

# 1942 TİCARET COMMERCE

MAYIS 2026 MAY

85, yıla girerken  
REACHING OUR 85<sup>th</sup> YEAR

Yeni girişim, farklı bir  
yaklaşım

A NEW INITIATIVE,  
A DIFFERENT APPROACH

Türkiye sürdürülebilirlik  
hedefinde ön planda

TÜRKİYE AT THE FOREFRONT OF  
SUSTAINABILITY

85 yıllık  
tarihe tanıklık  
witnessing  
85 years

200  
KTLB 275 • UK £ 4.2 • EUROPE € 4.0



# STANDING BY OUR MEMBERS

Our Chamber remains at your service at all times through the Call Center, WhatsApp Support Line, email and social media channels.



444 92 92



0538 054 40 28  
0538 054 40 27



info@izto.org.tr



iztokurumsal

# YOREKO

Daha az enerji, daha çok verim.  
Tasarrufu şeffaflaştıran  
cam teknolojisi.

## YORGLASS

BEYAZ EŞYA



## İçindekiler ■ CONTENT

İstediğiniz sayfayı  
okumak için sayfa  
başlığına dokunun

TOUCH / CLICK TO RELATED  
PAGE TITLE IN ORDER TO  
NAVIGATE THROUGH

85. Yıla girerken  
REACHING OUR 85th YEAR

4

Yeni girişim, farklı bir yaklaşım  
A NEW INITIATIVE, A DIFFERENT APPROACH

8

85 yıllık mirasla yeni bir yolculuk başlıyor  
A NEW JOURNEY BEGINS WITH AN 85-YEARS LEGACY

12

Türkiye'de ticaretin eksenini yeniden şekillendiriyor  
TÜRKİYE'S TRADE AXIS IS SHIFTING

16

90'lardan günümüze Türkiye ekonomisinin değişimi  
FROM 90'S TO TODAY, TRANSFORMING TÜRKİYE'S ECONOMY

20

Tarımın ekonomik güç merkezi İzmir  
İZMİR: TÜRKİYE'S AGRICULTURAL POWERHOUSE

24

Türk sanayisi dönüşümde  
küresel zorluk dinlemiyor  
TURKISH INDUSTRY NAVIGATES GLOBAL TURBULENCE  
THROUGH TRANSFORMATION

28

Savunma sanayiinde 'derinleşme-üretim' dönemi  
AN ERA OF 'PRODUCTION AND PERMANENCE'  
FOR TÜRKİYE'S DEFENSE INDUSTRY

32

Türkiye sürdürülebilirlik hedefinde ön planda  
TÜRKİYE AT THE FOREFRONT OF SUSTAINABILITY

36

Türkiye küresel lojistik merkezi olma yolunda  
TÜRKİYE TOWARDS BECOMING A GLOBAL LOGISTICS HUB

40

Fuarcılığın geleceği dijitalleşme  
ve hibrit fuar modellerinde  
THE FUTURE OF TRADE FAIRS: DIGITALIZATION AND HYBRID MODELS

44

Kültür, sanat ve ekonominin senfonisi  
İzmir'e hayat veriyor  
THE SYMPHONY OF CULTURE, ART AND ECONOMY IN İZMİR

48

Türk sporunda endüstriyel dönüşüm  
INDUSTRIAL TRANSFORMATION OF SPORTS IN TÜRKİYE

52

BASBAŞ'ta yatırımlar hızlandı,  
ihracat hedefi üç kat arttı  
INVESTMENT MOMENTUM ACCELERATES AT BASBAŞ

56

## Künye ■ IMPRINT

Kurucumuz **1942**

Founder  
Süha Sükuti Tükel

Genel Yayın Koordinatörü

General Coordinator  
Ahmet Sükuti Tükel

Neşriyat ve Matbaacılık Ticaret  
Limited Şirketi Adına İmtiyaz  
Sahibi

Executive Editor & Owner on behalf of  
Neşriyat & Matbaacılık Inc.  
Mehmet Cemal Tükel

