha esnek hâle getirdik. Küresel pazarlardaki varlığımızı güçlendirmek için ve ihracat ağıımızı genişletmeye devam ettik. 2025 bize şunu öğretti; jeopolitik risklere karşı en büyük savunma mekanizması üretim esnekliğidir. Pazar daralırken biz, katma değeri artırarak ve yeni coğrafyalara, özellikle de ABD ve Kuzey Avrupa'ya odaklanarak büyüme refleksimizi koruduk.

— THE —
NEXT
CHAMP

Yeni
Linde Xi10-Xi20
kazanmak için
tasarlandı.



Mavi Ekonomi Değerine Değer Katıyor

90'ı aşkın ülkeye doğrudan gerçekleştirdiği ihracat ile küresel pazardaki rekabet gücünü ispatlayan Türk su ürünleri sektörü, bugün ithalatının yaklaşık 11 katı oranında ihracat yapıyor. 2025 yılında kilogram başına düşen ihracat değerini 7 dolarların üzerine çıkaran sektörün, 2026 yılı için belirlediği ihracat hedefi ise 4,3 milyar dolar.



Son birkaç yıldır, özellikle gelişmiş ülkeler başta olmak üzere tüm dünyada insanların, beslenme alışkanlıklarında sağlıklı ve sürdürülebilir tercihlere doğru yöneldiği görülüyor. Bu bağlamda zengin protein içeriği, barındırdığı çeşitli vitamin ve mineraller sayesinde insan vücudunun temel besin ihtiyacını karşılayan su ürünleri kendine sağlam bir yer bulmaya başladı. Dolayısıyla bu da su ürünlerinin potansiyelini yükselterek, ülke ekonomilerine istikrarlı ve hayati bir katkı sunmalarını sağlıyor.

Üç tarafı birbirinden farklı ekolojik özelliklere sahip denizlerle çevrili olan Türkiye ise bu stratejik sektörde önemli bir büyüme potansiyeli barındırıyor. Türkiye'nin 8.333 kilometrelik uzun kıyı şeridi, deniz suyu sıcaklığı ve tuzluluk oranları açısından gösterdiği çeşitlilikle hem geleneksel avcılık faaliyetlerine hem de yüksek verimli endüstriyel yetiştiriciliğe olanak tanıyor. Bununla birlikte, iç sularımızda yer alan yaklaşık 200 doğal göl, 300'den fazla baraj gölü, 750 civarında gölet ve 33 büyük akarsu, yetiştiricilik potansiyelini iç kesimlere taşıyarak üretimi zenginleştiriyor.

Ekonomik öneme sahip 100 civarında tür ile Türkiye, gıda güvenliği, ekonomik kalkınma ve çevresel sürdürülebilirlik açısından su ürünleri sektöründe, küresel dinamiklerine doğrudan yön veren en önemli aktörlerden biri olarak öne çıkıyor.

KÜRESEL SU ÜRÜNLERİ TİCARET HACMİ 185 MİLYAR DOLAR SEVİYESİNDE

Küresel veri raporları, doğal sulardaki avcılık üretiminin 1980'li yıllardan bu yana büyük ölçüde yatay bir seyir izlediğini, hatta son yıllarda hafif bir düşüş eğilimi ile 91 milyon ton seviyelerinde durağanlaştığını gösteriyor. Aşırı avlanma baskısı, iklim değişikliği

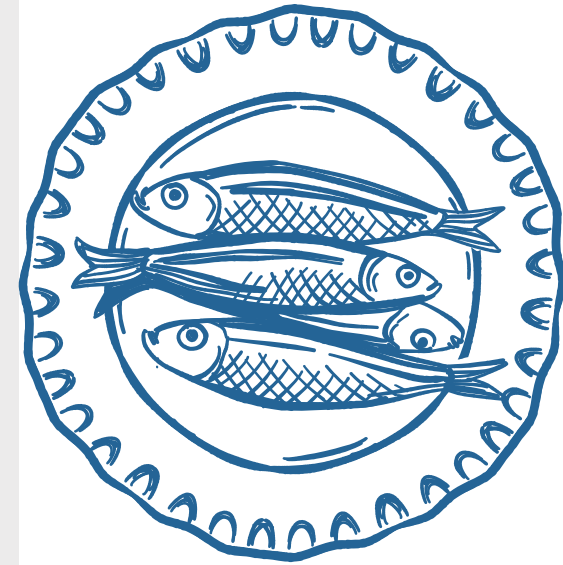
ve denizel ekosistemlerdeki çevresel yorulma, sektörü hızla alternatif ve sürdürülebilir çözümlere yönlendiriyor. Sektördeki yenilikçi teknolojik gelişmeler ve modern akuakültür sistemleri ise dünya genelindeki üretimde kayda değer artışlara zemin hazırlayarak sektörün büyüme yükünü sırtlıyor.

Sağlıklı ve dengeli beslenme bilincinin, toplum geneline yayılmasıyla birlikte dünya genelinde kişi başına düşen su ürünleri tüketimi ortalama 21 kilogram seviyelerine ulaştı. Uluslararası ticaret hacminin 185 milyar dolar seviyelerinde seyretmesi su ürünlerinin sadece temel bir gıda maddesi olmadığını, aynı zamanda ülkelerin dış ticaret dengesinde belirleyici ve stratejik bir ekonomik sektör olduğunu kanıtıyor. Küresel pazarlarda, özellikle tüketimi kolaylaştırılmış ve raf ömrü uzatılmış işlenmiş deniz ürünlerine olan talebin de her geçen gün hızla yükseldiği görülüyor.

TÜRKİYE SU ÜRÜNLERİNDE PREMIUM MARKA ALGISINI KORUYOR

Küresel su ürünleri pazarındaki stratejik konumunu her geçen yıl daha da sağlamlaştıran Türkiye'nin, uluslararası ticaretteki rekabet gücü de artıyor. Özellikle uluslararası alanda tescillenmiş yüksek kalite standartları, sürdürülebilir üretim modelleri, gelişmiş taze ürün tedarik kapasitesi ve coğrafi konumunun getirdiği lojistik avantajlar, Türk su ürünleri sektörünü rakiplerinden pozitif yönde ayırıyor. Özellikle de sahip olduğu modern üretim tesisleri ve tazelik avantajı sayesinde yüksek segmentli ürünlerdeki pazar liderliğini ve premium marka algısını hiçbir ülkeye bırakmıyor.

İtalya, Hollanda, Yunanistan ve Birleşik Krallık gibi kalite beklentisinin ve gıda güvenliği standart-



Türkiye'de Su Ürünlerine Yılın 12 Ayı Boyunca Uygun Fiyatlarla Erişiliyor

Balık üretiminin hem avcılık yoluyla hem de balık çiftlikleri aracılığıyla gerçekleştirildiği Türkiye'de; tüketiciler yılın 12 ayı boyunca uygun fiyatlarla kaliteli levrek, çipura, alabalık ve Türk somonu gibi lezzetli ürünlere ulaşabiliyor. Bu da büyük ölçüde balık çiftliklerinin katkılarıyla sağlanıyor. Türkiye'den ağırlıklı olarak levrek, çipura, alabalık, Türk somonu ve orkinos; taze, soğutulmuş, dondurulmuş, bütün ya da fileto şeklinde, hatta tütsülenmiş olarak ihraç ediliyor. Bunların yanı sıra yumuşakçalar ve kabuklular gibi birçok farklı su ürünü de dünyanın dört bir yanına gönderiliyor.

TÜRK SU ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ DİŞ TİCARET VERİLERİ 2024-2025

Ürün	2024 Ağırlık (KG)	2024 FOB (USD)	2024 FOB (EUR)	2025 Ağırlık (KG)	2025 FOB (USD)	2025 FOB (EUR)	2024 Birim Fiyat (USD)	2025 Birim Fiyat (USD)
Su Ürünleri	312.882.519,57	2.019.929.174,92	1.867.605.071,83	287.465.354,61	2.235.769.285,19	1.971.388.742,09	6,46	7,78
Levrek	81.235.415,44	570.077.673,79	526.810.944,04	66.541.758,10	665.839.112,14	588.314.062,88	7,02	10,01
Çipura	79.674.863,55	507.758.302,87	469.064.460,13	75.633.668,72	584.211.103,26	515.790.753,09	6,37	7,72
Türk Somonu	74.832.832,77	458.517.095,93	422.858.973,01	79.112.932,38	520.281.294,07	456.918.823,82	6,13	6,58
Diğer Su Ürünleri	41.006.821,19	210.457.077,31	194.385.976,85	35.426.796,12	192.002.183,50	169.785.504,29	5,13	5,42
Alabalık	20.765.943,37	117.363.390,21	108.566.915,25	18.930.041,45	121.785.918,52	107.898.572,84	5,65	6,43
Orkinos	12.515.608,64	130.215.316,36	122.344.165,91	8.897.747,52	119.236.370,37	104.191.665,54	10,4	13,4
Kaya Levreği	2.851.034,61	25.540.318,45	23.573.636,64	2.922.410,32	32.413.303,33	28.489.359,63	8,96	11,09x

Kaynak: Ege Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği



ların en üst düzeyde olduğu Avrupa ülkelerinde Türk ürünleri, en çok aranan ve güvenilen markalar arasında yer alıyor. Taze ve soğutulmuş ürünlerin, Avrupa'nın dört bir yanına çok kısa sürelerde, tazeliğini ve besin değerini kaybetmeden ulaştırılabilmesi, Türkiye'nin uluslararası arenadaki en büyük rekabet avantajı olarak öne çıkıyor.

SEKTÖR SON 10 YILDA YÜZDE 192'LİK ARTIŞ KAYDETTİ

Türkiye su ürünleri sektörünün toplam üretim hacmi, doğal sınırlarına ulaşan avcılıktan ziyade giderek daha kontrollü ve tamamen ihracat odaklı bir yetiştiricilik modeline doğru evriliyor. Türkiye'de toplam su ürünleri üretimi 933 bin ton gibi bir seviyede gerçekleşiyor. Bunun yüzde 61,8'i gibi oldukça büyük bir bölümünü ise tek başına su ürünleri yetiştiriciliği oluşturuyor. Sektör, büyüme sürecinde sadece üretim miktarını ve tonajını artırmakla kalmıyor; aynı zamanda üretim süreçlerinde çevresel sürdürülebilirliği, hayvan refahını, su ayak izinin

küçültülmesini ve ekosistem dengesinin korunmasını önceliklendiriyor.

Özellikle Ege ve Akdeniz'in kıyı şeritleri ile iç sulardaki yüksek kapasiteli ve modern tesisler, yılın 12 ayı boyunca dış koşullardan bağımsız, kesintisiz ve standart kalitede üretim yapılabilmesine olanak tanıyor. Türk su ürünleri ihracatçıları son 10 yılda yüzde 192'lik bir artışla dikkat çekici bir ihracat performansı sergileyerek sektördeki üstünlüğünü kanıtlamayı başardı. 2024 yılında ihracatını yüzde 20 artırarak 1 milyar 679 milyon dolardan 2 milyar 19 milyon dolara yükselten su ürünleri sektörü, böylece tarihinde ilk kez 2 milyar dolar barajını aşmış oldu.

TÜRKİYE DÖNEMSEL KOTALARA RAĞMEN REKABET GÜCÜNÜ KORUYOR

Avrupa Birliği normlarında üretim ve işleme tesislerine sahip olan Türk su ürünleri sektörü, bugün ithalatının yaklaşık 11 katı oranında ihracat yapan, net dış ticaret fazlası veren ve küresel pazardaki rekabet gücünü ispatlamış bir yapıya kavuşmuş durumda. Türkiye,

90'ı aşkın ülkeye doğrudan ihracat yaparak, özellikle Avrupa pazarındaki raflarda güvenilir ve aranan bir ülke konumunda.

2025 yılı verilerine göre Türkiye'den en çok ihraç edilen ürünlerin başında 607,8 milyon dolar ile midye, istakoz, karides, kalamar, ahtapot ve sübye gibi yüksek değerli canlıları kapsayan diğer su ürünleri kategorisi bulunuyor. Hemen ardından, 600,4 milyon dolarlık ihracat performansı ile iç suların ve modern tesislerin en sevileni olan alabalık ve 417,4 milyon dolarla Ege Denizi'nin incisi çipura geliyor.

İhracat pazarlarına bakıldığında ise 523 milyon dolar ile Rusya, 521 milyon dolar ile de Irak'ın, Türk su ürünlerinin en büyük ve en istikrarlı alıcıları olarak başı çektiği görülüyor. İtalya pazarına yapılan ihracat ise 306 milyon dolarla üçüncü sırada yer alıyor. Orta Doğu pazarında zaman zaman uygulanan dönemsel kotalara ve kısıtlamalara rağmen, alternatif rotalardan olan Suriye pazarına yapılan ihracattaki yüzde 77'lik değer artışı ve hacim bazlı büyüme de sektörün pazar çeşitlendirme esnekliğini ve jeopolitik krizlere karşı geliştirdiği stratejileri gösteriyor.

BİRİM FİYATI YÜZDE 20 ARTARAK 7 DOLARI GEÇTİ

Su ürünleri ve hayvansal mamuller sektörü, 2025 yılında küresel belirsizliklere rağmen toplamda 4,04 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Bu tabloda liderliği üstlenen su ürünleri ihracatı ise değer bazında yüzde 11'lik güçlü bir ivme yakalayarak 2,24 milyar dolar seviyesine yükseldi ve kendi rekorunu kırmış oldu. Sektör, miktar bazında durağanlık yaşasa da kilogram başına ihracat birim fiyatını yüzde 20,4 oranında artırarak 6,46 dolardan 7,78 dolara çıkardı.

Sektörün ileri teknoloji fileto tesisleri, tütsüleme üniteleri, inovatif paketleme yöntemleri ve pazar çeşitlendirme stratejileri sayesinde, aynı miktarda balıktan beşte bir oranında daha fazla döviz geliri elde edildiği görülüyor. Avrupa Birliği pazarında da özellikle Hollanda'ya yapılan ihracatta yüzde 33, Yunanistan'a yapılan ihracatta ise yüzde 31'lik değer artışları, Türk ürünlerinin prestijli pazarlardaki güçlü konumunu ortaya koyuyor. Birim fiyatlarında yaşanan artışla ülke ekonomisindeki yerini sağlamlaştıran sektör, 2026 yılı için 4,3 milyar dolarlık ihracat hedefi belirlediğini paylaştı.

Avrupa Birliği normlarında üretim ve işleme tesislerine sahip olan Türk su ürünleri sektörü, ithalatının yaklaşık 11 katı oranında ihracat yapan, net dış ticaret fazlası veren ve küresel pazardaki rekabet gücünü ispatlamış bir yapıya kavuşmuş durumda

"BİRİM DEĞERİ YÜKSEK ÜRÜNLERLE İHRACAT GELİRİNİ BÜYÜTMEMEYE ODAKLANIYORUZ"



Ali Can Yamanyılmaz
TİM Sektörler Konseyi Üyesi
Akdeniz Su Ürünleri Ve
Hayvansal Mamuller
İhracatçıları Birliği (ASHİB)
Yönetim Kurulu Başkan
Yardımcısı

Türkiye su ürünleri sektörü son yıllarda özellikle yetiştiricilikte sağladığı büyüme sayesinde küresel pazarda güçlü bir ihracatçı konumuna ulaştı. 2025 yılı verilerine göre Türkiye'nin toplam su ürünleri üretimi 1 milyon 20 bin ton düzeyinde gerçekleşti. Bunun yaklaşık 400 bin tonu avcılık, 600 bin tonu yetiştiricilikten elde edildi. 2025 yılı itibarıyla sektörün ihracat değeri 2,2 milyar dolar düzeyine ulaşarak bir önceki yıla kıyasla yüzde 11 oranında artış sağlandı. Türkiye'nin rekabet gücü ise levrek, çipura ve alabalık (Türk somonu) gibi yetiştiricilik türlerinde yoğunlaşıyor.

Su ürünleri sektöründe artık yalnızca üretim miktarını artırmaya değil, birim değeri yüksek ürünlerle ihracat gelirini büyütmeye odaklanan bir strateji izliyoruz. Geçen yıl toplam ihracat miktarı, 312 bin tondan 287 bin ton seviyesine gerilemiş olsa da ihracat değeri 2,02 milyar dolardan 2,23 milyar dolara yükseldi. Bu tablo, sektörün daha düşük tonajla daha yüksek gelir üretme kapasitesine ulaştığını açıkça ortaya koyuyor. Kilogram başına ihracat birim değerinin 6,46 dolardan 7,78 dolara yükselmesi, yani yaklaşık yüzde 20'lik bir artış yakalanması bu dönüşümün en somut göstergesidir.

Bu katma değer oluşmasında özellikle yüksek piyasa değerine sahip yetiştiricilik ürünleri belirleyici oldu. Levrek ihracatı yaklaşık 66,5 bin ton seviyesinde gerçekleşmesine rağmen 665,8 milyon dolarlık gelir yaratarak sektörün en yüksek katma değerli ürünlerinden biri olmaya devam etti. Benzer şekilde çipura ihracatı 75,6 bin tonla sektörün en büyük hacimli kalemlerinden biri olurken 584 milyon dolarlık bir gelir oluş-

turdu. Çipura da Avrupa pazarında güçlü talep gören ve düzenli ihracat akışı sağlayan stratejik ürünlerimiz arasında yer alıyor.

Yaklaşık 79 bin tonluk ihracatla 520 milyon doların üzerinde gelir sağlayan Türk somonu ise özellikle Rusya ve Asya pazarlarında artan talep sayesinde sektörün büyüme motorlarından biri hâline geldi. Orkinos ve kaya levreği gibi kilogram değeri oldukça yüksek ürünler, toplam ihracat içinde nispeten daha düşük tonajlara sahip olsalar da gelir tarafında önemli katkı sağlıyor. Örneğin orkinosta kilogram başına ihracat değeri 13 doların üzerine çıkarken, kaya levreğinde bu değer 11 dolar seviyesine ulaşıyor. Türkiye yalnızca daha fazla balık üreten değil, ürettiği ürünü yüksek katma değerle ihraç edebilen bir su ürünleri ülkesi konumuna doğru hızla ilerliyor.

Türkiye, geleneksel pazarları olan Avrupa Birliği ve Rusya'nın yanı sıra yüksek tüketim potansiyeline sahip yeni coğrafyalarda Türk su ürünlerinin bilinirliğini ve pazar payını artırmaya yönelik hedefli tanıtım ve pazarlama çalışmalarını yürütüyor. Bu kapsamda özellikle ABD pazarına yönelik olarak Turquality programı çerçevesinde Türk su ürünlerinin marka değerini güçlendirecek tadım etkinlikleri düzenlenmesi planlanıyor.

Çin pazarında ise tanıtım faaliyetleri daha çok fuar katılımları ve dijital iletişim kanalları üzerinden yoğunlaştırılıyor. Uluslararası gıda ve su ürünleri fuarlarında gerçekleştirilen tanıtımların yanı sıra Turquality destekli sosyal medya kampanyalarıyla Türk su ürünlerinin Çinli tüketiciler nezdinde görünürlüğünün artırılması için çalışmalar sürdürülüyor.