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü

Managing Editor  
Seda Gök

Reklam Müdürü

Advertising Manager  
Aslı Özbilir

Katkıda bulunanlar

Authors  
Gülcihan Altinkaya  
Anıl Yıkgeç  
Özge Şenses  
Seren Kardeşahin

İngilizce Editör

English Version  
Naz Tükel

Tasarım

Design  
Advise

Yönetim Adresi

Etiler Mahallesi, 9 Eylül Meydanı,  
Meydan Han, Kat 7-701, 35220 Konak İzmir

Telefon

0232 461 96 42 - 0232 461 96 45 - 0232 461 96 46

Web

www.ticaretgazetesi.com.tr

UETS

25999-86353-54732

Baskı Tarihi

6 Mayıs 2026

Baskı

Tükelmat A.Ş.  
Tuna Mahallesi 5671/1 Sokak No: 451/B01 Kat 1  
Çamdibi Bornova-İzmir  
0232 461 71 94

Aylık Yaygın Süreli Yayın

Yıl 1 - Sayı 1



Ticaret Gazetesi

Ticaret Gazetesi

@ticaret\_gazetesi



**MÖVENPICK**



***İzmir'in tam merkezinde tarihin, sanatın, alışveriş ve gezi noktalarının tam kalbindeyiz!***

Saat Kulesi	3.7 Km	Kordonboyu	Yürüyerek 2 Dk.	Urla	38 Km	Efes Antik Kenti	84 Km
Agora Ören Yeri	2 Km	Çeşme/Alaçatı	76 Km	Foça	65 Km		

**MÖVENPICK**  
HOTEL İZMİR

 @movenpickizmir

# 85.yıla girerken

Ahmet S. Tükel



20 Nisan  
1942

Ticaret Gazetesi için önemli bir girişimin başlangıç tarihi idi. Teyzesinin eşi, Anadolu gazetesinin sahibi Haydar Rüştü Öktem'in yanında mesleğe ilk adımını atan **Süha Sükuti Tükel**, henüz **26 yaşında** genç bir delikanlı olarak II. Dünya Savaşının ortasına rastlayan bir dönemde azim, cesaret ve belki de biraz öngörü ile zamanın alışılmadık dışında ticari haberleri içeren bir gazete yayınlamaya başladı.

Bu kararı verirken büyük olasılıkla İzmir'in o zamanlar Türkiye'nin en çok ihracat yapılan limanı olması, ticaret erbabının aktif olması, pamuk, tütün, üzüm, incir gibi zamanın ihracatta önemli yer tutan ürünlerinin işlem gördüğü güçlü bir borsanın mevcudiyetinin etkisi yadsınmaz. Bir diğer önemli faktör de iletişim olanaklarının o dönemde çok sınırlı olması idi. Düşünürseniz, nerede ise 80'lerin ortasına kadar telefon ile konuşabilmek, hele bunu şehirler arası yapabilmek imkansız değilse bile çok zor ve zaman alan bir yöntem idi. Bu nedenle de özellikle yukarıda saymış olduğum ürünlerin merkezden uzak yerlerde üretilmesi, üretimi yapanların fiyat bilgisine kolay ulaşamamaları Ticaret'in doğuşunda rol oynayan faktörlerin başında gelmekteydi. Yayına başladıktan sonra geçen zaman içerisinde de, gazetede yer alan bilgilerin doğruluğuna tecrübe ederek inanmaya başlayanlar çoğaldıkça abone sayısı da arttı ve gazete önce çevre illerde ve daha sonra da ülke genelinde Edirne'den Van'a kadar geniş bir coğrafi bölgede özellikle ticaret erbabı tarafından okunmaya başladı.

20 April 1942 marked the beginning of an important initiative for Ticaret Newspaper. **Süha Sükuti Tükel**, who took his first steps in the profession alongside his uncle by marriage, Haydar Rüştü Öktem, owner of Anadolu Newspaper, began publishing a newspaper featuring commercial news that was outside the conventions of the time, with determination, courage, and perhaps a degree of foresight, as a young man of **just 26 years of age** during a period coinciding with the midst of the Second World War.

SEE PAGE FOR THE ABSTRACT

6

Belki bundan önceki yıldönümü kutlama yazılarımızda bir kaç kez yazmış olmamız nedeniyle tekrar olacak ama **gazetenin ilk sayısında yer alan baş yazıyı** bu noktada paylaşmanın yerinde olacağını düşünüyorum.

“Bir zamanlar çıkan gazetelerin ilk numaralarında ‘Maksat ve Meslek’ serlevhası taşıyan klasik bir yazı bulunurdu. Gazeteyi çıkaranlar bu serlevha altında, gazetelerinin mesleğini (bazen bilâhare takip ettikleri yola taban tabana zıd olan) bir sürü satırlar karalayarak izaha çalışırlar, maksatlarının mâder-i vatana, millete, necibeye hizmetten başka bir şey olmadığını kaydederek, sürü sürü vaadlerde bulunurlardı.

Biz bu klasik usulü terkettik. Mesleğimizin ne olduğunu gazetemizin ismi açık olarak izah ediyor. Maksadımız değil de gayemiz bu yolda faydalı olabilmekten ibarettir. Uzun boylu vaadlerde bulunmaktan çekindiğimiz gibi, yapamayacağımız şeyleri (yapacağız) diye okuyucu oyalamağa da hiç niyet etmedik. Biz gazetemizde günün hâdiselerini belirterek vâzifemizi yapabilirsek kendimizi mes’ut addeceğiz.”

85 yıl önce bu satırlarla başladı yayın hayatına **Ticaret**. İlk günlerden beri gazetemizi takip eden okurlarımızın sayısı aramızdan ayrılmaları nedeniyle azalmış olsa da, bugüne kadar bizi takip eden okuyucularımız, **Ticaret**'in kurucusu Süha Sükûti Tükel'in yazmış olduğu bu satırların bir düstur olarak kabul edilmiş olduğunu ve gazetenin, yayın hayatını bu prensipler doğrultusunda sürdürdüğüne tanık oldular: 'Okuyucuya, ticaret hayatında faydalı olduğuna inandığı haberleri iletme gayreti içinde olan bir yayın'. Evet ana hedef bu idi ve bugüne kadar da aynı düsturu esas alarak yayını sürdürmeye gayret ettiğimizi inanarak söyleyebiliriz.

Bugüne kadar çok değişik ekonomik, sosyal koşullar yaşadık. Ancak özellikle son 20 yıldır dünyanın geçirdiği değişim son 100 yılda olan değişimden kat be kat daha hızlı oldu. Bu değişimin arkasında başta inovasyon ve bunun sonucu hayatımıza giren ürün ve yöntemlerin yanısıra, bunların iletişim hızını etkileyecek ortamın yaratılmasını sağlayan imkanların gerek ülkeler içinde, gerekse de ülkeler arası iletişimin inanılmaz bir hızla, bazen müspet, bazen de menfi sonuçlar yaratacak şekilde yayıldığına şahit olmaktayız.

Son yirmi yılda dünyanın geçirdiği dönüşüm, yalnızca hız açısından değil, kapsam ve etki bakımından da tarihte benzeri az görülen bir süreci işaret ediyor. Elbette insanlık geçmişte de büyük kırılmalar yaşadı; sanayi devrimi, dünya savaşları ya da Soğuk Savaş gibi dönemler köklü değişimlere yol açtı. Ancak günümüzdeki dönüşümün ayırt edici özelliği, teknolojik inovasyonun tetiklediği ve iletişim altyapısının olağanüstü hızlandırdığı çok katmanlı bir değişim olmasıdır.