PX-9 GEN3



X in f @
tisasarms
tisasarms.com

TRABZON SİLAH SANAYİSİ
Tisas
1993



Geçen yıl sektörün ihracat miktarı 312 bin tondan 287 bin ton seviyesine gerilemiş olsa da ihracat değeri 2 milyar dolardan 2,23 milyar dolara yükseldi. Böylece sektör, düşük tonajla yüksek gelir üretme kapasitesine ulaştı.

Beyaz Altının Tescilli Markası

Söke Pamuğu

Büyük Menderes'in beslediği topraklarda iki asırdır özenle yetiştirilen Söke pamuğu, Avrupa Birliği'nden coğrafi işaret tescili alan dünyadaki ilk ve tek pamuk ürünü. Söke Ovası'nın armağanı niteliğindeki bu pamuk, benzersiz kalitesiyle dünya tekstil devlerinin iplik ve kumaş üretimindeki ilk tercihi hâline gelmiş durumda.

Tarihin babası Herodot'un, "gökyüzünün altındaki en güzel yeryüzü" olarak tanımladığı Aydın, binlerce yıldır bereketin ve yaşamın sembolü olarak varlığını sürdürüyor. Antik çağlarda Karia ve İyonya gibi büyük uygarlıklara ev sahipliği yapan bu kadim bölge, mitolojide sonsuz dönüşümün simgesi olan Büyük Menderes Nehri'nin can suyuyla besleniyor. Yüzyıllar boyunca nehrin taşıdığı alüvyonlarla ilmek ilmek işlenen Söke Ovası da geçmişte bir Ege koyuyken bugün dünyanın en verimli delta ovalarından biri hâline gelerek kalitesi tescilli Söke pamuğuna can veriyor.

Geçmişin köklü izlerini geleceğe taşıyan Söke pamuğu, bugün sahip olduğu bu büyük zenginliği çok daha geniş sınırlara ulaştırıyor. Avrupa Birliği'nin (AB) coğrafi işaret tescil siciline "dünyanın ilk tescilli pamuğu" ünvanıyla adını yazdıran bu benzersiz değer, Türkiye'nin küresel rekabetteki öne çıkan ürünleri arasında yer alıyor.

Avrupa'dan Asya'ya kadar dünyanın dört bir yanındaki tekstil devlerinin iplik ve kumaş üretiminde ilk tercihi olan Söke pamuğu, kalitesinden ve beyazlığından ödün vermeyerek Türkiye'nin ihracat odaklı büyüme stratejisine önemli bir katkı sunmaya devam ediyor.

SÖKE OVASI'NIN PAMUKLA KURDUĞU 200 YILLIK BAĞ

Söke'de pamuk tarımının kökleri 1700'lü yıllara kadar uzanıyor. Sanayi devrimiyle birlikte tekstil sektörü, dünya genelinde

büyük bir hareketlilik yaşamaya başlıyor. Sektördeki artış, talepleri artırsa da Mısır, Hindistan ve Orta Doğu'dan gelen pamuk bu talebi karşılayamayınca Aydın'ın Söke Ovası'na Mısır kökenli tohumlardan 32 bin 692 okka ekiliyor.

Verimli topraklar ve uygun iklim şartlarına ek olarak Büyük Menderes'in taşıdığı alüvyonlardan beslenen ova, pamuk üretimi için en ideal konumlar arasında yer alıyor. 1937 yılında, yalnızca 80 hektarlık bir alana ekilen pamuğun üretim alanı, makinelik tarıma geçişin ardından hızla yaygınlaşarak 1965'te 30 bin hektara ulaşmıştır. Pamuğun üretim geleneği hâline geldiği Söke, bugün hâlâ Ege Bölgesi'nin pamuk ambarı olmayı sürdürüyor.

Pamuk tarımı, Söke Ovası'ndaki köylerin ve köylülerin de varoluşunu dönüştüren bir etkiye sahip. Bu etkinin, toplumsal bellekteki izleri Samim Kocagöz ve Kemal Bilbaşar gibi yazarların kalem aldığı öykülerde de kendini gösteriyor. Çünkü pamuk, bir tarım ürünü olmasının yanı sıra Söke'de; yaşam biçimini, ekonomik varlığı ve kimlik unsurunu temsil ediyor. Bugün Söke, Ege Bölgesi'ndeki pamuk üretiminin yaklaşık yüzde 54'ünü, Türkiye genelindeki üretimin ise yüzde 10'unu karşılayan kritik bir üretim merkezi konumunda.

PREMIUM TEKSTİL VE MEDİKAL SEKTÖRLERİN ÖNCELİKLİ TERCİHİ

Söke pamuğu, diğer türlerinden ayrılan özgün özelliklerini



Söke Pamuğu, AB'de Tescillenen İlk Pamuk Ürünü Oldu

Söke pamuğunun yıllara meydan okuyan kalitesi, 2024 yılında coğrafi işaret tesciliyle uluslararası alanda da taçlandırıldı. Böylece 26 ürün coğrafi işarete sahip olan Türkiye'nin, Avrupa Birliği tarafından tescillenen ilk pamuk ürünü olarak ülkeye 27'nci coğrafi işareti getirdi. Bu prestijli ünvanın alınmasını sağlayanlar arasında; ürünün coğrafi sınır ile olan bağı, toprağın endemik yapısı, benzersiz iklim özellikleri ve Söke insanının asırlık üretim kültürü yer alıyor.

AB Türkiye Delegasyonu Büyükelçisi Thomas Ossowski, Söke pamuğunun hem görünüm hem de lif kalitesi bakımından olağandışı bir ürün olduğunu vurguluyor ve tescil kararının da bu özgünlüğü koruma altına almak amacıyla verildiğini belirtiyor. AB coğrafi işareti, global pazarlardaki rekabet gücünü artırarak tüketiciye Söke pamuğunun eşsizliğini, yöreselliğini ve yüksek kalite standartlarını garanti eden uluslararası bir güven sağlayacak.



Parlak görünümü ve uzun lifleriyle dikkat çeken Söke pamuğu, AB'nin resmi değerlendirmesinde de bu nitelikler üzerinden tanımlanıyor.

tamamen yetiştiği coğrafyanın eşsiz doğal koşullarından alıyor. Büyük Menderes deltasının derin alüvyal toprakları ve bölgeye özgü iklimi; Söke pamuğunun kendine has özellikler kazanmasındaki belirleyiciler arasında yer alıyor. Parlak görünümü ve uzun lifleriyle dikkat çeken Söke pamuğu, AB'nin resmi değerlendirmesinde de bu nitelikler üzerinden tanımlanıyor.

Uzun elyaf yapısı, pamuğun ipliğe dönüştürülmesi sürecinde üstün kalite anlamına gelir ve daha ince, daha dayanıklı ve daha

yumuşak kumaşlar elde edilmesine olanak tanır. Bu özellikler de Söke pamuğunu özellikle premium tekstil ve medikal sektörler için tercih edilen bir ham madde konumuna taşıyor. Aynı zamanda GDO'suz üretim yapılan ülkeler arasında yer alması, Türkiye'nin ve Söke pamuğunun özellikle Avrupa pazarlarındaki değerini ikiye katlıyor.

TÜRKİYE'NİN TOPLAM PAMUK ÜRETİMİNİN YÜZDE 10'U SÖKE'DEN

Türkiye'nin Çukurova ve GAP'tan sonra en önemli pamuk havzası

olan Söke Ovası'ndaki yaklaşık 380 bin dekarlık tarım arazisinin tamamına yakınında pamuk üretiliyor. Bölge, sahip olduğu üretim hacmiyle Türkiye'nin toplam pamuk üretiminin yaklaşık yüzde 10'unu tek başına karşılıyor. Yaklaşık 6 bin üretici ailenin doğrudan geçim kaynağı olan bu ürün, ekimden hasada, çırçır fabrikalarındaki işlemlerden lojistiğe kadar 10 binlerce insana dolaylı yoldan istihdam sağlayarak bölge ekonomisini kalkındırıyor.

2025 yılı tarımsal ihracat verilerine göre Söke İlçe Tarım ve Orman Müdürlüğü'nün denetiminde gerçekleştirilen ihracatta pamuk, 47 bin 650 ton ile birinci sıraya yerleşti. Bu rakam, Söke'nin yıllık tarımsal ihracatının yaklaşık yüzde 96,6'sını temsil ediyor. Söke ekonomisinde tarımsal üretimin

gayrisafi hâsılaya katkısının yaklaşık yüzde 70 olduğu göz önünde bulundurulduğunda, pamuğun ekonomik olarak yarattığı etki net şekilde görülüyor. Bu ekosistemin merkezinde ise Söktaş, Sibaş ve Davas İplik gibi uluslararası ölçekte tanınan sanayi kuruluşları yer alıyor.

TÜRKİYE PAMUK ÜRETİMİNDE NEREDE DURUYOR?

Tarım Bakanlığı'na bağlı Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü'nün (TEPGE) 2025 Temmuz tarihli verilerine göre Türkiye, 2024/25 sezonunda 467 bin hektar alanda 830 bin ton lif pamuk eş değeri 2,2 milyon ton kütlü pamuk üretti. Bu rakam, iklim değişikliğinin baskısına ve bazı zararlı istilalarına rağmen önceki sezona kıyasla belirgin bir

Pamuğun üretim geleneği hâline geldiği Söke Ovası, Ege Bölgesi'ndeki pamuk üretiminin yaklaşık yüzde 54'ünü, Türkiye genelindeki üretimin ise yüzde 10'unu karşılayan kritik bir üretim merkezi konumunda

toparlanma olduğunu gösteriyor. Dünya genelinde pamuk lifi verimi ve tüketiminde dördüncü, üretim miktarında ise altıncı sırada yer alan Türkiye'nin, pamuk üretiminde Aydın, Şanlıurfa, Adana ve Antalya başı çekiyor. Söke ise Aydın ilinin en büyük üretim merkezi olarak pamuk ovası konumunu koruyor.

2023/24 sezonunda ihracatı 302 bin tona ulaşarak rekor kıran Türkiye'nin, pamuk ihracatında Pakistan, Çin ve Bangladeş başlıca alıcılar olarak öne çıkıyor. Organik pamuk üretimiyle de dikkat çeken Türkiye, Hindistan'ın ardından dünyanın ikinci büyük organik pamuk üreticisi konumunda. Ege İhracatçı Birlikleri verilerine göre 2023/24 sezonunda dünya pamuk üretiminde yüzde 10 pay ile yedinci sıraya yerleşen Türkiye, AB pazarındaki payını özellikle organik ve sürdürülebilir üretim projeleriyle büyütme hedefliyor. GMO FREE Turkish Cotton projesi de bu stratejinin en somut adımı sayılıyor.

İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ TARIMSAL VERİME GÖLGE DÜŞÜRÜYOR

Dünya genelinde etkisini her geçen gün artıran küresel iklim değişikliği ve kuraklık, ne yazık

78-85

santim

Bitki Boyu

7-10

Adet

Koza Sayısı

4,8-5,8

Gram

Koza Ağırlığı

Söke'de geçmiş sezonlarda 160 bin ton seviyelerine ulaşan genel üretimin, sulama sıkıntılarının ve hastalıkların baş gösterdiği bazı arazilerde dekarda 500-600 kilogramdan 300 kilogrampa kadar gerilediği görülüyor.



ki Söke Ovası'ndaki pamuk tarlalarında da hissediliyor. Tarım ve Orman Bakanlığının verileri ve bölgedeki son tarımsal gelişmeler, Türkiye'nin pamuk üretiminin zorlu iklimsel şoklara karşı sınıandığı bir dönemden geçtiğini gösteriyor.

Söke pamuğu, son yıllarda sulama barajlarındaki su yetersizliği ve mevsimsel sıcaklık anormallikleri nedeniyle rekoltede ciddi kayıplar yaşadı. Geçmiş sezonlarda 160 bin ton seviyelerine ulaşan genel üretimin, sulama sıkıntılarının ve hastalıkların baş gösterdiği bazı arazilerde dekarda 500-600 kilogramdan 300 kilogrampa kadar gerilediği görülüyor. Özellikle 2024, kuraklığın kendini en net şekilde gösterdiği yıl olarak kayıtlara geçti. TEPGE verilerine göre 2023/24 sezonunda, Türkiye'nin tüm pamuk ekim alanlarının yüzde 17 oranında daralması üretimdeki verime de olumsuz yansıdı.

Ancak bu zorlu şartlara ve düşen verime rağmen, Söke çiftçisinin tecrübesi sayesinde

pamuğun kalitesinde hiçbir kayıp yaşanmadı. Bununla birlikte organik pamuk üretimi ve sürdürülebilir tarım uygulamaları, Söke'nin küresel rekabetteki konumunu güçlendirecek stratejik seçenekler arasında öne çıkıyor. Better Cotton Initiative çerçevesinde Söke Ovası'nda iyi tarım uygulamalarının hayata geçirilmesi hem su kullanımını azaltma hem de uluslararası alıcıların sürdürülebilirlik taleplerini karşılama açısından kritik rol üstleniyor.

2025 yılı ihracat verilerine göre Söke'de gerçekleştirilen ihracatta pamuk, 47 bin 650 ton ile birinci sıraya yerleşti. Söke'nin yıllık tarımsal ihracatının yaklaşık yüzde 96,6'sını temsil ediyor.

"SÖKE PAMUĞUNU KORUMAK İÇİN DAYANIKLI ÜRETİM MODELİNE İHTİYAÇ VAR"



Muzaffer Turgut Kayhan
İyi Pamuk Uygulamaları Derneği (IPUD) Başkanı
SÖKTAŞ CEO'su

Söke Ovası'nın verimli topraklarında yetişen Söke pamuğu, lif uzunluğu, dayanıklılığı, inceliği ve yumuşaklığıyla dünya pamukları arasında ayrıcalıklı bir yere sahip. Bu özellikler Söke pamuğundan elde edilen ipliklerin yüksek kaliteye sahip olmasını sağlarken, tekstil sektöründe aranan bir ham madde olmasına da katkı sunuyor. Bu nedenle pamuk, bölgede uzun yıllardır "beyaz altın" olarak anıldı. Avrupa Birliği'nde coğrafi işaret tescili almasıyla da Söke pamuğu, küresel tekstil markaları açısından premium kaliteyi temsil eden bir ürün hâline geldi.

Türkiye dünya pamuk üretiminde ilk 10 ülke arasında yer alıyor. Özellikle sürdürülebilir üretim projeleri, BCI uygulamaları sayesinde Türk pamuğuna olan uluslararası talep giderek artıyor. Söke pamuğu, sahip olduğu kalite mirasını sürdürülebilir üretim anlayışıyla birleştirdiğinde yerel üreticiye olduğu kadar Türkiye'nin tekstil ihracatına da güçlü katkı sunan çok kıymetli bir değer olarak öne çıkıyor. Söke pamuğunun geleceğini korumak için esas ihtiyaç; kamu, üretici, sivil toplum, özel sektör ve markaların aynı hedef etrafında buluştuğu, uzun vadeli ve dayanıklı bir üretim modelidir.

Bu noktada en kritik başlıkların başında su verimliliği geliyor. Aynı zamanda toprak sağlığını koruyan uygulamalar, iklim değişikliğine uyumlu tarım yöntemleri, veri temelli üretim planlaması ve çiftçilerin sürekli eğitimle desteklenmesi artık temel gereklilikler arasında yer alıyor.

Uluslararası sürdürülebilirlik standartları da bu dönüşümde önemli bir rol üstleniyor. BCI

gibi sistemler; çevresel etkilerin azaltılması, sosyal sorumluluk ilkelerinin güçlendirilmesi ve daha verimli üretim yöntemlerinin yaygınlaştırılması açısından önemli bir çerçeve sunuyor. Aynı zamanda kamu politikalarının sürdürülebilir tarımı teşvik edecek şekilde güçlendirilmesi, dijital tarım uygulamalarının yaygınlaştırılması ve çiftçilerin bu dönüşümüne ekonomik olarak desteklenmesi büyük önem taşıyor.

BCI, pamuk üretiminin çevresel, sosyal ve ekonomik açıdan daha sürdürülebilir hâle gelmesini amaçlayan küresel bir girişim. Türkiye'de bu çalışmalar IPUD tarafından yürütülüyor. BCI uygulamaları kapsamında çiftçilere verilen eğitimler sayesinde suyun daha verimli kullanılması, pestisit ve kimyasal girdilerin azaltılması, toprak sağlığının korunması ve üretim süreçlerinin daha planlı hâle getirilmesi sağlanıyor.

IPUD olarak Türkiye'de sürdürülebilir pamuk üretiminin yaygınlaşması için çiftçilere eğitim programları düzenliyor, sahada uygulama ortaklarımızla teknik destek sağlıyor ve pamuk tedarik zincirinde sürdürülebilirlik konusunda farkındalık oluşturuyoruz. Ayrıca çiftçiler, çırçır işletmeleri, tekstil sanayicileri ve markalar arasında iş birliğini güçlendirmeye yönelik çalışmalar yürütüyoruz. Türkiye, GDO'suz pamuk üretimi yapan nadir ülkelerden biri ve güçlü tekstil sanayisi sayesinde sürdürülebilir pamuk üretiminde önemli bir potansiyele sahip. Organik pamuk, BCI ve diğer sürdürülebilir üretim modellerinin yaygınlaştırılmasıyla Türkiye'nin küresel pamuk piyasasındaki rekabet gücünün daha da artacağına inanıyoruz.

Söke pamuğu, sahip olduğu kalite mirasını sürdürülebilir üretim anlayışıyla birleştirdiğinde yerel üreticiye olduğu kadar Türkiye'nin tekstil ihracatına da güçlü katkı sunuyor.

Anadolu'nun Taşlarına İşlenen Osmanlı Ruhu



Sokağa taşan cumbaları ve serin taşlıklarıyla incelikli bir yaşam felsefesinin yansıması olan Osmanlı evleri, günümüze miras kalan örnekleriyle Anadolu'nun dört bir yanında nefes almaya devam ediyor.

Anadolu coğrafyasının iklimi, kültürü ve yaşam tarzıyla şekillenen kendine has yapısı, mimari anlayışına da yansdı ve bugün hâlâ varlığını sürdüren özgün Türk evi kavramı da bu şekilde hayatımıza kazandırıldı. Mahremiyeti, doğaya saygıyı ve toplumsal dayanışmayı harmanlayan yapısıyla Osmanlı sivil mimarisinin hâlâ yaşatıldığı yerler, köklü bir yaşam felsefesinin mekâna dönüşmüş hâli gibidir...

Türk evi kavramını literatüre kazandıran Osmanlı sivil mimarisinin anlatım dili, hiçbir evin komşusunun güneşini ve manzarasını kesmediği ve insan ölçeğini asla aşmayan zarafetiyle bir bütünlük içindedir. Anadolu'nun farklı köşelerinde nefes almaya devam eden ve bugünün insanına, hoşgörülül yaşamın inceliklerini aktaran bu yapılar; ahşap ve taş işlenen estetiğin ve en kalıcı örnekleri olarak varlığını sürdürüyor.

DÜNYA MİRASI LİSTESİNE ADINI YAZDIRAN KENT SAFRANBOLU

Safranbolu, Osmanlı kent dokusunun dünyadaki en iyi korunmuş örnekleri sıralaması yapılacak olsa başı çekecek yerlerden biri. 1994'ten bu yana UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alan kentin, bu statüyü hak etmesinin arkasında klasik Osmanlı mimarisini taşıyan evlerinin oluşturduğu bütüncül kentsel peyzaj yatıyor. 18. ve 19. yüzyıllara ait 2 binden fazla

konut ve konak, bir yamaç üzerine konumlandırılmış olsa da hiçbiri birbirinin manzarasını kapatmayacak şekilde dizayn edilmiş. Safranbolu'nun da en büyük özelliği mimarisindein arkasında yatan bu ustalıklı işçilik ve düşünceden geliyor.