Bu değişimin merkezinde inovasyon yer alıyor. Dijital teknolojiler, yapay zekâ, biyoteknoloji ve otomasyon gibi alanlarda yaşanan gelişmeler, üretim biçimlerinden gündelik yaşama kadar her alanı yeniden şekillendiriyor. Örneğin, dijital platformlar sayesinde ekonomik faaliyetler fiziksel sınırların ötesine taşarken, uzaktan çalışma gibi modeller iş yapma kültürünü kökten dönüştürdü. Benzer şekilde, veri analitiği ve algoritmalar karar alma süreçlerinde insan faktörünü tamamlayan, hatta zaman zaman onun önüne geçen araçlar haline geldi.

Ancak inovasyon tek başına bu dönüşümü açıklamaya yetmez. Bu yeniliklerin etkisini katlayan unsur, iletişim hızındaki olağanüstü artış oldu. İnternetin yaygınlaşması ve mobil teknolojilerin gelişimi, bilgiye erişimi demokratikleştirdi, aynı zamanda bilginin yayılma hızını da katlanarak artırdı. Artık bir olay, saniyeler içinde küresel bir gündem haline gelebilmekte;

“ Artık bir olay, saniyeler içinde küresel bir gündem haline gelebilmekte ”

bu durum hem fırsatlar hem de riskler barındırmakta. Örneğin, kriz anlarında hızlı bilgi akışı koordinasyonu kolaylaştırabilirken, yanlış veya eksik bilgilerin aynı hızla yayılması toplumsal panik ve kutu-plaşmayı da tetikleyebilmekte.

İletişim hızındaki bu artışın sosyal etkilerinin de oldukça derin olduğunu söylemek mümkün. Toplular arasındaki etkileşim yoğunlaştı, kültürel alışveriş hızlandı, ancak aynı zamanda kimlik tartışmaları ve sosyal gerilimler de arttı. Sosyal medya platformları bireylere seslerini duyurma imkânı sunarken, yankı odaları ve dezenformasyon gibi sorunları da beraberinde getirdi. Bu durum, bireylerin ve toplumların bilgiye yaklaşımını daha eleştirel hale getirmesini zorunlu kılmakta.

Ekonomik açıdan bakıldığında ise küreselleşmenin yeni bir evreye girdiği söylenebilir. Tedarik zincirleri daha karmaşık hale gelirken, ülkeler arası bağımlılık artmış, ancak aynı zamanda kırılabilirlikler de belirginleşmiştir. Pandemi gibi küresel şoklar, bu sistemin ne kadar hassas olduğunu açıkça gösterdi. Ancak genel olarak bu gelişmelerin yarattığı katma değerden, zenginlikten toplumların eşit bir şekilde yararlanmadıklarını da söylemek mümkün. Yarabilen yeni fırsatları en çok kullananlar daha varlıklı kesim olduğu için, onların da varlıkları öyle bir noktaya geldi ki, Amerika'da nüfusun %20'si 2025 yılında toplam gelirin %80'inden fazlasını elde etmeye başladı. Toplam gelirin bu ülkede %52,2'si %20 tarafından kazanılıyor.

Bu arada, çoğunluğu sol eğilimli akademisyenlerden oluşan iktisatçılar, Fransız ekonomist ve yazar Thomas Piketty'nin yeni çok satan kitabı “Yirmi Birinci Yüzyılda Kapital”de ortaya koyduğu tez doğrultusunda, artan eşitsizliğin kapitalizmin doğal sonucu olduğunu ve çözümün dengeleyici vergiler olduğu tezine hayranlık duymaktalar. Varlığın bu konsantrasyonu, gücün de bu kesimin elinde olmasını sağlayan önemli bir faktör. Rusya bile bunun bir başka örneği.