İki ya da üç katlı yapılarda taş, kerçiş, ahşap ve alaturka kiremit bir arada kullanılmış; dar ve çok sayıdaki pencereler ise hem mahremiyet hem de ışık ihtiyacını dengelemek amacıyla ölçülü şekilde yerleştirilmiştir. Ahşap kullanımındaki ustalığın, özellikle evlerin iç tasarımında sanatsal bir form kazandığı görülüyor. Kapı tokmakları, tavan kaplamaları, oymalı raf nişleri ve koridor parmaklıkları gibi dönemin usta marangozlarının elinden çıkan zarif işçilik, Safranbolu evlerine özgünlük kazandırıyor.

Safranbolu mimarisinin en özgün detaylarından birini de evlerin içindeki su kültürü oluşturuyor. Evin merkezindeki, "hayat" olarak da anılan açık ya da örtülü avlu; su kuyusu ve tandırıyla ailenin ortak yaşamını düzenleyen noktaların başında geliyordu. Harem ve selamlık ayrımının keskin çizgilerle belirlendiği bir dönemde, evlere eklenen "dönme dolap" isimli servis dolapları ise mimarideki işlevselliği ortaya koyuyor. 1970'lerden itibaren yerel yönetim ve halkın benimsediği bilinçli koruma politikası sayesinde tarihi bölgede yıkım ve yeni yapıya yasak getirildi. Varlığını



Beypazarı evlerinin üst katlarında kasıtlı olarak yarım bırakılan ve "çanti" adı verilen bölüm, sahibinin dünyada hâlâ yapacak işlerinin olduğunu simgeleyen bir anlam taşıyor.

kouyan 2 bin evin ise 800'ü koruma altındadır.

EGE'DEKİ OSMANLI MİRASI BİRGİ

İzmir'in Ödemiş ilçesinde, Bozdağlar'ın eteklerinde yer alan Birgi, MÖ 2000 öncesine uzanan köklerini, günümüze dek kusursuzca korumayı başaran ender güzelliklerden biri. Hikâyesi, Aydınoğulları Beyliği'nden Osmanlı'ya uzanan Birgi, 18. ve 19. yüzyıl Osmanlı sivil mimarisinin Ege coğrafyasındaki en nitelikli temsilcilerinden. Bölgenin arnavut kaldırımli dar sokaklarını süsleyen

tarihi konaklar; bu konakların zemin katlarındaki sağlam taş işçiliği ve üst katlarındaki ahşap zarafeti Birgi'ye muazzam bir özgünlük katıyor.

Birgi mimarisinin, Ege'nin sıcak iklimine uygun olarak tasarlandığı görülüyor. Yüksek taş duvarların ardına gizlenmiş avlulu ve cumbalı evleriyle ünlü olan Birgi'deki sivil mimari geleneğinin en iyi örneği ise kuşkusuz Çakırağa Konağı'dır. 1761 yılında zengin bir tüccar olan Şerif Aliğa tarafından inşa ettirilen bu üç katlı konak, Ege Bölgesi'ndeki ilk yapılaşmada mimari üslubunu korumuş ender örneklerden biri sayılıyor.

Konağın en büyüleyici özelliği iç ve dış cephelerdeki kalem işleri ile Osmanlı baroğunun tüm karakteristik unsurlarını bir arada sunan süsleme sanatından geliyor. Üst kattaki iki köşk odada duvar yüzeylerine resmedilmiş İstanbul ve İzmir panoramaları ise yapıyı halk resmi açısından da ayrı bir anlam taşıyan belgeye dönüştürüyor. 1977'de başlayan restorasyon çalışmalarıyla 1995'te müzeye çevrilen Çakırağa Konağı, Osmanlı günlük yaşamının Anadolu'daki en güçlü tanıklarından biri olmayı sürdürüyor.

Türkiye'de kentsel koruma planına dâhil edilen ilk yerleşim

yerlerinden biri olan Birgi, 1996 yılında sit alanı ilan edilmesinin ardından, 2012 yılında da UNESCO'un Dünya Mirası Geçici Listesi'ne alındı. Bugün hâlâ asırlık sivil mimari dokusuyla ziyaretçilerine tarihi yaşatmaya devam ediyor.

BAŞKENTTEKİ OSMANLI İZLERİ BEYPAZARI

Ankara'ya yalnızca 80 kilometre uzaklıkta ama sanki birkaç yüzyıl geride duran bir kasaba Beypazarı... Osmanlı'nın Hüdavendigar Sancağı'na bağlı yerleşim yeri olarak şekillenen Beypazarı ilçesi günümüzde Türkiye'nin en özgün konut dokularından birini koruyor. Beypazarı evlerinin en belirgin özelliğini, "cumbalı" ya da yerel ağızda "guşganalı" olarak anılan iki veya üç katlı ahşap yapı biçimi oluşturuyor. Taş temeller üzerinde yükselen bu evlerin dışı sıvalı, çatıları ise alaturka kiremitle örtülüdür. Tavan arasının çatıdan yukarı çıkmasıyla oluşan bölüme verilen "guşgona" adı ise mimarın yerel dille ne denli bütünleştiğini gösteriyor.

Beypazarı'nın en özgün mimari detayını çanti geleneği oluşturuyor. Evlerin üst katlarında kasıtlı

olarak yarım bırakılan bu bölüm, sahibinin dünyada hâlâ yapacak işlerinin olduğunu simgeleyen bir anlam taşıyor. Tamamlanmamışlığı bir erdem olarak mimariyle bütünleştiren bu yaklaşım, Beypazarı'nı sıradan bir tarihi kasabadan farklı bir anlam düzlemine taşıyor. Geç dönem Osmanlı mimarisinin seçkin örneklerinden biri olan Abbaszade Konağı'nda faaliyet gösteren Yaşayan Müze ise bu konut kültürünü yerinde deneyimleme fırsatı sunan Türkiye'nin ilk uygulamalı kültür müzesi olma özelliği taşıyor. İnönü Vadisi'nin manzarasına bakan Beypazarı konakları, sabrın ve zarafetin sembolleri eşliğinde misafirlerine dönemin anlayışını yaşatarak aktarıyor.

AKDENİZ'İN ÇOK KATMANLI KALBİ KALEİÇİ

Antalya'da, antik surların merkezinde yer alan Kaleiçi, Roma, Bizans, Selçuklu ve Osmanlı medeniyetlerinin özellikleriyle harmanlanmış eşsiz bir şehircilik örneği sunuyor. 1972'de sit bölgesi ilan edilerek koruma altına alınan Kaleiçi bölgesi, 85 anıtsal yapı, 456 sivil mimarlık örneği ev, altı cami



Hıdırlık Tepesi'nin eteklerine sıralanmış Taraklı evleri, genellikle üç katlı ve geniş saçaklı yapılardan oluşuyor.

Taraklı

Osmanlı'nın yanı sıra Roma ve Bizans dönemlerinin de izlerini taşıyan Ortamahalle, tarihin farklı seslerinin aynı toprak üzerinde yankılandığının en yakın tanığı ve örneği.

ve beş hamamla Osmanlı'nın izlerini taşıyan bir açık hava müzesi olarak konumlanıyor. Zemin katlarında taşlık ve avlu, üst katlarda ise sofaya bağlanan odaların bulunduğu Osmanlı dönemine ait Kaleiçi konakları, geleneksel Türk evi planını net biçimde yansıtıyor. 19. yüzyıl Kaleiçi evlerinin en belirgin özelliklerinden bir diğerini de girişlerin yanındaki merdivenli ve divanlı avlular oluşturuyor. Bu avluların, bazı yapılarda Rodos işi denilen siyah beyaz çakıl mozaiklerle döşeli olduğu görülüyor.

Yat limanını hilal gibi saran bu tarihi semt, tarihi dokusundan aldığı güçle birlikte ziyaretçilerini bambaşka bir zamanın ritmine sizi davet ediyor. Osmanlı döneminden kalma iki konakta hizmet veren Antalya Etnografya Müzesi ise klasik mimari anlayışı-

nı yakından keşfetmek isteyenler için kaçınılmaması gereken bir destinasyon oluyor.

DOĞU KARADENİZ'İN SAFRANBOLUSU ORTAMAHALLE

Trabzon'un Akçaabat ilçesinde, yeşilin her tonuyla çerçevelenmiş bir yamaçta duran Ortamahalle, Doğu Karadeniz'de âdeta küçük bir Safranbolu olarak konumlanıyor. Büyük bölümü 1988'de kentsel sit alanı ilan edilen mahalle, Osmanlı dönemine ait evleri ve konakları, Arnavut kaldırım sokakları, çeşmeleri ve bütüncül mahalle kültürüyle tarihi dokuyu günümüze taşımaya başarmış nadir yerleşim yerlerinden biri. Osmanlı'nın yanı sıra Roma ve Bizans dönemlerinin de izlerini taşıyan Ortamahalle, tarihin farklı seslerinin aynı toprak üzerinde yankılandığının

en yakın tanığı ve örneği.

Ortamahalle evleri, geniş saçakları, giyotin pencereleri ve aşı boyalı cepheleriyle tipik Karadeniz konaklarının en seçkin örneklerini oluşturuyor. Bölgenin bol yağışlı iklimi nedeniyle çatılar geniş saçaklı ve dik şekilde yapılmıştır. Genellikle geniş bahçe içindeki evlerin içi ise Karadeniz'in kaliteli kerestelerinden yapılmış tavan ve dolap işçilikleriyle tasarlanmıştır.

Dik yokuşları ve dar meydanlarıyla ilk günkü cazibesini koruyan semt, uzaktan bakıldığında âdeta yağlıboya bir tablo görüntüsü veriyor. Bu yönüyle de kültür gezginlerinin Trabzon'daki en sevdiği rota hâline gelmiş durumda. Timurciler Konağı, Kanoğlu Konağı ve Mehmet Efendi Konağı başta olmak üzere belediye tarafından restore edilen diğer tarihi yapılar, bugün yöresel lezzetlerin sunulduğu mekânlar ve konak-

lama seçenekleri olarak turizme kazandırılmış durumda.

SAKARYA'NIN DOĞAL MİRASI TARAKLI

"...Burası bir ormandır ki içinde şehir adamı olmayan nice garip kimseler kaybolup vahşi canavarlara kısmet olmuştur. Bir yanı Bursa, bir yanı İzmit, bir yanı da Bolu ve Kocaeli sancaklarıdır. Etrafı ancak bir ayda dolaşılabilir. Ama seçme yerleri Geyve Taraklı yolu arasında olan kısmıdır." Evliya Çelebi'nin Seyahatname isimli eserinde hayranlıkla bahsettiği Taraklı, Sakarya'nın dağlık bir köşesinde, kendine özgü doğası ve mimarisiyle yüzyıllardır tüm ziyaretçilerini büyülemeye devam ediyor.

94 tescilli sivil mimari örneği ve sekiz doğal kültür varlığıyla koruma altındaki bu ilçe, Osmanlı ahşap mimarisinin hem Safranbolu'ya benzer hem de kendine özgü yüzünü gözler önüne seriyor. Hıdırlık Tepesi'nin eteklerine sıralanmış Taraklı evleri, genellikle üç katlı ve geniş saçaklı yapılardan oluşuyor. Evlerin yapımında kullanılan ahşap ve kerpiçlerin, bölgenin doğasına uyumlu seçilmesi ise yapıların topraktan bitmiş gibi görünmesini sağlıyor.

Taraklı evlerinin mimarisindeki en dikkat çeken detay, cihannüma yani fener katıdır. Osmanlı konut mimarisinde genellikle çatı katına yerleştirilen, etrafı camlarla çevrili kule benzeri seyir odası veya taraçadır. Evin ışık almasını ve hava sirkülasyonunu sağlayan bu detay Taraklı evlerinde hâlâ yaşatılıyor. Taraklı'nın en önemli mimari eseri; 1517 yılında inşa edilen ve kubbesini örten kurşundan dolayı "Kurşunlu Cami" olarak da bilinen Yunus Paşa Cami'sidir. 700 yıldır ayakta olan çınar ağacı da Osmanlı'nın fethettiği yerlere çınar dikme geleneğinin canlı bir örneği olarak yaşamını sürdürüyor.

1972'de sit bölgesi ilan edilerek koruma altına alınan Kaleiçi bölgesi, 85 anıtsal yapı, 456 sivil mimarlık örneği ev, altı cami ve beş hamamla âdeta Osmanlı'nın izlerini taşıyan bir açık hava müzesi konumunda.





Doğayla Uyumlu Kentsel Yaşamın Kodları

Emisyonları sıfırlamak, yenilenebilir enerjiyi merkeze almak ve nefes alan sokaklar inşa etmek artık bir ütopya değil. Çevresel sorumluluk bilinciyle kentsel yaşanabilirliği yeniden tanımlayan dünyanın en sürdürülebilir altı şehri.

Küresel ısınma, artan karbon emisyonları ve hızlı nüfus artışı, kentsel yaşamı hiç olmadığı kadar büyük bir baskı altına sokuyor. Metropoller, bir yandan ekonomik büyümenin lokomotifine olmaya devam ederken diğer yandan doğayla uyumlu bir ekosistem inşa etmenin yollarını arama gayretinde. Ancak bu hiç kolay olmuyor.

Günümüzde sürdürülebilirlik, çevresel bir tercih olmasıyla birlikte aynı zamanda da şehirlerin gelecekteki varoluşlarını güvence altına alan zorunlu bir stratejiye dönüşmüş durumda. İklim çözümleri alanında öncü olan Reinders Corporation'ın hazırladığı "Yeşil Şehir Endeksi", bu varoluşsal krizi fırsata çeviren ve kentsel yaşamda standartları sürdürülebilirlik eksenli belirleyen şehirleri göz önüne seriyor.

Temiz hava kalitesinden kişi başına düşen yeşil alana, yenilenebilir enerjinin gücünden bisiklet yollarının uzunluğuna kadar geniş bir yelpazede yapılan bu değerlendirmeye, yaşam standartlarını düşürmeden karbon ayak izini silmeyi başaran şehirleri sıralıyor.

PASİFİK'İN ZÜMRÜT KENTİ: VANCOUVER

Reinders Corporation yaptığı sıralamanın zirvesinde, 101,71 gibi oldukça yüksek bir puanla Kanada'nın gururu Vancouver yer alıyor. Pasifik Okyanusu ile görkemli dağlar arasına kurulan bu şehir, coğrafi şansını işlevsel çevre vizyonu ile taçlandırıyor. Vancouver'ın bu listede birinci olmasının temel nedeni, kullandığı enerjinin yüzde 98'ini hidroelektrik başta olmak üzere yenilenebilir kaynaklardan elde etmesi.

Vancouver'da kişi başına düşen yeşil alan miktarı ise tam 119 metrekareyi buluyor. Şehrin merkezindeki Stanley Park gibi doğal alanlar, kentin âdeta akciğerleri işlevini görüyor. Sürdürülebilirlik için yürüttüğü eylem planları sayesinde Vancouver, sadece ağaç dikmekle kalmıyor; binaların karbon ayak izini sıfırlayan katı inşaat yönetmeliklerini devreye sokarak yaya odaklı, güvenli bisiklet ağlarıyla şehir içi ulaşımı baştan yarattı. Çevresel sorumluluğu ve kentsel refahı kusursuzca harmanlayan Vancouver, gelece-



Oslo



Stockholm



Zürih

Kopenhag, dünyada sürdürülebilirlik ve bisiklet denilince akla gelen ilk şehir olma ünvanını fazlasıyla hak ediyor. Ulaşımın yüzde 37'sinin bisikletle yapıldığı kentte; özel şeritler, yeşil dalga trafik ışıkları ve kargo bisikletleri teşvik ediliyor.

ğin şehir planlaması için yaşayan bir laboratuvar konumunda.

FİYORTLARIN ARASINDA BİR KARBON-NÖTR HAYALİ: OSLO

Norveç'in başkenti Oslo, geniş yeşil alanları ve yenilenebilir enerjiye yönelik yapılan yatırımlarıyla doğa dostu kentleşmenin kitabını âdeta yeniden yazıyor. Oslo'nun yeşil dönüşümdeki vizyonu, şehir merkezini otomobillerden büyük ölçüde arındırarak sokakları yayalara ve bisikletlilere teslim etme cesaretinden geliyor.

İskandinavya'nın kalbindeki şehir, 2030 yılına kadar dünyanın ilk sıfır emisyonlu büyük kenti olmayı hedefliyor. Bu hedef kapsamında da feribotlarından otobüslerine kadar tüm toplu taşıma ağını sıfır emisyon hedefine uygun olarak hızla dönüştürüyor. Belirlenen sürdürülebilirlik vizyonunun başarılı şekilde uygulamaya koyulduğu

şehir, böylece 100,57 endeks puanıyla listenin ikinci sırasına yerleşiyor.

Otoparkların yerine bisiklet yolları ve mikro parklar inşa eden yerel yönetim, kentin içinden geçen akarsuları yeniden gün yüzüne çıkararak kentsel biyoçeşitliliği de destekleyici bir rol üstleniyor. Fosil yakıtlara topyekûn savaş açan Oslo, kişi başına düşen 116 metrekarelik yeşil alanı ve çevresel girişimleriyle şehirde yaşayanlara bütünlüklü ve doğal bir kent yaşamı vad ediyor.

ADALAR ÜZERİNDE YÜKSELEN EKOLOJİK AKIL: STOCKHOLM

14 ada üzerine kurulu muazzam bir coğrafyaya sahip olan İsveç'in başkenti Stockholm, 94,87 puanla dünyanın en sürdürülebilir üçüncü şehri ünvanını taşıyor. Stockholm'ü Vancouver ve Oslo gibi devlerden ayıran ve listede ön

plana çıkararak en önemli özelliği ise dünya standartlarındaki toplu taşıma sisteminin benzersiz verimliliği. Avrupa'nın ilk "Yeşil Başkenti" ünvanına sahip olan bu şehir, biyolojik atıklardan elde ettiği biyogaz ile çalışan otobüsleri ve yeraltı tren ağıyla ulaşımda karbon emisyonunu sıfıra oldukça yaklaştırmış durumda.

Son derece düşük hava kirliliği seviyeleri ve suyu yüzülebilecek kadar temiz kentsel gölleri de şehrin çevre politikalarının ne kadar tavizsiz uygulandığını gösteriyor. Atıkların merkezi ısınma için enerjiye dönüştüğü, döngüsel ekonominin uygulandığı ekolojik mahalle projeleriyle öne çıkan kent, çok yakın bir gelecekte tamamen fosil yakıtsız olma hedefine doğru emin adımlarla ilerliyor. Stockholm, yüksek yaşam kalitesini ekosisteme saygılı bir vizyonla inşa etmenin adresi.