Rusya'nın oligarşisinin iki belirgin özelliği var. Hükümet, piyasaları düzenleme gücünü kullanarak serveti etkili birkaç kişinin elinde yoğunlaştırdı; tabii bu sırada Rus vatandaşlarının çoğu Batı standartlarına göre yoksul kalmış pek de kimsenin umurunda değil. Daha doğrusu ekonomik politikaları belirleyen kesimin umurunda değil demek herhalde daha doğru olacaktır.

Sonuç olarak, son yirmi yılda yaşanan değişim, inovasyon ile iletişim altyapısının keşiminde şekillenen, çok boyutlu bir dönüşüm olarak ortaya çıktı. Bu süreç, insanlığa büyük fırsatlar sunarken, aynı ölçüde dikkatli yönetilmesi gereken riskleri de beraberinde getirdi. Yapay zekânın ilk çalışmalarını belki çok önce başlamıştı ama son 2-3 yılda nasıl yaygınlaştığı ve herkes tarafından da kullanılabilir bir düzende yaygınlaşması gerçekten

hayret verici bir olgu. Gelecekte bu değişimin yönünü belirleyecek olan ise, teknolojinin kendisinden ziyade, onu nasıl kullandığımıza göre çok farklı değişim gösterebilecek.

Türkiye'nin de bu değişimden payını aldığı inkar etmek elbette mümkün değil. İşin düşündürücü tarafı, bu gelişimin gittikçe hızlandığı ortama bizim ülke olarak zayıf ve dengeleri bozuk bir ekonomi ile girmiş olmamız. Türkiye'de de gelir dağılımında da en üst %20'lik grup toplam gelirin %48'ini alarak gelirin neredeyse yarısını kontrol etmeye devam etmekte. Yani ABD'den biraz daha iyi durumdayız. Ancak servet dağılımı çok daha kötü bir tablo arz etmekte. En zengin %1'lik kesim toplam servetin %42,04'üne, en zengin %10'luk kesim ise %69,8'ine sahip olarak servet dağılımındaki eşitsizliğin gelir dağılımından daha yüksek olduğu görülmekte. (2024 yılı rakamlarına göre yapılan bir çalışmadan alınmıştır.)

Ukrayna savaşının başlaması üzerinden dört yıl geçti. İsrail'in Gazze'yi ortadan kaldırımı girişimi neredeyse ikinci yılına girecek. Üstüne üstlük ABD Başkanı Trump'ın İsrail'in yönlendirmesi ile bölgeyi direkt etkileyen İran ile savaşı, özellikle plansız yapılmış bir girişim olması nedeniyle yakın zamanda sadece bölgemizi değil, dünyaya akan enerji kaynağının %20'sinin geçtiği Hürmüz Boğazında yaratılan fiili durum nedeniyle de kolay telafi edilemeyecek ciddi maliyetlerin ortaya çıkması kaçınılmaz görülmektedir. İran ile savaş öncesi duruma dönülse bile statüko savaş öncesi durumdaki fiyat mekanizmasına dönüşümün pek kolay olmayacağına işaret etmekte.

Bu genel konjonktürel değerlendirmenin **Ticaret**'in yıldönümü ile ne ilgisi var diye haklı olarak düşünenleriniz olabilir. İlgisinin **Ticaret**'in de yeni bir transformasyon içinde olması ve belki siz okurlarımız da bunun farkındasınız. Almış olduğumuz karar çerçevesinde, basılı günlük yayına devam etmemizin sürdürülebilir bir girişim olmaktan çıkması sonucu bildiğiniz gibi Şubat ayının başından itibaren günlük yayınına sadece internet üzerinden devam etmekteyiz. Bu arada, bu yazının da yer aldığı yayını ve benzerlerini aylık olarak yapma çabasını göstermeye çalışacağız.

Satış ve ilanlar bir gazetenin gelirlerini oluşturur. Bu iki gelir kaleminin yıllar boyu gösterdiği istikrar sayesinde **Ticaret** bu günlere geldi. Ancak mevcut şartlar, belki de bizim internet ortamında 20 yılı yakın bir süredir bulunmamıza rağmen yeterli takipçi sayısına ulaşmamış olmamız, basılı günlük yayının ağır mali şartlarını kaldırabilecek bir gelir üretmemiz, bizi istemeyerek de olsa bu kararı vermeye itti. Umumarız ki daha uzun süre bu yayını ilk gün kurucusunun belirlemiş olduğu prensipler çerçevesinde dijital ortamda sürdürmeyi başarırız.

# Reaching our 85<sup>th</sup> year

*Ahmet S. Tükel*



**20 April 1942** marked the beginning of an important initiative for Ticaret Newspaper. Süha Sükuti Tükel, who took his first steps in the profession alongside his uncle by marriage, Haydar Rüstü Öktem, owner of Anadolu Newspaper, began publishing a newspaper featuring commercial news that was outside the conventions of the time, with determination, courage, and perhaps a degree of foresight, as a young man of **just 26 years of age** during a period coinciding with the midst of the Second World War.

In making this decision, it is undeniable that İzmir's position at the time as Türkiye's leading export port, the active presence of the trading community, and the existence of a strong exchange where products such as cotton, tobacco, grapes, and figs - key export commodities of the period - were traded played a significant role. Another important factor was the extremely limited communication facilities of that time. If one considers that, until almost the mid-1980s, speaking by telephone - particularly across cities - was not impossible but very difficult and time-consuming, it becomes clear why the production of these goods in locations distant from the center, and the inability of producers to easily access price information, were among the primary factors behind the emergence of Ticaret. Over time, as more people came to trust the accuracy of the information published in the newspaper through experience, the number of subscribers increased, and the newspaper began to be read first in surrounding provinces and later across the country, from Edirne to Van, particularly by members of the trading community.

Although it may have been mentioned several times in previous anniversary articles, it is appropriate to share here the leading editorial from the newspaper's first issue:

"Once upon a time, the first issues of newspapers contained a conventional article under the heading 'Purpose and Profession'. Under this heading, publishers would attempt to explain their profession - sometimes in ways entirely contrary to the path they later followed- by writing numerous lines, stating that their sole purpose was to serve the motherland and the nation, and making numerous promises.

We have abandoned this conventional method. The name of our newspaper clearly explains what our profession is. Our aim is simply to be useful in this field. Just as we refrain from making lengthy promises, we have no intention of distracting readers by claiming we will do what we cannot. If we are able to fulfill our duty by presenting the events of the day in our newspaper, we shall consider ourselves content."

**Ticaret** began its publishing life 85 years ago with these words. Although the number of readers who have followed the newspaper since its earliest days has diminished over time due to their passing, those who have continued to follow it have witnessed that these lines written by its founder Süha Sükuti Tükel have been adopted as a guiding principle, and that the newspaper has continued its publication in accordance with these principles: "A publication striving to deliver to its readers the news it believes to be useful in commercial life." Yes, this was the primary objective, and it can be said with conviction that we have endeavored to continue publication based on the same principle to this day.

Over time, we have experienced a wide range of economic and social conditions. However, particularly over the past 20 years, the pace of change in the world has been several times faster than that experienced over the previous century. Behind this change lie innovation and the products and methods it has introduced into our lives, as well as the conditions enabling communication at speeds that have allowed information to spread at an unprecedented rate- sometimes producing positive, sometimes negative outcomes- both within and between countries.

The transformation the world has undergone over the past two decades represents a process that is rare in history not only in terms of speed, but also in scope and impact. Humanity has, of course, experienced major disruptions before -such as the Industrial Revolution, the World Wars, and the Cold War. However, the distinguishing feature of today's transformation is that it is a multi-layered change driven by technological innovation and significantly accelerated by communication infrastructure.

At the center of this transformation lies innovation. Developments in fields such as digital technologies, artificial intelligence, biotechnology, and automation are reshaping every area, from modes of production to everyday life. For example, digital platforms have enabled economic activities to extend beyond physical borders, while models such as remote working have fundamentally transformed working culture. Similarly, data analytics and algorithms have become tools that complement -and at times surpass- the human factor in decision-making processes.