BAVYERA'NIN GÜNEŞ VE RÜZGÂRLA ÇALIŞAN KALBI: MÜNİH

Almanya'nın sanayi ve teknoloji devlerinden biri olan Münih, böylesine yoğun bir ekonomik faaliyete rağmen 93,16 puanla listenin dördüncü sırasında kendine yer buluyor. Geleneksel mimarisini modern çevre bilinciyle harmanlayan Münih, bilhassa üst düzey yenilenebilir enerji altyapısıyla parlıyor. Kent, belediye destekli şirketleri aracılığıyla kendi tükettiği elektriğin tamamını rüzgâr, güneş ve su gücünden sağlamayı hedefleyen devasa temiz enerji projeleri yürütüyor. U-Bahn ve S-Bahn gibi son derece entegre, temiz ve dakik ulaşım ağları, metropolde özel araç kullanımını minimum seviyelere indiriyor. Kişi başına düşen 90 metrekarelik yeşil alanın merkezinde yer alan meşhur İngiliz Bahçesi, şehrin tam ortasında vahşi doğayı yaşatıyor. Ayrıca kentin ekosistemini yenileme vizyonunun bir parçası olarak doğal yatağına kavuşturulan nehir alanları, Münih'in ekonomik büyüme

ile ekolojik dengenin birbirini dışlayan kavramlar olmadığını tüm dünyaya kanıtlanmasını sağlıyor.

ALPLERİN GÖLGESİNDE KUSURSUZ BİR SİSTEM: ZÜRİH

İsviçre'nin finans merkezi Zürich, 91,69 endeks puanıyla beşinci sırada yer alarak sürdürülebilirlik yarışındaki İsviçre istikrarını kanıtıyor. Zürich'i farklı kılan, değerlendirmeye alınan altı temel göstergenin tamamında olağanüstü dengeli ve tutarlı bir performans sergilemesi. Şehir; tatmin edici düzeydeki yeşil alanları, tertemiz havası ve saat gibi işleyen tramvay ağıyla ünlü "2000 Wattlık Toplum" vizyonunu hayata geçiriyor. Bu vizyon, kentsel alanlarda kişi başına düşen enerji tüketimini küresel adalet ve iklim dengesi sınırlarına çekmeyi hedefliyor.

Son derece gelişmiş atık yönetim sistemine sahip olan kentte, çöpler işlenerek enerjiye dönüştürülüyor. Böylece hem çöplerle şehre merkezi ısıtma sağlanıyor hem de çöp sahalarına giden atık oranı sıfırlanmış oluyor. Katı imar kuralları sayesinde ise doğanın ve tarihi dokunun korunması mutlak

güvence altına alınmış oluyor. Çünkü Zürich, ekonomik zenginliğinin ötesinde bu zenginliği doğayı koruyacak entegre bir altyapıya dönüştürme disipliniyle sürdürülebilirlik alanında fark yaratmayı amaçlıyor.

PEDALLARIN GÜCÜYLE DÖNEN BİR BAŞKENT: KOPENHAG

Listeye 82,30 puanla altıncı sıradan dâhil olan Danimarka'nın başkenti Kopenhag, dünyada sürdürülebilirlik ve bisiklet denilince akla gelen ilk şehir olma ünvanını fazlasıyla hak ediyor. Şehrin genlerine işlemiş olan bisiklet kültürü, kentin çevre dostu politikasının en görünür yüzlerinden biri. İnsanların otomobillerden çok bisiklet kullandığı Kopenhag'da, kesintisiz "bisiklet otoyolları" ve devasa meydanlar kentsel mobilitenin omurgasını oluşturuyor demek yanlış olmaz. Ulaşımın yüzde 37'sinin bisikletle yapıldığı kentte; özel şeritler, yeşil dalga trafik ışıkları ve kargo bisikletleri teşvik ediliyor.

Enerjisinin büyük kısmını, deniz üstü rüzgâr çiftlikleriyle karşılayan Kopenhag, dünyanın ilk karbon-nötr başkenti olma hedefinde de öncü bir rol oynuyor. Şehrin atık yakıtıca temiz enerji üreten modern tesisinin çatısının dev bir kayak pistine dönüştürülmesi, kentin yenilikçi ve fonksiyonel tasarım anlayışının en güzel örneği olarak gösteriliyor. Suyu tamamen temizlenen limanlarında yüzülebilen Kopenhag, yeşil politikaların halkın gündelik eğlence ve yaşam tarzına nasıl mükemmel bir şekilde entegre edilebileceğini gösteren muazzam bir İskandinav ilhamı sunuyor.



Orkun Aşa
Hummingdrone Kurucusu

Hummingdrone

Enerjide Kayıpları Önleyen Yerli Teknoloji

Otonom İHA ve dijital ikiz teknolojileriyle güneş enerji santrallerindeki üretim kayıplarını engelleyen Hummingdrone, yapay zekâ destekli analizleriyle ham veriyi finansal güvenceye dönüştürdüğü gibi aynı zamanda da enerji altyapılarını da dijitalleştiriyor.

Güneş enerjisi santrallerindeki arıza kaynaklı üretim kayıplarını engellemeye odaklanan Hummingdrone fikri ilk olarak nasıl ortaya çıktı?

Hummingdrone'un temelleri, İstanbul Bilgi Üniversitesi'nde mekatronik ve bilgisayar mühendisliğinin kesiştiği bir bitirme projesinde atıldı. O dönem kısıtlı kaynaklar ve algoritmalarını sıfırdan yazdığımız otonom İHA'larla, afet yönetiminde stratejik içgörü üretmeye odaklandık. Teknolojinin kriz anlarında hayat kurtaran bu gücü, Hummingdrone'un temel vizyonunu oluşturdu. Zamanla ciddi bir evrim geçirerek, endüstriyel problemler ve veri kıymetlendirme odağında devasa tesislerin dijital ikizlerini çıkaran yazılım tabanlı bir yapıya dönüştük.

Bu süreçte güneş enerjisi sektöründeki verimlilik darboğazını fark ettik. Tesis kapasiteleri hızla artarken milyarlarca dolarlık yatırımlar, manuel süreçlerin hantallığı yüzünden ciddi üretim kayıpları yaşıyordu. Afet yönetimindeki otonom veri toplama ve kıymetlendirme yetkinliğimizi, enerji tesisleri için devreye aldık. Bugün bu yolculuk, sahayı dijitalleştiren ölçeklenebilir bir derin teknoloji girişimi olarak devam ediyor.

Geliştirdiğiniz otonom sistemlerin arkasındaki temel teknolojik altyapıyı nasıl tanımlarsınız?

Sizi sektördeki diğer oyuncularından ayıran spesifik AR-GE faaliyetleriniz nelerdir?

Farklı disiplinlerde yıllarca süren yoğun bir AR-GE geçmişimiz var. Otonom drone'ların uçuş algoritmalarını sıfırdan yazmaktan, yapay zekâ modelleriyle bütün bir kentin dijital ikizini oluşturmaya kadar çeşitli alanlarda çalıştık. Kendi teknolojilerimizi geliştirmeyi seçtik. Zor oldu, ciddi zaman aldı. Ancak tüm bu sistemlere derinlemesine hâkim olmak, bize otonomide muazzam bir hız getirdi. Bu gücü; 100'lerce megawatt pik kapasiteye sahip santralleri saatler içinde tarayabilen ve yüzde 99 doğruluk ile anomalileri tespit edebilen algoritmamızda görüyoruz.

Dijital ikiz ekosistemiyle statik raporların ötesine geçip operasyonel süreçleri uçtan uca dijitalleştiriyoruz. Tespit edilen arızalarda saha ekiplerine otomatik iş emri atanıyor ve garanti yönetimiyle veri kaosu ortadan kalkıyor. Akıllı izleme altyapımız ise üretim verilerini analiz edip "sessiz kayıpları" öngörüyor. Kısacası, ham veriyi doğrudan eyleme, operasyonel verimliliğe ve finansal güvenceye dönüştürüyoruz.

Geleneksel denetim ve operasyon yöntemlerinin yetersiz kaldığı durumlarda, geliştirdiğiniz sistemler endüstriyel tesislere ne gibi imkânlar sunuyor?

Geleneksel varlık yönetimi, ancak üretim kaybı veya şebeke çöküşü yaşandığında harekete geçen manuel ve reaktif bir yapıdadır. Biz, insan gözünün atladığı bu operasyonel körlüğü ortadan kaldırarak kurumlara öngörülse bir zekâ sunuyor; süreçleri çok daha verimli yürütüyoruz. Sadece 2025'te iş birliği yaptığımız tesislerde 2.000'e yakın kritik anomaliyi bir yangına dönüşmeden tespit ettik. Bu salt bir raporlama değil; tesisin üretim kapasitesini korumak ve büyük mali kayıpları önlemek demektir.

Son dönemde, şebeke güvenliğinin önemi daha da anlaşıldı. Biz de bu alanda özellikle enerji hatları için geliştirdiğimiz Energy OS'i devreye aldık. Yüzlerce kilometrelik sarp arazilerden geçen bu hatların insan gücüyle takibi sürdürülebilir değil. Algoritmalarımız; izolatör çatlaklarından hatlara zarar verecek bitki örtüsüne kadar tüm tehditleri milimetre hassasiyetle sayısallaştırıp tedarik güvenliğini garanti altına alıyor.

Keiretsu Forum Türkiye'den 1,5 milyon dolar, İTÜ ARI Teknokent'in de dâhil olduğu güncel yatırım turundan ise 6 milyon dolar aldınız... Bu süreçte girişiminizi böylesine hızlı ve istikrarlı ölçeklendiren temel stratejileriniz nelerdir?

En temel stratejimiz, "pilot uygulama" aşamasından çıkıp kurumsal pazarda güven tazelemek oldu. 2025'te gelirlerimizi 4 kat artırırsak, operasyonel verimliliğimizi de yüzde 315 oranında yükselttik. Tüpraş, İGA, Galata Wind gibi sektör liderleriyle çalışmak bize büyük bir tecrübe ve referans gücü kattı. Bir teknoloji şirketi olarak partnerlik yaptığımız kurumların operasyonel yükünü hafifleten ve onlara finansal geri dönüş sağlayan bir iş modeli kurmaya odaklandık. Yatırımcı güvenini de bu somut büyüme rakamları ve sürdürülebilir modelimizle sağladık.

Hummingdrone'un gelecek yol haritasında neler var? 2026 hedeflerinizden bahsedebilir misiniz?

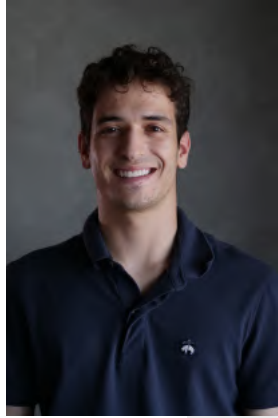
2026 hedeflerimizin başında küresel pazarda daha aktif rol almak var. Özellikle Orta Doğu ve Avrupa pazarlarında güneş enerjisi yatırımlarının kazandığı güçlü ivme ana odağımızda. Teknolojik olarak güneş enerjisiyle sınırlı kalmayıp, Energy OS ile enerji hatlarının otonom sistemlerle yönetimini global standartlara taşımaya hedefliyoruz. Bunun yanı sıra dijital ikiz altyapımızda birleştirdiğimiz uydu verileri ve özgün yangın risk endeksimizle orman yangınlarıyla mücadele odaklı teknolojilerimizi 2026 yılında devreye alıyoruz. Bu teknolojilerle bir yandan kamu güvenliğini sağlarken diğer yandan başta enerji olmak üzere farklı endüstrilerdeki kritik altyapıları proaktif şekilde güvence altına almayı amaçlıyoruz. Türkiye'den çıkan bir teknoloji şirketi olarak dünyadaki derin teknoloji aktörleri arasında kalıcı bir yer edinmek istiyoruz.

TİM-TEB Girişim Evi'nin desteklerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Bir derin teknoloji girişiminin küresel bir oyuncuya dönüşmesi, mutlaka o teknolojiyi doğru pazarla buluşturacak nitelikli bir ekosisteme entegre olmayı gerektirir. TİM-TEB Girişim Evi, kritik ölçeklenme evresinde bizim için standart bir programın çok ötesine geçerek vizyoner bir katalizör işlevi gördü. Sektör liderleriyle aynı masaya oturmamızı sağlayan seçkin ağları ve Türkiye İnovasyon Haftası gibi platformlarda sundukları üst düzey görünürlük, kurumsal pazarda inşa ettiğimiz "güvenilirlik" algısına muazzam bir ivme kazandırdı. TİM-TEB Girişim Evi'ni, Hummingdrone'un küresel büyüme stratejisindeki en değerli yapı taşlarından biri olarak görüyoruz.



2025 yılında gelirlerimizi 4 kat artırırken, operasyonel verimliliğimizi de yüzde 315 oranında yükselttik. Tüpraş, İGA, Galata Wind gibi sektör liderleriyle çalışmak bize büyük tecrübe ve referans gücü kattı.



Cavid Bayramlı
Wastespresso
Kurucu Ortağı

Wastespresso

Kahve Posasından Yüksek Katma Değerli Geleceğe

Her gün çöpe giden tonlarca kahve posasını ileri teknolojiyle biyomalzemeye dönüştüren Wastespresso, bugün 90 ton atığı ekonomiye kazandırarak sürdürülebilirliği şeffaf, ölçülebilir ve raporlanabilir bir iş modeline dönüştürüyor.

Wastespresso'nun kuruluş hikâyesini sizden dinleyebilir miyiz?

Wastespresso'nun temelleri, 2019 yılında hem üniversite eğitimime devam ettiğim hem de barista olarak çalıştığım bir dönemde atıldı. Her gün çalıştığım kafede, yalnızca birkaç saat içinde 3-4 çöp kovasını dolduracak kadar kahve posasının hiçbir değerlendirme sürecine girmeden doğrudan atıldığını görmek, bende ciddi bir farkındalık yarattı. Aslında herkesin gündelik hayatının vazgeçilmez bir parçası olan kahvenin, tüketim sonrası bu kadar büyük bir atık yükü oluşturması beni bu konu üzerine düşünmeye itti.

O dönemde aynı zamanda Robustdye adlı farklı bir girişim üzerinde çalışıyordum; ancak sürdürülebilir bir yapı kurmakta zorlanıyordum ve yeni arayışlar içindeydim. Tam da bu süreçte, tek kullanımlık plastiklerin çevresel etkilerinin daha fazla konuşulmaya başladığı, regülasyonların gündeme geldiği ve tüketicilerin daha çevreci alternatifler talep ettiği bir döneme denk geldik. Kafeye gelen müşterilerin bambu pipet gibi alternatifler sorması, sahada ki dönüşüm ihtiyacını doğrudan gözlemlememi sağladı.

İlk etapta kahve posalarından pipet üretme fikriyle yola çıktık. Ancak zamanla bu vizyonu genişleterek, kahve posalarını yüksek

katma değerli biyomalzemelere dönüştüren ve farklı sektörler için ham madde sağlayan bir yapıya evrildik.

Wastespresso için sürdürülebilirlik ne anlama geliyor?

Bizim için sürdürülebilirlik, atığı tamamen yeniden tanımlayan ve onu döngüsel ekonominin merkezine yerleştiren bütüncül bir yaklaşım anlamına geliyor. Bugüne kadar 90 ton kahve posasını ekonomiye geri kazandırmamız, 36 ton plastik tüketimini önlememiz ve 150 ton karbon emisyonunu azaltmamız, bu yaklaşımın somut çıktıları. Ancak bizim için asıl önemli olan, bu etkiyi her geçen gün ölçeklenebilir ve ölçülebilir bir sistem hâline getirmek. Türkiye gibi tüketici alışkanlıklarının zor değiştiği bir ülkede bunu yapmak biraz daha zor. Nitekim Wastespresso olarak yalnızca dönüşüm yapmıyor, üniversitelerde ve çeşitli etkinliklerde konuşma fırsatı, etkiyi anlatma ve yayma fırsatı buluyoruz. Aynı zamanda iş ortaklarımıza sağladığımız etkiyi düzenli olarak raporlayarak sürdürülebilirliği şeffaf ve takip edilebilir bir süreç hâline getiriyoruz.

Sürdürülebilirliği, lineer "üret-tüket-at" modelinin karşısında konumlandırıyor; atıkları yeniden üretim sürecine dâhil ederek hem doğal kaynak kullanımını azalt-

mayı hem de karbon ayak izini düşürmeyi hedefliyoruz. Kahve posalarının yüzde 98'inin atık olarak değerlendirildiği bir dünyada, bu malzemenin aslında plastik ve benzeri kaynaklara alternatif olabilecek güçlü bir biyomalzeme olduğunu ortaya koymak bizim temel motivasyonumuz.

Kahve posalarından geliştirdiğiniz biyomalzemeler hangi sektörlerde kullanılıyor?

Wastespresso olarak kendimizi yalnızca bir geri dönüşüm girişimi değil, aynı zamanda teknoloji ve biyoteknoloji odaklı bir malzeme şirketi olarak konumlandırıyoruz. Bu doğrultuda hem atık yönetimi tarafında güçlü bir operasyonel know-how'a hem de biyomalzeme geliştirme konusunda derin bir uzmanlığa sahibiz.

İlk aşamada, kurumların kahve tüketim miktarını analiz ediyor ve bu veriyi kendi sistemlerimize entegre ediyoruz. Ardından lokasyon bazlı bir operasyon planı oluşturuyor; kahve posalarının ne sıklıkla toplanması gerektiği, ne kadar sürede bozulabileceği gibi parametreleri dikkate alarak rota optimizasyonu yapıyoruz. Bu sayede hem verimli hem de sürdürülebilir bir toplama süreci yürütüyoruz.

Düzenli operasyonlarımızla kahve posalarını sahadan topladıktan sonra kurutma ve işleme süreçleri devreye giriyor. Geliştirdiğimiz yazılım altyapısı sayesinde, atığın toplandığı andan nihai ürüne dönüştüğü ana kadar geçen tüm süreç izlenebilir hâle geliyor. Kurutma aşamasından üretimde kullanılan makinelerin enerji tüketimine kadar her adım ölçümleniyor ve iş ortaklarımıza detaylı, doğrulanabilir karbon emisyon raporları sunuluyor.

Operasyon ve raporlama süreçlerinin ardından, kahve posaları tesisimizde çeşitli bileşenlerle bir araya getirilerek biyomalzemelere

dönüştürülüyor. Bu malzemeler; mobilya ve panel üretimi gibi endüstriyel uygulamalardan, upcycle ürünler ve pipet gibi son kullanıcı ürünlerine kadar geniş bir yelpazede farklı sektörlerde değerlendiriliyor.

Türkiye'de, dönüşüm ve geri kazanım odaklı girişimlere ilgi nasıl?

Wastespresso, atığın kaynağından nihai ürüne kadar uzanan tüm süreci teknolojiyle yöneten ve kahve posasını yüksek katma değerli, ölçeklenebilir bir ham maddeye dönüştüren entegre bir sistem sunuyor. Türkiye tarafına baktığımızda ise dönüşüm ve geri kazanım odaklı girişimlere olan ilginin yavaş da olsa arttığını gözlemliyoruz. Ancak hâlâ birçok kurum için atık yönetimi, stratejik bir değer alanından ziyade operasyonel bir gereklilik olarak konumlanıyor. Wastespresso olarak bu algıyı dönüştürerek, atığın aslında ekonomik değeri olan bir kaynağa dönüştürülebileceğini ve şirketler için somut fayda yaratabileceğini göstermeye odaklanıyoruz.

Wastespresso'nun döngüsel ekonomi yaklaşımını nasıl tanımlarsınız?

Sunduğumuz model, kurumların sürdürülebilirliği yalnızca bir iletişim unsuru olarak değil, ölçülebilir ve yönetilebilir bir iş süreci olarak ele almasını sağlıyor. Lojistikten veri takibine, karbon raporlamasından malzeme üretimine kadar tüm süreci uçtan uca yönetmemiz, şirketlerin döngüsel ekonomiyi somut çıktılarla deneyimlemesine imkân tanıyor. Bu iş birliği modeli sayesinde kurumlar, kahve posalarını bir maliyet kalemi olarak görmek yerine, değer üreten bir kaynağa dönüştürebileceklerini fark ediyor. Böylece döngüsel ekonomi, teorik bir kavram olmaktan çıkıp iş yapış biçimlerinin doğal bir parçası hâline geliyor.



HEDEF VE BAŞARILAR

Wastespresso'yu yalnızca ürün markası olarak değil, uçtan uca bir döngüsel ekonomi sistemi olarak konumlandırmayı hedefledik. Bugün geldiğimiz noktada bu hedefin önemli bir kısmını hayata geçirdiğimizi söyleyebiliriz. Türkiye'de 80'in üzerinde noktada kahve posası toplayan, bu veriyi ölçülebilir çevresel etkiye dönüştüren ve elde ettiğimiz ham maddeleri hem endüstriyel uygulamalara hem de nihai ürünlere entegre eden bir yapı kurduk. Aynı zamanda B Corp ve ISCC+ sertifikasyonlarıyla süreçlerimizi uluslararası standartlarda doğrularak izlenebilirlik, sürdürülebilirlik ve şeffaflık konularında güçlü bir konum elde ettik. Bu sayede yalnızca çevresel etki yaratan değil, aynı zamanda ölçeklenebilir ve güvenilir bir çözüm ortağı olduk.

2026 hedeflerimiz ise bu yapıyı global ölçekte büyütmek üzerine kurulu. Özellikle Birleşik Krallık ve Hollanda'da şirketleşme süreçlerimizi tamamlayarak Avrupa pazarına doğrudan giriş yapmayı, yerel iş birlikleri ve dağıtım ağları kurmayı hedefliyoruz. Bununla birlikte, kahve posası toplama ve karbon raporlama hizmetimizi yeni pazarlara taşıyarak etkimizi artırmak, biyomalzeme tarafında daha yüksek hacimli endüstriyel uygulamalara geçmek ve nihai ürün portföyümüzü genişleterek global ölçekte daha görünür bir marka hâline gelmek önceliklerimiz arasında yer alıyor.

Şubat 2026

Tarım Bülteni



SEKTÖREL İHRACAT VERİLERİ (1000\$)

Sektör	Şubat 2025	Şubat 2026	Değişim (%)
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	1.063.436	953.396	-10,3
Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri	605.509	600.112	-0,9
Yaş Meyve ve Sebze	318.988	398.070	24,8
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	275.421	306.584	11,3
Fındık ve Mamulleri	215.799	208.683	-3,3
Meyve Sebze Mamulleri	198.829	195.517	-1,7
Kuru Meyve ve Mamulleri	144.944	134.847	-7,0
Tütün	65.991	80.082	21,4
Zeytin ve Zeytinyağı	41.063	29.722	-27,6
Süs Bitkileri ve Mamulleri	19.389	22.138	14,2

Dünyadan Tarım Haberleri

Trump-Milei İttifakı AB-Mercosur Anlaşması Üzerindeki Baskıyı Artırıyor

ABD Başkanı Donald Trump ile Arjantin Devlet Başkanı Javier Milei arasında imzalanan yeni ikili ticaret anlaşması, Avrupa Birliği'nin (AB) Mercosur ülkeleriyle yürüttüğü serbest ticaret anlaşmasını zora soktu. Yeni mutabakatın, AB-Mercosur metninde yer alan coğrafi işaret korumalarını delebilecek maddeler içerdiği belirtiliyor. Bilhassa ABD üretimi bazı peynirlerin Arjantin pazarında Avrupa'ya has isimlerle satılabilecek olması, Brüksel cephesinde büyük endişe yarattı.

Bu gelişmeler, Avrupa tarım sektöründe derin bir endişeyle karşılandı. Kıtanın en büyük çiftçi lobisi Copa-Cogeca ve Avrupalı parlamenterler, durumu Avrupa tarımının çıkarlarına aykırı bir adım olarak değerlendirerek AB-Mercosur anlaşmasına yönelik itirazlarının dozunu artırdı. Avrupa Komisyonu, ABD-Arjantin mutabakatının bloğun ticari hakları üzerindeki olası etkilerini ivedilikle değerlendirmeye alırken; Brezilya'nın da söz konusu ikili anlaşmanın genel Mercosur kurallarıyla çelişip çelişmediğini incelediği bildirildi.

AB'ye 4°C Uyarısı

AB'nin bilimsel danışma kurulu, kıtanın yüzyıl sonuna kadar sanayi öncesi döneme kıyasla yaklaşık 4°C daha sıcak bir iklimle karşı karşıya kalabileceği varsayımıyla hazırlık yapılması gerektiği uyarısında bulundu. Kurul Başkanı Ottmar Edenhofer, Avrupa'da iklim değişikliğinin artık uzak veya soyut bir risk olmadığını, aşırı sıcaklık artışlarının sel, kuraklık ve sıcak hava dalgaları gibi olayları artırarak toplum, ekonomi ve

ekosistemler üzerinde ciddi baskı oluşturduğunu belirtti. Son yıllarda 10 binlerce kişinin sıcak hava dalgalarında hayatını kaybettiği, iklim afetlerinin yıllık ortalama maliyetinin ise yaklaşık 45 milyar euro'ya ulaştığı ifade ediliyor. Bilimsel kurul, AB'nin sera gazı emisyonlarını azaltmaya yönelik kapsamlı mevzuata sahip olmasına rağmen uyum alanında bağlayıcı hedefler ve bütüncül bir çerçeve bulunmadığını vurguluyor. Mevcut politikaların parçalı ve yetersiz olduğu, üye ülkeler arasında risk değerlendirmelerinin tutarsızlık gösterdiği belirtiliyor. Kurul, AB'nin 2030 ve 2040 gibi ara dönemler için sektörel uyum hedefleri belirlemesini, bütçe ve sigorta mekanizmalarını iklim risklerini dikkate alacak şekilde düzenlemesini ve tüm planlamayı ortak bir referans senaryoya dayandırmasını öneriyor.

Fransa'nın AB Tarımındaki Liderliği Tehlikede

Uzun yıllar AB'nin tarımsal üretim gücü olarak öne çıkan Fransa, 2025 yılında son 25 yılın en düşük tarım-gıda ticaret fazlasını kaydetti. 2024'te 88,3 milyar euro'luk üretim değeriyle AB'de ilk sırada yer alan Fransa, şarap, tahıl ve süt ürünlerindeki güçlü konumuna rağmen dış ticaret performansında belirgin bir gerileme yaşadı. Bu düşüşün yalnızca geçici bir krizden değil, dış şoklar ve yapısal sorunların birleşiminden kaynaklandığı değerlendiriliyor.

Fransa'nın uzun yıllar yüksek katma değerli ürünleri AB dışı pazarlara ihraç ederek oluşturduğu ticaret fazlası, son dönemde kırılan hâle geldi. Özellikle ABD ve Çin'in şarap ve alkollü içkilere yönelik yüksek tarifeleri, ihracatta sert

düşüşlere yol açtı; şarap ihracatı değer bazında yüzde 8, alkollü içkiler ise yüzde 25'e varan oranda geriledi. Zayıf hasat ve Cezayir pazarındaki kayıp da tahıl ihracatını olumsuz etkiledi. Uzmanlar, Fransa'nın AB iç pazarında net ithalatçı konuma gelmesinin riskleri artırdığına dikkat çekiyor.

Bu süreçte bazı AB ülkeleri daha dirençli bir performans sergiledi. İtalya, kalite ve coğrafi işaret temelli marka stratejisiyle 2025'te yaklaşık 73 milyar euro'luk rekor tarım-gıda ihracatına ulaştı. İspanya, meyve, zeytinyağı ve domuz eti gibi ürünlerde maliyet rekabetçiliği sayesinde konumunu güçlendirdi. Polonya ise maliyet verimliliği ve entegre sanayi zinciriyle üretim ve ihracat kapasitesini hızla artırdı.

AB'den Danimarka'ya 1 Milyar Avroluk Tarım Arazisi Dönüşüm Onayı

Avrupa Komisyonu, Danimarka'nın tarım ve orman arazilerinin gönüllü olarak üretimden çekilmesini teşvik eden 1,04 milyar euro'luk devlet destek programını onayladı. Program kapsamında arazi sahiplerine, sera gazı emisyonlarını azaltmak ve su kaynaklarına karışan azot ile fosfor yükünü düşürmek amacıyla tarımsal faaliyetleri sonlandırmaları için ödeme yapılacak.

Destekler doğrudan hibe ya da teknik danışmanlık ve mal-hizmet temini gibi aynı katkılar şeklinde sağlanacak ve uygun maliyetlerin yüzde 100'üne kadarını karşılayabilecek. Uygun giderler arasında üretim dışı yatırımlar, arazinin kalıcı olarak ayrılması nedeniyle gelir kaybı tazminatı ile hukuki ve idari masraflar yer alıyor.



Marka Başvurularında Yeni Dönem

Kendi markasını oluşturmak isteyen girişimcilere ve şirketlere rehberlik edecek nitelikte hazırlanan "Mal ve Hizmet Listesi", marka başvuru sürecinde yaşanabilecek karışıklıkları önlemeyi ve işlemleri hızlandırmayı amaçlıyor.

26 Şubat 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Marka Tescil Başvurularına Ait Mal ve Hizmetlerin Sınıflandırılmasına İlişkin Tebliğ ile 2026 yılı itibarıyla marka tescil başvurularında kullanılacak "Mal ve Hizmet Listesi" güncellendi ve başvurularda dikkat edilecek kurallar netleşti.

Tebliğ, kendi markasını oluşturmak isteyen girişimciler

ve şirketlere rehberlik edecek nitelikte hazırlandı. Uluslararası standartlarla uyumlu olarak tasarlanan düzenleme, marka başvuru sürecinde yaşanabilecek karışıklıkları önlemeyi ve işlemleri hızlandırmayı amaçlıyor.

Düzenlemeye göre, tüm ticari faaliyetler 45 ana başlık altında sınıflandırıldı:

Üretilen mallar: Gıda, tekstil,

teknoloji, makine gibi fiziksel ürünler ilk 34 sınıfta yer alıyor.

Sunulan hizmetler: Eğitim, sağlık, nakliye, yazılım gibi hizmetler ise son 11 sınıfta toplandı.

Yeni nesil ürün veya hizmetler listede yer almıyorsa başvuru bu ürünün işlevi, amacı ve kullanım şekline en yakın sınıfa göre değerlendirilecek. Son karar yetkisi Türk Patent ve Marka Kurumuna ait olacak.

HİZMET İHRACATINA YÖNELİK DESTEKLER DÜZENLENDİ

27 Şubat 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Hizmet İhracatının Tanımlanması, Sınıflandırılması ve Hizmet Sektörlerinin Desteklenmesi Hakkında Karar ile dizi, fuarcılık, kültürel ve kreatif endüstriler, gastronomi, hava yolu yolcu taşımacılığı, yurt dışı lojistik dağıtım gibi sektörler sağlanacak desteklere ilişkin düzenleme yapıldı.

Daha önce beş farklı karar kapsamında 289 madde ve yaklaşık 70 sayfa olarak düzenlenen hizmet ihracatına ilişkin destek mevzuatı, 17 sayfa ve 51 maddeden oluşan tek bir karar altında sadeleştirildi. Karar ile destek oranları, süreleri ve limitleri yeknesaklaştırılmış; hedef sektörlerde ise destek kapsamı genişletildi.

Şirketlerin uluslararası pazarlarda daha güçlü temsil edilebilmesi amacıyla hedef pazar uygulamasına geçildi. Bu kapsamda şirketler, pazar çeşitlendirmelerini daha etkin şekilde gerçekleştirebilecek ve her bir hedef pazar için beş yıl süreyle Ticaret Bakanlığı desteklerinden yararlanabileceklerdir.

Belirlenen sektörlerde yararlanıcıların sunduğu hizmetlerin yurt dışına satış ve dağıtımına yönelik acente ve komisyon giderleri beş yıl süreli, yüzde 50 oranında ve yıllık en fazla 6 milyon TL, bunların yurt dışı pazarlara

yönelik aldığı belge, sertifikasyon ve akreditasyon giderleri ise yüzde 50 oranında ve en fazla 4 milyon TL tutarında desteklenecek.

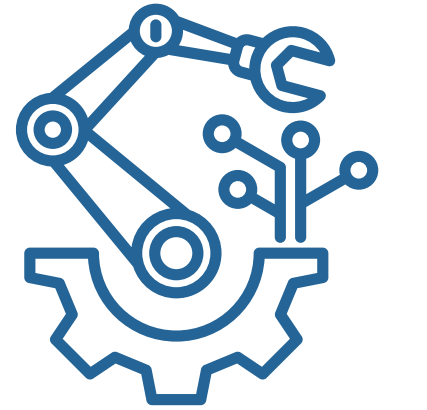
Çevresel, sosyal ve ekonomik boyutları kapsayan Sürdürülebilirlik Proje Desteği hizmet ihracatçıları için uygulamaya alındı. Program kapsamında, yararlanıcıların sürdürülebilirlik hedeflerine uygun organizasyon ve operasyon yapılarının geliştirilmesine, sürdürülebilirlik alanındaki düzenlemelere uyum sağlanmasına ve ekonomik, çevresel, sosyal ve yönetim boyutlarıyla kurumsal sürdürülebilirliğin tesisine yönelik hazırlanan projeler desteklenecek.

Dizi ve kreatif endüstrilerin de yer aldığı hizmet ihracatı sektörlerine Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu'ndan destek sağlanacak. Kararla ayrıca hizmet sektörü kuruluşlarına verilecek organizasyon, etkinlik katılım, barındırma, dijital ürün tanıtım, kreatif sektöre dublaj ve altyazı, iş gücü geliştirme, sigorta, komisyon, üyelik, müşavirlik, ihracat projesi, yazılım lisans alanlarında verilecek destekler ile markalaşma, sürdürülebilirlik, lojistik dağıtım programı kapsamında sağlanacak destekler de belirlendi.

İMALAT SANAYİ İSTİHDAM KORUMA DESTEĞİ PROGRAMININ ESASLARI BELİRLENDİ

3 Mart 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan İstihdamı Koruma Destek Programı Uygulama Yönetmeliği ile imalat sanayisinde faaliyet gösteren işletmelere yönelik çalışan sigortalılar için sağlanacak destek programına ilişkin usul ve esaslar belli oldu.

2025 yılının Kasım ve Aralık aylarında SGK'ya bildirilen ortalama çalışan sayısını, 2026 yılı boyunca koruyan işletmeler destekten yararlanabilecek, istihdam seviyesi SGK kayıtları üzerinden takip edilecek.



Yurt dışı birimi kapsama alınan şirketlerin, satın alınan yurt dışında yerleşik şirket ve markalar ile ilgili yine yurt dışında gerçekleştirilen tanıtım ve pazarlama giderleri için yüzde 50 oranında ve söz konusu yurt dışı biriminin bulunduğu her bir ülke için yıllık 9 milyon 500 bin liraya kadar destek sağlanacak.

Tekstil ürünleri, giyim eşyaları, deri ve ilgili ürünler, mobilya, kot ve benzeri baskı düğmeleri, çıtçıtlar, düğmeler, fermuarlar ve benzeri eşyaların imalatında faaliyet gösteren işletmelerden istihdamını koruyanlara, korudukları döneme karşılık aylık 30 prim gün için 3 bin 500 lira destek sağlanacak.

Yönetmeliğe göre destek programı kredi mekanizması esasına göre yürütülecek. Başvurular Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından yetkilendirilen bankalar aracılığıyla gerçekleştirilecek; kredilerde ilk altı ay anapara ödemesiz dönem uygulanacak ve toplam geri ödeme süresi 36 ay olacak. Bu süreçte oluşacak faiz veya kâr payı giderleri destek kapsamında karşılanacak.

İŞLENMEYEN TARIM ARAZİLERİ İÇİN HİBE DESTEĞİ VERİLECEK

7 Mart 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Tarım Arazilerinin Kullanımının Etkinleştirilmesinin Desteklenmesine İlişkin Karar ile işlenmeyen veya nadasa bırakılan tarım arazilerini üretime kazandıracak projelere yüzde 75'e

Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu ile hizmet sektörü kuruluşlarına verilecek organizasyon, etkinlik katılım, barındırma, dijital ürün tanıtım, kreatif sektöre dublaj ve altyazı, iş gücü geliştirme, sigorta, komisyon, üyelik, müşavirlik, ihracat projesi, yazılım lisans alanlarında destek verilecek.

varan hibe desteği verilecek.

Tarım arazilerinin kullanımının etkinleştirilmesi için işlenmeyen, nadasa ayrılan ve işlemeli tarıma uygun olmayan alanlar öncelikli olmak üzere uygun tarımsal üretim yöntemlerinin kullanılmasına yönelik yatırım projelerinin desteklenmesine ilişkin usul ve esaslar belirlendi.

Karar, Tarım ve Orman Bakanlığına bağlı il tarım ve orman müdürlüklerince hazırlanan ve Bakanlıkça onaylanan bitkisel üretimin geliştirilmesi ve tarımsal hasılanın artırılmasına yönelik yatırım projelerine ilişkin Çiftçi Kayıt Sistemi'ne (ÇKS) kayıtlı arazilerdeki hibe desteklerini içeriyor. Buna göre verilecek hibeler 1 Ocak-31 Aralık 2026 tarihlerini kapsıyor.

İHRACATÇILARA KÜRESEL GÖRÜNÜRLÜK İÇİN YENİ DESTEK: YURT DIŞI MARKA YATIRIMLARINA TEŞVİKLERİN KAPSAMI GENİŞLETİLDİ

7 Mart 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan İhracat Destekleri Hakkında Kararda Değişiklik Yapılmasına Dair Karar ile "şirket ve marka alım desteği" mekanizmasının kapsamı genişletilerek, ihracatçıların küresel pazarlardaki görünürlüğünü doğrudan artıracak yeni destek unsuru devreye alındı.

Kararla "şirket ve marka alım desteği" kapsamında şirketlerce satın alınan yurt dışında yerleşik şirketlerin/markaların destek kapsamına alınan yurt dışı birimlerine ilişkin kira giderleriyle paylaşımlı ofislere ilişkin üyelik giderleri, her birim başına yıllık 7 milyon 500 bin liraya kadar yüzde 50 oranında desteklenecek.

Yurt dışı birimi kapsama alınan şirketlerin, satın alınan yurt dışında yerleşik şirket ve markalar ile ilgili yine yurt dışında gerçekleştirilen tanıtım ve pazarlama giderleri için yüzde 50 oranında ve söz konusu yurt dışı biriminin bulunduğu her bir ülke için yıllık 9 milyon 500 bin liraya kadar destek sağlanacak.

Desteklenen yurt dışı birimi bulunan şirketlerce, kapsama alınan yurt dışı biriminin bulunmadığı ülkelerde, satın alınan yurt dışında yerleşik şirketler/markalar ile ilgili olarak yurt dışında gerçekleştirilen tanıtım ve pazarlama gider-

lerine de, yurt içi marka tescili belgesi için başvurulmuş olması koşuluyla yüzde 50 oranında ve yıllık en fazla 9 milyon 500 bin liraya kadar destek verilecek.

ÜRE CİNSİ EŞYA İÇİN GÜMRÜK VERGİLERİ SIFIRLANDI

7 Mart 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan İthalat Rejimi Kararında Değişiklik Yapılmasına İlişkin Karar ile tarım sektöründe üreticilerin maliyetlerinin artmasını önlemek ve bu suretle gıda ürünlerinde herhangi bir fiyat artışının önüne geçmek amacıyla gübre sektöründe arz güvenliğini teminden üre cinsi eşya için gümrük vergileri sıfırlandı.

LİSANSLI DEPOLARIN KURULUŞ İZİNLERİNE İLİŞKİN USUL VE ESASLAR BELİRLENDİ

11 Mart 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Lisanslı Depo İşletmelerine Kuruluş İzni Verilmesi Hakkında Tebliğ ile tarım ürünleri lisanslı depo işletmelerine kuruluş ve şube açılış izni ile kuruluş kapasitesi artış izni verilmesine yönelik başvuruların yapılması, değerlendirilmesi ve yenilenmesine ilişkin usul ve esaslar düzenlendi.

Buna göre söz konusu başvurular yatırım yapılmak istenen ilçe düzeyinde gerçekleştirilecek. Başvurular, il müdürlüğü evrak sistemine giriş sırasına göre değerlendirilmeye alınacak. Başvuru takip sırası yıllık olarak oluşturulacak, takip edilecek ve güncellenecek.

Ekonomik ihtiyaç ve etkinlik şartları kapsamında yapılan değerlendirmede, yatırım gerçekleştirilmek istenen il ve ilçedeki lisanslı depoculuk sistemi kapsamında depolanabilir nitelikteki ürünlerin üretim miktarı, varsa daha önce verilmiş lisanslı depo



işletmesi kuruluş ve faaliyet izni sayısı ile kapasiteleri, faaliyette bulunan lisanslı depo işletmelerinin doluluk oranları, sanayi ve ticaret yapısı, sınır durumu, il ve ilçedeki ticari hareketliliği etkileyecek nitelikte liman, organize sanayi bölgesi gibi unsurların bulunup bulunmadığı dikkate alınacak.

Ticaret Bakanlığına iletilen kuruluş, şube açılış ve kuruluş kapasitesi artış izinleri talepleri arasından, başvurunun yapıldığı yıla ait talep yenileme dönemine kadar sonuçlandırılmayan veya reddedilen başvurular için her yıl talep yenileme döneminde başvuru yapılacak. Yenileme başvuruları her yıl 1 Ekim-15 Kasım döneminde gerçekleştirilecek. Bakanlık her yıl ocak ayında, kuruluş, şube açılış ve kuruluş kapasitesi artış izinleri verilmeyecek il ve ilçelerin listesini internet sitesinde yayımlayacak.

MADEN SAHALARININ İHALE USULLERİ DÜZENLENDİ

12 Mart 2026 tarihli Resmî Gazete'de yer alan Maden Sahaları İhale Yönetmeliği

ile Maden sahalarının ihale süreçleri, başvuru koşulları ve ruhsatlandırma usullerini yeniden düzenlendi. Yönetmeliğe göre maden sahaları açık ihale usulü ve kapalı teklif yöntemiyle ihale edilecek. Kapalı tekliflerin değerlendirilmesinin ardından belirlenen teklif sahipleri arasında açık artırma yapılabilecek.

Maden ve Petrol İşleri Genel Müdürlüğü (MAPEG) de ruhsatlandırılmamış boş alanları talep olmaksızın değerlendirerek ihalelik saha olarak belirleyebilecek ve bu alanları tek başına ya da mücavirindeki ihalelik alanlarla birlikte tek saha olarak ihaleye çıkarabilecek.

Düzenleme, aynı zamanda bazı maden sahaları için ara veya uç ürün üretimini içeren tesis kurma şartı getirilmesine de imkan sağlıyor. Sahanın cinsi, rezervi, bulunduğu bölge, tenörü, kalitesi, istihdam, yatırım, ülke ihtiyaçları ve benzeri hususlar dikkate alınarak hazırlanacak ihale şartnamesinde ihaleye katılma şartları, taban ihale bedeli, ihale bedelini ödeme şekli ve süresi, üretim süreleri veya tesislerin yatırım süreleri ve diğer hususlar da belirlenebilecek.



TechXtile Challenge ve İnovasyon Ligi'nde Şampiyonlar Belli Oldu



UTİB tarafından düzenlenen ve tekstil dünyasının geleceğini şekillendirmeye odaklanan 7. TechXtile Challenge'da ödüller sahiplerini buldu.

TİM Başkanı Mustafa Gültepe: "Yazılım, mühendislik ve teknolojiyle şekillenen yeni bir tekstil dünyası oluşuyor. Biz bu dönüşümü, tecrübe ile gençliği aynı masada buluşturarak gerçekleştireceğiz. TechXtile Challenge tam da bunu yapıyor."



U ludağ Tekstil İhracatçıları Birliği (UTİB) tarafından, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) koordinatörlüğü ve Ticaret Bakanlığı desteğiyle tekstil sektöründe inovasyon ve girişimcilik kültürünü güçlendirmek amacıyla düzenlenen 7. TechXtile Challenge, TİM Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleştirilen görkemli bir finale sona erdi. "Verimlilik" temalı etkinlikte, hem genç girişimciler hem de sektörün devleri inovasyon sahasında buluştu.

"TEKNOLOJİYLE DOKUNAN YENİ BİR TEKSTİL DÜNYASI VAR"

Törenin açılışında konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, TİM olarak her platformda ihracatçının sesi olmaya, sorunları gündeme taşımaya ve çözüm üretmeye devam ettiklerini belirtti. Mevcut dönemde en büyük meydan

okumanın rekabetçilik olduğunu vurgulayan Gültepe, rekabet gücünün yeniden kazanılmasının zorunlu hâle geldiğini ifade etti.

Bu dönüşümün yalnızca maliyet unsurlarıyla değil; teknoloji, inovasyon ve akıl odaklı bir yaklaşımla gerçekleştirilmesi gerektiğine dikkat çeken Gültepe, artık rekabet alanının sadece üretim bantlarıyla sınırlı olmadığını söyledi. Yazılım, mühendislik ve teknolojiyle şekillenen yeni bir tekstil dünyasının oluştuğunu belirten ve geleneksel tekstil gücünün, teknik tekstillerle buluşturulmasının artık bir tercih değil, zorunluluk olduğunu ifade eden Gültepe, "Biz bu dönüşümü, tecrübe ile gençliği aynı masada buluşturarak gerçekleştireceğiz. TechXtile Challenge tam da bunu yapıyor. Sanayicimizin birikimiyle, gençlerimizin hayal gücünü bir araya getiriyor. Bu

UTİB Başkanı Pınar Taşdelen Engin: "TechXtile Challenge, girişimcilerimiz için yalnızca bugünün değil, yarının da platformudur. Bu platform benim için bir yarışmadan çok daha fazlası; bir zihniyet inşasıydı."

platform sadece bir yarışma değil, sektörümüzün geleceğine bugünden kurulan güçlü bir köprüdür." dedi.

"ATTIĞIMIZ TOHURLAR KOCA BİR ORMANA DÖNÜŞTÜ"

UTİB Başkanı Pınar Taşdelen Engin ise, TechXtile Challenge'ın başlangıçtan bugüne kadar geldiği nokta hakkında bilgi vererek şunları söyledi: "Bir girişim fikrine sahip olmak değerli; Ona inanmak daha da değerli. Ama o fikri geliştirip bir vizyona dönüştürmek, emekle beslemek ve böylesine güçlü bir platformda paylaşmak da çok büyük cesaret ister. Bu nedenle finale kalan tüm girişimcilerimizi içtenlikle kutluyorum. Biz bu yapıya hiçbir zaman bir yarışma olarak bakmadık. Bizim için burası; yeni fikirlerin sektörle buluştuğu, genç girişimcilerin deneyimle güçlendiği, iş birliği

imkânlarının doğduğu ve geleceğe dair somut adımların atıldığı çok kıymetli bir gelişim alanı. TechXtile Challenge, girişimcilerimiz için yalnızca bugünün değil, yarının da platformudur. Bugün bu sahnede sadece projeleri değil, tekstil sektörünün dönüşüm iradesini alkışlıyoruz. Bu platform benim için bir yarışmadan çok daha fazlası; bir zihniyet inşasıydı. Attığımız tohumların koca bir ormana dönüştüğünü görmek benim için en büyük gurur."

LEVEL UP'TA ŞAMPİYON "FABRIC GUARD" PROJESİ OLDU

Girişimcilik ekosisteminin nabzını tutan TechXtile Challenge'da iki ana kategoride ödüller dağıtıldı. Fikir aşamasını geçmiş, prototip seviyesindeki girişimcilerin yarıştığı "Level Up" kategorisi ile ölçülenebilir ve ticarileşme potansiyeli yüksek



projelerin yarıştığı "Scale Up" kategorilerinde ilk üçe giren ekipler büyük ödülün sahibi oldu.

Level-Up kategorisinde birincilik ödülünü "Fabric Guard" projesiyle ekip üyesi Abdurrahman Yüksel kazandı. Bu kategoride "CarByCelium" projesiyle Yağmur Bodur ikinci olurken, "Terapötik Balmumu Sargısı" projesiyle Eren Cihan Karsu Asal üçüncülük ödülünü kazandı. Scale-Up kategorisinde ise "Refabric AI" isimli projesiyle Begüm Doğru Öztekin birincilik kürsüsüne çıktı. Özdemir Erdal, 'Guartec' isimli projesiyle ikinci olurken, üçüncülük ödülünün sahibi ise "CombinUp" projesiyle Nazlı Demirci Erel oldu.

İNOVASYON LİGİ'NDE DEVLERİN YARIŞTI

Etkinlik kapsamında ayrıca "TechXtile İnovasyon Ligi" sonuçları da açıklandı. Sektördeki AR-GE merkezlerinin ve firmaların performanslarının değerlendirildiği yarışmada, geliştirdikleri sürdürülebilir ve teknolojik projelerle fark yaratan firmalar ödüllendirildi. Sektörün inovasyon karnesi niteliğindeki bu ödüller, tekstilin geleceğinin 'akıllı üretim' odaklı olacağını bir kez daha tescilledi. İnovasyon Ligi'nde ilk 10 sırayı Almaxtex, Barutçu Tekstil, Bossa, Emirali Tekstil, İskur Tekstil, Kipaş Mensucat, Nurel Tekstil, Polyteks, Sun Tekstil, Toroman Tekstil firmaları alırken, ödüllü projeler arasında "En Sürdürülebilir Proje" ödülünü Kadife Kumaşta Görsel Dönüşüm ve Sürdürülebilir Üretim projesi ile Bossa kazandı. "En İnovatif" proje kapsamında İnovasyon Ligi'nin şampiyonu ise "UPCLO: Tekstil Atıklarının Döngüsel Ekonomi Yaklaşımıyla Katma Değerli Yeni Nesil Hammaddelere Dönüştürülmesi" projesiyle Emirali Tekstil oldu.

Avrupa'nın En Büyük Tekstil Fuarı Dokuzuncu Kez Kapılarını Açtı

125 ülkeden 25 binin üzerinde ziyaretçiyi ağırlayan Texhibition fuarı, Türkiye'nin üretim gücü, kalite vizyonu ve tasarım kapasitesini küresel alıcılara buluşturdu.



İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) tarafından, İTKİB Fuarçılık AŞ organizasyonu ile düzenlenen Avrupa'nın en büyük tekstil fuarı Texhibition İstanbul İplik, Kumaş ve Tekstil Aksesuarları Fuarı, dokuzuncu kez kapılarını açtı. İstanbul Fuar Merkezinde 43 bin metrekarelik alanda gerçekleştirilen fuar, 125 ülkeden 25 binin üzerinde ziyaretçiyi ağırladı.

“TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN DÜNYA LİGİNDEKİ KONUMUNU ÜST SİRALARA TAŞIYACAĞIZ”

Fuarın açılışında konuşan Ticaret Bakanı Prof. Dr. Ömer Bolat, Texhibition'un yalnızca bir fuar organizasyonu değil, Türk tekstil sektörünün üretim gücünü ve marka vizyonunu küresel ölçekte görünür kılan stratejik bir platform olduğunu belirtti. Bolat, “Texhibition, sektörümüzün sürdürülebilirlik yaklaşımını, tasarım kabiliyetini ve yüksek katma değerli üretim kapasitesini doğrudan küresel alıcılara buluşturan güçlü bir ticaret köprüsüdür. Bakanlık olarak fuar katılım desteklerimizin yanı sıra alım heyeti programlarımızla da bu

organizasyonu somut ticari sonuçlar üreten bir zemine dönüştürüyoruz.” dedi.

Bakanlık olarak ihracatçıların her aşamada yanında olduklarını vurgulayan Bolat, “2025 yılında yaklaşık 33 milyar TL'lik desteği ihracatçılarımıza sunduk, 2026'da bu rakamı 45 milyar TL'ye çıkaracağız. Türk Eximbank'ın 59 milyar dolarlık destek hedefi, Türk Ticaret Bankası'nın 100 milyar TL finansman planı ve İGE AŞ'nin kefalet mekanizmalarıyla güçlü bir finansman altyapısı oluşturuyoruz.” ifadelerini kullandı.

“KATMA DEĞERLİ ÜRETİMİ ARTIRMAK ZORUNDAYIZ”

TİM Başkanı Mustafa Gültepe de Texhibition'ın tekstil sektöründeki önemine dikkat çekerek, organizasyonun sektörün küresel marka değerini yükselten en önemli vitrinlerden birisi olduğunu söyledi. Türkiye'nin tekstil sektöründeki avantajlarına karşın son üç yılda rekabet koşullarının zorlaştığına dikkat çeken Gültepe, “Düşük kur-yüksek faiz dengesi, artan maliyetler ve küresel belirsizlikler ihracatımız üzerinde baskı oluşturuyor. Ancak

rekabeti yalnızca fiyat üzerinden yapamayız. Yüksek teknoloji, AR-GE, inovasyon, tasarım ve markalaşmayı merkeze alarak katma değerli üretimi artırmak zorundayız. Avrupa'ya yakınlığımız, entegre üretim yapımız ve hızlı teslim kapasitemiz en büyük avantajlarımız. Bu avantajları yatırımımızla güçlendirerek yeniden yükselişe geçeceğimize inanıyorum.” diye konuştu.

“TEXHIBITION BÖLGEMİZİN EN GÜÇLÜ TEKSTİL VİTRİNİ”

Açılışta konuşan İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz, Texhibition'un kısa sürede Avrupa'nın en büyük tekstil fuarı konumuna ulaştığını belirterek, “Texhibition İstanbul'u 2022 yılında planlarken hedefimiz yalnızca ihracatımızı artırmak değildi. Aynı zamanda küresel trendlerin belirlendiği, Türk tekstilinin kalite algısının güçlendirildiği uluslararası bir marka yaratmaktı. Bugün geldiğimiz noktada Texhibition yalnızca bir fuar değil; bölgemizin tekstil alanındaki en gözde vitrini ve referans noktasıdır.” dedi.

İTHİB Başarılı İhracatçılarını Ödüllendirdi

Küresel daralma ve maliyet artışlarına rağmen 2025 yılında 11,4 milyar dolarlık ihracata imza atan İTHİB, tekstil sektörünün devlerini 574 ödülle taçlandırdı.



İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) tarafından İstanbul Dış Ticaret Kompleksi Konferans Salonu'nda düzenlenen ödül töreninde, 2025 yılı tekstil sektörünün başarılı ihracatçıları ödüllendirildi.

İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz'ün ev sahipliğinde gerçekleştirilen törene; TİM Başkanı Mustafa Gültepe, İstanbul Valisi Davut Gül, İSO Yönetim Kurulu Başkanı Erdal Bahçıvan, Türk Ticaret Bankası Genel Müdürü İlker Yeşil, ihracatçı birlik başkanları ve çok sayıda davetli katıldı. Ödül töreninde beş yıldız, 26 platin, 28 altın, 66 gümüş, 258 bronz ve 191 başarı olmak üzere toplam 574 ödül sahiplerini buldu.

“TEKSTİL VE HAZIR GİYİM EKONOMİNİN TEMEL TAŞI”

Ödül töreninde konuşan TİM Başkanı Mustafa Gültepe, tekstil ve hazır giyim sektörlerinin yalnızca ihracat rakamlarıyla değil; üretim gücü, istihdam kapasitesi ve küresel rekabetteki direnciyle Türkiye ekonomisinin temel taşlarından biri olmayı sürdürdüğünü belirtti.

Gültepe, “Son yıllarda yaşanan maliyet baskısı, talep daralması ve finansmana erişim zorluklarına rağmen ihracatçılarımız üretim zincirini ayakta tutmayı başardı. Bu dönemde elde edilen her başarı, sektörümüzün dayanıklılığının ve kararlılığının en somut göstergesidir.” dedi.

Bugün küresel rekabetin her zamankinden daha sert olduğu bir süreçten geçtiklerini ifade eden Gültepe, “Ancak Türkiye'nin güçlü üretim altyapısı, hızlı teslim kabiliyeti ve güvenilir tedarikçi kimliği önemli bir avantaj sunuyor. Tüm bu zorluklara rağmen, sektörlerimizin sahip olduğu birikim ve ihracat iradesiyle bu süreci aşacağına inanıyoruz. Tekstil ve hazır giyim, dönüşüm kabiliyeti yüksek yapısıyla önümüzdeki dönemde de Türkiye'ye değer katmaya devam edecektir.” diye konuştu.

“TÜRKİYE'NİN SEKTÖRÜMÜZDEN VAZGEÇME LÜKSÜ YOK”

İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz de 2022 yılının son çeyreğinde başlayan ve etkisini hâlâ sürdüren

küresel talep daralmasının sektörü derinden etkilemeye devam ettiğini ifade etti. Öksüz, “2025 yılı; artan üretim maliyetleri, küresel durgunluk, daralan talep ve jeopolitik riskler nedeniyle oldukça zorlu bir yıl oldu. Tüm bu olumsuzluklara rağmen tekstil sektörü ihracatımız, 2025 yılında 11,4 milyar dolar seviyesinde gerçekleşti.” ifadelerini kullandı.

ABD'nin ilave gümrük vergilerini devreye almasının ve en büyük ihracat pazarı olan Avrupa Birliği'nin yeni ticaret anlaşmalarının Türkiye gibi üretici ülkeleri Asya için hedef pazar hâline getirdiğini kaydeden Ahmet Öksüz, “Bu nedenle dâhilde işleme rejiminde yaşanan suistimallerin engellenmesi için şahit numune alınması, hâlihazırda bakanlığımızın titizlikle üzerinde çalıştığı menşe sapmasıyla daha etkin mücadele edilmesi gibi yerli üretimi etkileyen konularda adımlar atılması büyük önem taşıyor. Unutulmamalıdır ki milyarlarca dolarlık yatırımın oluşmuş ve ülkemizin sanayi hafızası konumundaki sektörümüzden Türkiye'nin vazgeçme lüksü yoktur.” şeklinde konuştu.

Turkish Towels'ın Parkeden Dünya Pazarlarına Yolculuğu

Türk tekstilinin küresel yüzü Turkish Towels, Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB) ve Türkiye Basketbol Federasyonu arasında kurulan stratejik iş birliğiyle parkelerden tribünlere uzanan dev bir marka hamlesine dönüştü. Bu vizyonun ilk adımı, 2 Mart 2026'da Türkiye A Millî Erkek Basketbol Takımının Sırbistan ile oynadığı FIBA 2027 Dünya Kupası Elemeleri maçında atıldı. Tribünleri dolduran taraftarlar, Turkish Towels logolu havlularla millî heyecana ortak oldu. İş birliği kapsamında bu rüzgâr, Türkiye A Millî Kadın Basketbol Takımının Arjantin, Avustralya ve Macaristan karşılaşmalarında da esmeye devam edecek.

Bu hamlenin sadece bir sponsorluk değil, Türk ihracatının marka odaklı dönüşüm vizyonu olduğunu

Denizli'nin üretim disiplini ve sürdürülebilirlik anlayışı, millî takımların uluslararası görünürlüğüyle birleşerek katma değerli ihracat hedeflerine ivme kazandırıyor.

vurgulan DENİB Başkanı Hüseyin Memişoğlu'na göre, Denizli'nin üretim disiplini ve sürdürülebilirlik anlayışı, millî takımların uluslararası görünürlüğüyle birleşerek katma değerli ihracat hedeflerine ivme kazandırıyor.

Turkish Towels, bu iş birliğiyle dünya pazarlarında bir ev tekstili ürünü olmaktan ziyade inovasyon, tasarım yetkinliği ve izlenebilir üretim modelinin temsilcisi olarak konumlanıyor. Sporun birleştirici gücünü stratejik bir iletişim kanalı olarak kullanan marka, Türkiye'nin üretim kabiliyetini küresel ölçekte tescillemeyi sürdürüyor.



Japonya'ya 1 Milyar Dolarlık Gıda Çıkarması

Dünya'nın gıda ambarı Anadolu coğrafyasında yetişen lezzetleri dünyanın dört bir tarafına ulaştıran Türk gıda sektörü, Uzak Doğu'nun en büyük gıda fuarı olan FODEX JAPAN 2026-51. Uluslararası Gıda ve İçecek Fuarı'nda uluslararası pazardaki gücünü bir kez daha gözler önüne serdi. EİB Sürdürülebilirlik Koordinatörü Mehmet Ali Işık, 2025 yılında iklim krizine rağmen Japonya'ya yapılan 337 milyon dolarlık gıda ihracatını, orta vadede 1 milyar doların üzerine çıkarmayı amaçladıklarını belirtti.

Japonya'nın yıllık 70 milyar doların üzerinde gıda ürünleri ithal eden büyük bir ülke olduğuna dikkati çeken Işık, "Türkiye'nin Japonya'ya gıda ihracatının yüzde 30'unu Ege Bölgesi'nden yapıyoruz. Fuar kapsamında gerçekleştirdiğimiz tanıtım ve pazarlama

faaliyetleri büyük ilgi gördü. Firmalarımız 400 adet ikili iş görüşmesi (B2B) gerçekleştirdi. Japon alıcılarla önceden eşleştirme çalışmaları yapıldı. Türkiye standı, dikkat çekici tasarımı ve konumuyla yoğun ziyaretçi çekti. Türkiye'nin görünürlüğünü artırmak amacıyla fuar alanında reklamlar, dijital tanıtımlar ve influencer iş birlikleri de gerçekleştirildi. İki ülke arasındaki ticaretin geliştirilmesi ve devam eden Serbest Ticaret Anlaşması sürecinin hızlandırılması, Türk ürünlerinin rekabet gücünü artıracak kritik unsurlar arasında yer alıyor." şeklinde konuştu.

Fuarın en dikkat çekici noktalarından biri olan Türkiye standında, Michelin yıldızlı Şef Osman Serdaroğlu'nun hazırladığı tadım etkinlikleri yoğun ilgi gördü. Türk somonu ve orkinosuyla yapılan şüşler, zeytinyağı seminerleri ve

2025 yılında iklim krizine rağmen Japonya'ya yapılan 337 milyon dolarlık gıda ihracatının, orta vadede 1 milyar doların üzerine çıkarılması hedefleniyor.



Türk kahvesi tadımları Japon damak tadına uygun şekilde sunuldu. Özellikle su ürünleri, zeytinyağı, kuru meyve ve makarna gibi kelimelerde Türkiye'nin rekabet gücü bir kez daha kanıtlandı.

Tisaş, Malezya'daki DSA 2026 Fuarına Geniş Ürün Yelpazesıyla Katılıyor

Trabzon Silah Sanayi AŞ (TİSAŞ), küresel pazardaki varlığını güçlendirme hedefi doğrultusunda uluslararası savunma fuarlarına katılımını sürdürüyor. Bu yıl ABD ve Almanya'da düzenlenen fuarların ardından TİSAŞ, 20-23 Nisan 2026 tarihleri arasında Malezya'nın Kuala Lumpur kentinde gerçekleştirilecek Defence Services Asia (DSA) 2026 fuarında yer alacak.

ASYA'NIN EN BÜYÜK SAVUNMA FUARI

Asya'nın en büyük savunma ve iç güvenlik etkinliklerinden biri olarak öne çıkan DSA fuarı, Malezya Savunma Bakanlığının ev sahipliğinde düzenleniyor. Küresel ölçekte üretici firmalar ile üst düzey askeri ve güvenlik karar vericilerini bir araya getiren organizasyon, ileri teknoloji sistemler, platformlar ve elektronik harp çözümlerinin sergilendiği önemli bir buluşma noktası niteliği taşıyor.

İlk kez 1988 yılında düzenlenen etkinlik, savunma sanayi alanında faaliyet gösteren firmalara uluslararası iş birlikleri geliştirme ve yeni pazarlara erişim imkânı sunuyor. 19'uncu kez gerçekleştirilecek olan DSA 2026, Kuala Lumpur'daki Malaysia International Trade and Exhibition Centre'da düzenlenecek.

SİVİL VE ASKERİ PAZARA YÖNELİK ÜRÜNLER SAHADA

TİSAŞ, fuar kapsamında 30'a yakın tabanca modelini uluslararası ziyaretçilerin beğenisine sunacak. TİSAŞ'ın Malezya kolluk güçlerinin kullanımına yönelik üretimini gerçekleştirdiği PX-9 Gen3. Zorlu görev testlerini başarıyla yerine getiren ve sahada kendini kanıtlamış olan bu modelin teslimatının yıl içerisinde



tamamlanması planlanıyor. Ayrıca yılın başında lansman programı yürüttüğü "PX-9 Comp." tabanca ailesi de TİSAŞ'ın bu fuarda sergilenecek diğer bir tabanca modeli.

Bunun yanı sıra TİSAŞ, dört farklı ZPT model piyade tüfeğini de sergileyecek. ZPT platformu; modern muharebe ihtiyaçlarına yönelik olarak geliştirilen, modüler yapısı ve NATO standartlarına uyumlu donanımıyla öne çıkıyor.

KÜRESEL BÜYÜME VE İHRACAT VURGUSU

TİSAŞ Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Murat Alemdaroğlu, uluslararası fuar katılımının şirketin ihracat ve küresel büyüme stratejisindeki rolüne dikkat çekti. Alemdaroğlu, TİSAŞ ürünlerinin katılım sağlanan fuarlarda yoğun ilgi gördüğünü belirterek, "ABD, Avrupa ve Asya pazarlarında markamıza yönelik güçlü bir talep oluştuğunu gözlemliyoruz. Bu ilgi doğrultusunda mevcut ihracat ağıımızı daha da genişletmeyi ve küresel pazardaki etkinliğimizi artırmayı hedefliyoruz." ifadelerini kullandı.

TİSAŞ FUARDA ZİYARETÇİLERİNİ AĞIRLAMAYA HAZIRLANIYOR

TİSAŞ, DSA 2026 fuarında 5 Hall-5100 numaralı alanda ziyaretçilerini ağırlayacak. TİSAŞ'ın fuar boyunca uluslararası sektör temsilcileriyle temas kurarak yeni iş birlikleri geliştirmesi ve mevcut ihracat ağını genişletmesi hedefleniyor.

DSA 2026'nun, savunma sanayi alanında faaliyet gösteren firmalar için Asya pazarına açılan önemli bir kapı olmayı sürdürmesi bekleniyor.



Murat Alemdaroğlu
Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı

Metal Endeks Yılın Kalanı için Umut Verdi

İstanbul Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği (İDDMİB) tarafından açıklanan Şubat 2026 "TR-META-LENDEKS" verileri, metal sanayinin yıla yaptığı sert düşüşün ardından yeniden toparlanma sürecine girdiğini gösterdi.

Metal sanayisinde miktar bazındaki canlanma, ihracat gelirlerini de yukarı çekti. Ocak ayında 1 milyar 91 milyon dolar olan ihracat değeri, yüzde 2,5'lik artışla şubat sonunda 1 milyar 118 milyon dolara ulaştı.

Ocak ayında son 22 ayın en dip seviyesini gören ihracat miktar endeksi, şubat ayında yüzde 3,5 artışla 115,72 puana yükseldi. Bu artış reel rakamlara da yansıyor. Sektörün toplam ihracatını 212 bin 394 tona taşıdı.

Miktar bazındaki bu canlanma, ihracat gelirlerini de yukarı çekti. Ocak ayında 1 milyar 91 milyon dolar olan ihracat değeri, yüzde 2,5'lik artışla şubat sonunda 1 milyar 118 milyon dolara ulaştı. Bir önceki ay 5,32 dolar ile tarihi rekorunu kıran ortalama birim fiyatlar ise şubat ayında küçük bir düzeltme yaşayarak 5,26 dolar seviyesine geriledi.

Alt sektörlerde alüminyum, hırdavat, mutfak eşyaları, armatür ve döküm grupları hem miktar hem de değer bazında yükseliş trendine katılarak moralleri düzeltti. Bu tabloda negatif ayrılan tek sektör ise miktar bazında daralma yaşayan bakır oldu. Ancak bakırda miktar düşse de birim fiyatların 13,22 dolara çıkması dikkat çekti.



Fındık İhracatı Gerileme Seyrinde

Türkiye'nin fındık ihracatı, 2026 yılının ocak ve şubat aylarını kapsayan ilk iki aylık dönemde gerileme yaşadı. Yılın ilk iki ayında Türkiye genelinden toplam 30 bin ton fındık ihraç edilerek ülke ekonomisine 389 milyon 81 bin dolarlık döviz girdisi sağlandı. Bu veriler, bir önceki yılın aynı dönemiyle karşılaştırıldığında ihracat miktarında yüzde 44, değer bazında ise yüzde 8 oranında bir düşüşe işaret ediyor.

Eylül 2025'te başlayan fındık ihracat sezonunun ilk altı aylık bilançosuna göre toplam 93 bin 62 ton ürün karşılığında 1 milyar 177 milyon 963 bin dolarlık döviz girdisi elde edildi.

Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği (DKİB) Fındık ve Fındık Mamulleri Sektör Komitesi Başkan Yardımcısı Sebahattin Arslantürk, söz konusu dönemde 87 farklı ülkeye dış satım yapıldığını vurgulayarak, en çok fındık ihraç edilen ilk beş ülkenin sırasıyla Almanya, İtalya, Fransa, İsviçre ve Polonya olduğunu ifade etti.

Eylül ayında başlayan fındık ihracat sezonunun ilk altı aylık bilançosuna göre toplam 93 bin 62 ton ürün karşılığında 1 milyar 177 milyon 963 bin dolarlık döviz girdisi elde edildi. Rakamlar, önceki sezonun aynı dönemiyle kıyaslandığında miktar bazında yüzde 50, değer bazında ise yüzde 22'lik bir düşüşü yansıtıyor. Fındık ihracatında Türkiye üçüncüsü olan Trabzon, ocak ve şubat aylarındaki toplam ihracatın yüzde 16'sını gerçekleştirdi. Trabzon'dan yılın ilk iki ayında yapılan 4 bin 178 tonluk ihracatla 60 milyon 677 bin dolar gelir sağlanırken; il bazında miktar olarak yüzde 73, değer olarak yüzde 57'lik bir düşüş kaydedildi. Sezonun ilk altı ayında ise Trabzon'dan yapılan 12 bin 356 tonluk fındık ihracatıyla 159 milyon 653 bin dolar gelir elde edildiği ve önceki sezona kıyasla miktarda yüzde 76, değerde yüzde 66 gerileme yaşandığı belirtildi.



TİM TÜRKİYE
İHRACATÇILAR
MECLİSİ

İNOVA
LİG / İnovasyon
Liderleri

İNOVALIĞ
2026
BAŞVURULARI
BAŞLADI

Son Başvuru Tarihi
30 Nisan 2026

www.inovalig.com



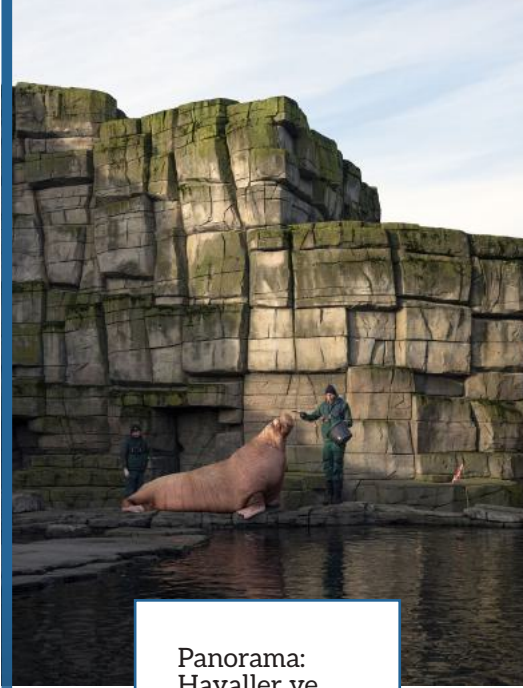
Het Van Osch Müzesi'nin Endüstri Mirası Sergi

Mekân:
Rahmi Koç Müzesi

Saat:
Salı-Cuma: 09:30-17:00,
Cumartesi-Pazar:
10:00-18:00

Mühendislik Tarihine Yolculuk

Rahmi M. Koç Müzesi, endüstri tarihinin nadir örneklerini barındıran Hollanda menşeli Het Van Osch Museum buhar ve gaz motorları koleksiyonunu İstanbul'a getirdi. Tersane Binasında ziyarete açılan ve 1840'lardan 1970'lere uzanan bu eşsiz seçkide; üç genleşmeli gemi makineleri, ilk ticari içten yanmalı motor olan Lenoir ve tarihi jeneratör motorları gibi dikkat çekici parçalar yer alıyor. Buhar gücünden içten yanmalı sistemlere geçişi anlatan bu özel koleksiyon, mühendislik evrimini somut örneklerle gözler önüne seriyor. Sanayi tarihine ilgi duyan herkes, bu benzersiz sergiyi müzede keyifle keşfedebilir.



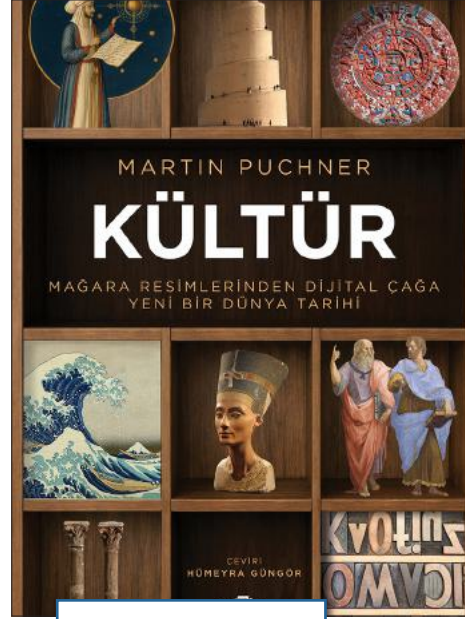
Panorama: Hayaller ve Yerler Sergi

Mekân:
İstanbul Modern

Saat:
10:00-18:00

Fotoğraf ve Gerçeklik Arasında

İstanbul Modern, güncel fotoğraf ve mercek temelli sanata odaklanan "Panorama: Hayaller ve Yerler" sergisini sanatseverlerle buluşturuyor. Sergi, farklı kuşaklardan 18 sanatçının 2010'lardan bu yana ürettiği eserlerden oluşuyor. Sanatçılar; yerleştirmelerden yapay zekâyâ, hareketli görüntülerden arşivsel malzemelere uzanan geniş bir yelpazede yeni duygusal ve mekânsal imgeler inşa ediyor. Dünyadaki çalkantılara kurgusal portreler ve düşsel manzaralarla yanıt veren bu özel seçki, fotoğrafın sadece gerçeği yansıtmadığını, aynı zamanda nefes alılabilecek alternatif görsel coğrafyalar yarattığını bizlere bir kez daha özenle hatırlatıyor.



Mağara Resimlerinden Dijital Çağa Yeni Bir Dünya Tarihi: Kültür

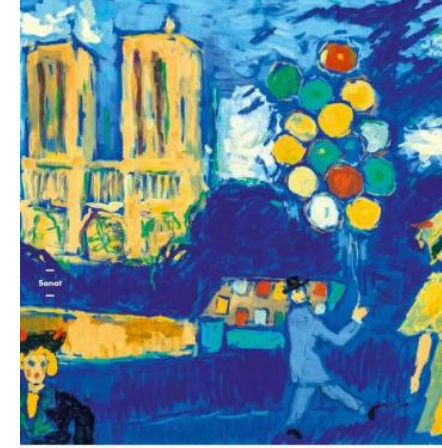
Sayfa Sayısı:
376

İlk Baskı Yılı:
2026

Yayınevi:
Kronik Kitap

İnsanlığın Ortak Hikâyesi

Harvard Üniversitesi Karşılaştırmalı Edebiyat Kürsüsü Başkanı Martin Puchner, kitapta okurları insanlık tarihinin anıtsal dönüm noktalarında büyüleyici bir yolculuğa çıkarıyor. Kraliçe Nefertiti'nin kayıp şehrinde Antik Yunan amfilerine, Bağdat kütüphanelerinden günümüzün dijital arşivlerine uzanan bu etkileyici eser; sanat, inanç ve fikirlerin kıtalar arası etkileşimini inceliyor. Kültürel melezleşmenin ve tarihsel ödünç almanın insan inovasyonunun gerçek yakıtı olduğunu savunan yazar, sanatın bizi biz yapan en temel unsur olduğunu vurguluyor. Eser, geleceğin kültürünü şekillendirmek isteyenler için ilham verici bir rehber niteliğinde.



NEDİM GÜRSEL PARİS'İN TÜRK RESSAMLARI

FIKRET MUALLÂ - ABİDİN DİNO - ÖMER KALEŞİ
MEHMET GÜLERYÜZ - UTKU VARLIK - ONAY AKBAŞ

Paris'in Türk Ressamları

Sayfa Sayısı:
144

İlk Baskı Yılı:
2026

Yayınevi:
Doğan Kitap

Tuvaldeki Kimlik Arayışı

Nedim Gürsel'in kaleme aldığı "Paris'in Türk Ressamları", Türk resim sanatının Fransa başkentiyle kurduğu derin ilişkiyi inceliyor. Yazar, Paris'i idealize edilen bir sanat merkezinden ziyade, sanatçıyı acımasızca sınavan büyük bir kent olarak ele alıyor. Gönüllü veya zorunlu sürgünlük, geçim sıkıntısı ve kimlik arayışı gibi temalar, ressamların üretimlerini doğrudan şekillendiren unsurlar olarak öne çıkıyor. Kendi anılarını da süreçte katarak atölye pratiklerine ve estetik tercihlerine odaklanan Gürsel, okura samimi bir anlatı sunuyor. Eser, modern Türkiye kültürünü anlamak isteyenler için eşsiz bir kaynak.



Murat Karahan "Sezen Aksu Şarkıları" Avrasya Filarmoni Orkestrası Eşliğinde

16 MAYIS 2026

Murat Karahan - Sezen Aksu Şarkıları

Mekân:
Harbiye Cemil Topuzlu Açıkhava Tiyatrosu

Harbiye'de Sezen Aksu Gecesi

Dünyaca ünlü tenor Murat Karahan, Sezen Aksu'nun nesiller boyu dillerden düşmeyen unutulmaz eserlerini bambaşka bir yorumla sahneye taşıyor. Klasik müzik ve popüler ezgilerin kusursuz uyumuna şahitlik edilecek bu görkemli gecede Karahan'a, Avrasya Filarmoni Orkestrası sanatçıya eşlik ediyor. Duygu yüklü melodilerin devleşeceği bu müzikal şölen, 16 Mayıs'ta Harbiye Cemil Topuzlu Açıkhava Tiyatrosu'nda müzikseverlerle buluşacak.



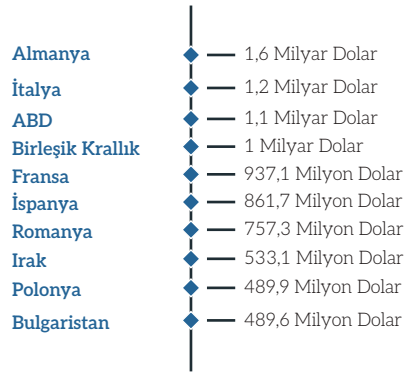
Grease Müzikal

Mekân:
Zorlu PSM

Grease Müzikali İstanbul'da

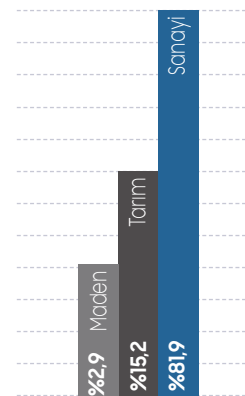
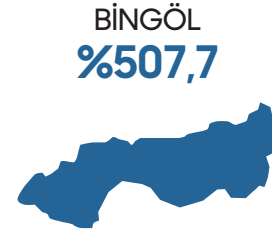
Tüm zamanların en ikonik yapımlarından biri olan Grease müzikali, göz kamaştırıcı yeni prodüksiyonuyla İstanbul'u ele geçirmeye geliyor. Sandy ve Danny'nin unutulmaz aşk hikâyesi; yüksek enerjili muhteşem danslar ve "Summer Nights" gibi zamansız hit şarkılar eşliğinde yeniden hayat buluyor. Rock'n roll ruhunu derinden hissettirecek bu görkemli şov, 14-19 Nisan tarihleri arasında Zorlu PSM Türkcell Sahnesi'nde izleyicilerle buluşacak.

İhracat Rakamları (ÖTS)

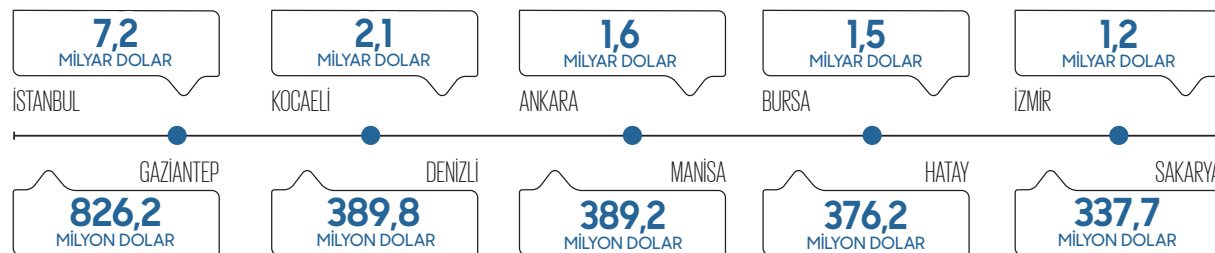
2026 Yılı Mart Ayı İhracatı
21,9 Milyar Dolar Oldu.Mart Ayı İhracatı Geçen Yıla
Göre Yüzde 6,4 Azaldı.Son 12 Aylık İhracat
271,2 Milyar Dolar Oldu.Son 12 Aylık İhracat Geçen
Yıla Göre Yüzde 3 Arttı.

En Fazla İhracat Yapılan 10 Ülke

2026 yılı Mart ayında en fazla ihracat yapılan ülke 1,617 milyar dolarla Almanya oldu. Almanya'yı, 1,208 milyar dolarla İtalya ve 1.144 milyar dolarla ABD izledi.

Alt Üretim Gruplarının 2026 Yılı
Mart Ayında İhracattan Aldığı PayAna Üretim Gruplarının
2026 Yılı Mart Ayında
İhracattan Aldığı Pay2026 Yılı Mart Ayında İl
Bazında En Dikkat Çeken
İhracat Artışı

İllere Göre 2026 Yılı Mart Ayı İhracat Dağılımı



Sektörel Bazda İhracat Rakamları -1,000 \$

SEKTÖRLER	2025	1 - 31 MART			1 OCAK - 31 MART			Pay(26) (%)
		2026	Değişim ('26/'25)	Pay(26) (%)	2025	2026	Değişim ('26/'25)	
I. TARIM	3.117.294	2.953.348	-5,3	15,2	9.071.440	8.852.227	-2,4	15,9
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	2.140.685	2.062.708	-3,6	10,6	6.321.231	6.132.253	-3,0	11,0
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	1.106.861	950.160	-14,2	4,9	3.195.006	2.828.360	-11,5	5,1
Yaş Meyve ve Sebze	298.206	395.268	32,5	2,0	970.110	1.305.377	34,6	2,3
Meyve Sebze Mamulleri	223.999	202.578	-9,6	1,0	632.627	583.649	-7,7	1,0
Kuru Meyve ve Mamulleri	160.825	131.411	-18,3	0,7	468.922	404.460	-13,7	0,7
Fındık ve Mamulleri	216.964	272.268	25,5	1,4	638.823	659.195	3,2	1,2
Zeytin ve Zeytinyağı	52.679	29.271	-44,4	0,2	144.949	88.789	-38,7	0,2
Tütün	62.661	64.066	2,2	0,3	214.566	207.962	-3,1	0,4
Süs Bitkileri ve Mamulleri	18.491	17.686	-4,4	0,1	56.228	54.462	-3,1	0,1
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	304.836	290.802	-4,6	1,5	864.584	959.457	11,0	1,7
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	304.836	290.802	-4,6	1,5	864.584	959.457	11,0	1,7
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	671.772	599.838	-10,7	3,1	1.885.625	1.760.517	-6,6	3,2
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	671.772	599.838	-10,7	3,1	1.885.625	1.760.517	-6,6	3,2
II. SANAYİ	16.482.078	15.943.243	-3,3	81,9	46.095.183	45.194.203	-2,0	81,3
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER	1.212.965	1.068.742	-11,9	5,5	3.509.273	3.216.557	-8,3	5,8
Tekstil ve Hammaddeleri	838.037	748.506	-10,7	3,8	2.419.039	2.235.534	-7,6	4,0
Deri ve Deri Mamulleri	140.708	113.045	-19,7	0,6	399.143	346.640	-13,2	0,6
Halı	234.220	207.191	-11,5	1,1	691.092	634.382	-8,2	1,1
B. KİMYEVİ MADDELER VE MAM.	2.724.722	2.961.823	8,7	15,2	7.761.404	7.623.294	-1,8	13,7
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	2.724.722	2.961.823	8,7	15,2	7.761.404	7.623.294	-1,8	13,7
C. SANAYİ MAMULLERİ	12.544.390	11.912.678	-5,0	61,2	34.824.506	34.354.351	-1,4	61,8
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1.413.785	1.211.280	-14,3	6,2	4.177.768	3.875.355	-7,2	7,0
Otomotiv Endüstrisi	3.514.224	3.293.035	-6,3	16,9	9.487.154	9.895.567	4,3	17,8
Gemi, Yat ve Hizmetleri	86.356	241.520	179,7	1,2	327.555	584.908	78,6	1,1
Elektrik ve Elektronik	1.477.629	1.477.361	0,0	7,6	3.993.976	4.229.159	5,9	7,6
Makine ve Aksamları	915.065	885.947	-3,2	4,6	2.513.340	2.579.272	2,6	4,6
Demir ve Demir Dışı Metaller	1.135.256	1.135.198	0,0	5,8	3.165.924	3.306.835	4,5	5,9
Çelik	1.539.797	1.552.765	0,8	8,0	4.018.939	3.820.541	-4,9	6,9
Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	375.148	377.665	0,7	1,9	1.012.549	1.026.094	1,3	1,8
Mücevher	565.623	352.734	-37,6	1,8	2.605.983	1.397.564	-46,4	2,5
Savunma ve Havaçılık Sanayii	883.927	803.038	-9,2	4,1	1.704.260	1.910.254	12,1	3,4
İklimlendirme Sanayii	637.581	582.135	-8,7	3,0	1.817.058	1.728.803	-4,9	3,1
III. MADENCİLİK	492.703	571.407	16,0	2,9	1.367.309	1.565.237	14,5	2,8
Madencilik Ürünleri	492.703	571.407	16,0	2,9	1.367.309	1.565.237	14,5	2,8
TOPLAM (TİM*)	20.092.074	19.467.999	-3,1	100,0	56.533.932	55.611.667	-1,6	100,0
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf İhracat ile Antrepo ve Serbest Bölgeler Farkı	3.313.900	2.449.607	-26,1	11,2	8.761.151	7.667.249	-12,5	12,1
GENEL İHRACAT TOPLAMI	23.405.974	21.917.606	-6,4	100,0	65.295.083	63.278.916	-3,1	100,0

<p>Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Limonluk Mah. Vali Hüseyin Aksoy Cad. No: 4 Yenışehir/Mersin Tel: 0 324 325 37 37 Faks: 0 324 325 41 42 E-Posta: akib@akib.org.tr Web Adresi: www.akib.org.tr Genel Sekreter: Mehmet Ali Erkan Genel Sekreter Yrd.: Canan Aktan Sarı Genel Sekreter Yrd.: Osman Erşahan Genel Sekreter Yrd.: H. Okan Şenel</p>	<p>Hizmet İhracatçı Birliği Genel Sekreterliği Dış Ticaret Kompleksi Yenibosna Merkez Mah. Sanayi Cad. No: 3 A Blok Bahçelievler / İSTANBUL Tel: 0 212 454 01 00 Faks: 0 212 454 01 01 E-Posta: info@hib.org.tr Web Adresi: www.hib.org.tr Genel Sekreter: Fatih Özer Genel Sekreter Yrd.: Abdullah Keskin Genel Sekreter Yrd.: Üzeyir Işık</p>
<p>Batı Akdeniz İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği Aspendos Bulvarı No: 221 07200/Antalya Tel: 0 242 311 80 00 Faks: 0 242 311 79 00 E-Posta: baib@baib.gov.tr Web Adresi: www.baib.gov.tr Genel Sekreter: Ümit Sezer</p>	<p>İstanbul İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Dış Ticaret Kompleksi Yenibosna Merkez Mah. Sanayi Cad. No: 3 C Blok, Bahçelievler / İSTANBUL Tel: 0 212 454 05 00 Faks: 0 212 454 05 01-02 E-Posta: iib@iib.org.tr Web Adresi: www.iib.org.tr Genel Sekreter: Doğuş Tozanlı Genel Sekreter Yrd.: İsmail Bozdemir Genel Sekreter Yrd.: Kutay Oktay Genel Sekreter Yrd.: Volkan Kekevi</p>
<p>Denizli İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği Akhan Mah. 246 Sok. No: 8 Pamukkale/Denizli Tel: 0 258 274 66 88 Faks: 0 258 274 72 22 - 62 E-Posta: denib@denib.org.tr Web Adresi: www.denib.org.tr Genel Sekreter: Uğur Dayıoğlu Genel Sekreter Yrd.: Yusuf Fidangenç</p>	<p>İstanbul Maden ve Metal İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Dış Ticaret Kompleksi Yenibosna Merkez Mah. Sanayi Cad. No: 3 A Blok Bahçelievler / İSTANBUL Tel: 0 212 454 00 00 Faks: 0 212 454 00 01 E-Posta: immib@immib.org.tr Web Adresi: www.immib.org.tr Genel Sekreter: Armağan Vurdu Genel Sekreter Yrd.: Coşkun Kıriloğlu Genel Sekreter Yrd.: Muharrem Kayılı Genel Sekreter Yrd.: Aydın Yılmaz</p>
<p>Doğu Anadolu İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği Cumhuriyet Cad. Eren İş Mrk. No: 86 K: 4-5 Erzurum Tel: 0 442 214 11 85 Faks: 0 442 214 11 89-91 E-Posta: daibarge@daib.org.tr Web Adresi: www.daib.org.tr Genel Sekreter: Murat Karapınar</p>	<p>İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Dış Ticaret Kompleksi Yenibosna Merkez Mah. Sanayi Cad. No: 3 B Blok Bahçelievler / İSTANBUL Tel: 0 212 454 02 00 Faks: 0 212 454 02 01 E-Posta: info@itkib.org.tr Web Adresi: www.itkib.org.tr Genel Sekreter: Mustafa Bektaş Genel Sekreter Yrd.: Özlem Güneş Genel Sekreter Yrd.: Fatih Zengin Genel Sekreter Yrd.: Çağrı Öztürk</p>
<p>Doğu Karadeniz İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği Pazarca Mah. Sahil Cad. No: 95 Trabzon Tel: 0 462 326 16 01 Faks: 0 462 326 94 01-02 E-Posta: dkib@dkib.org.tr Web Adresi: www.dkib.org.tr Genel Sekreter: İdris Çevik</p>	<p>Karadeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Atatürk Bulvarı No:19/E 28200 Giresun Tel: 0 454 216 24 26 Faks: 0 454 216 48 42 E-Posta: kib@kib.org.tr Web Adresi: www.kib.org.tr Genel Sekreter: Sertaç Şevket Toramanoğlu</p>
<p>Ege İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Atatürk Cad. No:382 Alsancak/İzmir Tel: 0 232 488 60 00 Faks: 0 232 488 61 00 E-Posta: eib@egebirlik.org.tr Web Adresi: www.egebirlik.org.tr Genel Sekreter: İ. Cumhuri İşbirakmaz Genel Sekreter Yrd.: Kemal Coşkun Genel Sekreter Yrd.: Çiğdem Önsal Genel Sekreter Yrd.: Serap Ünal</p>	<p>Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Ceyhan Atuf Kansu Cad. No: 120 Balgat/Ankara Tel: 0 312 447 27 40 (5 Hat) Faks: 0 312 446 96 05 E-Posta: oaibwebmaster@oaib.org.tr Web Adresi: www.oaib.org.tr Genel Sekreter: Musa Demir Genel Sekreter Yrd.: Esra Arpınar Genel Sekreter Yrd.: Fatih Yumuş</p>
<p>Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Gazimuhtarpaşa Bulvarı Mücahitler Mah. 52012 No'lu Sk. No: 6 27090 Şehitkamil/Gaziantep Tel: 0 342 211 05 00 Faks: 0 342 221 05 09-10 E-Posta: gaibevrak@gaib.org.tr Web Adresi: www.gaib.org.tr Genel Sekreter: Bülent Kayalı Genel Sekreter Yrd.: Ahmet Şahbudak Genel Sekreter Yrd.: Aydın Kutlu Genel Sekreter Yrd.: Serdar Hasan Aydoğan</p>	<p>Uludağ İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Organize Sanayi Bölgesi 2. Gelişim Sahası Kahverengi Cad. No: 11 16140 Nilüfer/Bursa Tel: 0 224 219 10 00 Faks: 0 224 219 10 10 E-Posta: uludag@uib.org.tr Web Adresi: www.uib.org.tr Genel Sekreter: Mümin Karacakayalılar Genel Sekreter Yrd.: Ayşe Mehtap Ekinci Genel Sekreter Yrd.: Birgül Polat</p>

Genel Sekreter Yiğit Tufan Eser
Genel Sekreter Yrd. Mustafa Seçilmiş Genel Sekreter Yrd. Funda Özgüleç Yüceer

Dış Ticaret Kompleksi
Yenibosna Merkez Mahallesi Sanayi Caddesi No: 3 B Blok Kat : 9 34197 Bahçelievler / İSTANBUL
444 0 846 (TİM)
tim@tim.org.tr • tim.org.tr

Artık kasko
her araç için ekonomik

HER YAŞA HER ARAÇA KASKONOMİQ



İSTEYENE İMM
SERVİS SEÇİMİ
ARAÇ YAŞI SINIRSIZ

KAZA
HALİNDE ÇEKİCİ
KURTARICI
İKAME ARAÇ



Aracınız ister yeni ister eski, ister motor ister kamyonet olsun, genişletilmiş kasko ile araç değerinin %85'e kadarı bizde, siz sadece küçük bir prim ödeyin yeter.

Her yaşa, her araca KASKONOMİQ.



KAREKODU TELEFONUNUZUN KAMERASI İLE OKUTARAK UYGULAMAYI İNDİREBİLİRSİNİZ.

Q BLOG Q MAG Q SÖZLÜK

f @ X v in

QUICK
SİGORTA

MARKAYI BAŞARIYA GÖTÜREN YOL...

adres patent
"Katma Değerli Hizmet Merkezi"



adres patent
"Katma Değerli Hizmet Merkezi"

www.adrespatent.com.tr
0(212) 347 89 89

25 YIL
Sige çok yakınız?

MERKEZ
Levent Cd. Krizantem Sk. No: 33 Levent / Beşiktaş / İSTANBUL

İSTANBUL LEVENT
0(212) 347 89 89
info@adrespatent.com

İKTİLLİ TEKNOLOJİ
0(212) 549 43 70
ikitelli@adrespatent.com

MERTER
0(212) 890 55 50
merter@adrespatent.com

ESENYURT TEKNOLOJİ
0(549) 474 04 37
esenyurt@adrespatent.com

KADIKÖY
0(216) 386 26 88
anadolu@adrespatent.com

GEBZE TEKNOLOJİ
0(537) 659 50 23
gebze@adrespatent.com

ANKARA
0(312) 232 62 85
ankara@adrespatent.com

İZMİR
0(232) 425 20 40
izmir@adrespatent.com

DENİZLİ
0(258) 265 69 12
denizli@adrespatent.com

BURSA
0(224) 504 53 43
bursa@adrespatent.com

LONDRA
+44(7552) 725 955
londra@adrespatent.com

I ♥ PATENT



filizcan zikran
@adrespatent