However, innovation alone does not fully explain this transformation. The factor amplifying its impact has been the extraordinary increase in the speed of communication. The widespread adoption of the internet and the development of mobile technologies have democratized access to information, while exponentially increasing the speed at which it spreads. Today, an event can become a global agenda within seconds; this situation presents both opportunities and risks. While rapid information flow can facilitate coordination during crises, the equally rapid spread of inaccurate or incomplete information can trigger social panic and polarization.

It is also possible to state that the social effects of this increase in communication speed have been profound. Interaction between societies has intensified, cultural exchange has accelerated, but identity debates and social tensions have also increased. While social media platforms have provided individuals with the opportunity to make their voices heard, they have also brought challenges such as echo chambers and disinformation. This situation necessitates a more critical approach to information by both individuals and societies.

From an economic perspective, it can be said that globalization has entered a new phase. While supply chains have become more complex and interdependence between countries has increased, vulnerabilities have also become more pronounced. Global shocks such as the pandemic have clearly demonstrated how sensitive this system is. At the same time, it is also possible to state that societies have not benefited equally from the added value and wealth generated by these developments. As the more affluent segments have made greater use of new opportunities, their wealth has reached such levels that, in the United States, the top 20 per cent of the population came to earn more than 80 per cent of total income by 2025. In this context, 52.2 per cent of total income is earned by this 20 per cent.

Meanwhile, economists -many of whom are left-leaning academics- have expressed admiration for the thesis put forward by French economist and author Thomas Piketty in his bestselling book *Capital in the Twenty-First Century*, which argues that increasing inequality is a natural outcome of capitalism and that the solution lies in redistributive taxation. The concentration of wealth is a significant factor enabling the concentration of power within this segment. Russia presents another example. The Russian oligarchy has two distinct characteristics: the government has used its power to regulate markets to concentrate wealth in the hands of a small number of individuals, while most Russian citizens have remained poor by Western standards -a situation largely disregarded, or more accurately, disregarded by those who determine economic policy.

In conclusion, the changes experienced over the past two decades have emerged as a multi-dimensional transformation shaped at the intersection of innovation and communication infrastructure. While this process offers significant opportunities to humanity, it also brings risks that must be carefully managed. Although the initial work on artificial intelligence may have begun long ago, the speed with which it has become widespread over the past two to three years, and its accessibility to all, is truly remarkable. In the future, the direction of this transformation will depend less on the technology itself and more on how it is used.

It is, of course, not possible to deny that Türkiye has also been affected by this transformation. The concerning aspect is that our country has entered this rapidly accelerating environment with a weak and imbalanced economy. In Türkiye, the top 20 per cent continues to

control nearly half of total income, receiving 48 per cent. In this sense, the situation is slightly better than in the United States. However, wealth distribution presents a much more severe picture. The richest 1 per cent holds 42.04 per cent of total wealth, while the richest 10 per cent holds 69.8 per cent, indicating that inequality in wealth distribution is greater than that in income distribution. (Based on a study using 2024 data.)

Four years have passed since the outbreak of the war in Ukraine. Israel's attempt to eliminate Gaza is approaching its second year. Furthermore, the war between the United States and Iran -initiated under the influence of Israel and directly affecting our region- appears likely to result in significant and difficult-to-reverse costs, particularly due to the de facto situation created in the Strait of Hormuz, through which 20 per cent of the world's energy supply flows. Even if conditions were to return to the pre-war situation, it is unlikely that the price mechanism would easily revert to its previous state.

You may rightly ask what this general contextual assessment has to do with the anniversary of **Ticaret**. The connection lies in the fact that **Ticaret** itself is undergoing a transformation, which our readers may already have noticed. As part of the decision we have taken, continuing daily printed publication has ceased to be a sustainable undertaking. As you are aware, since the beginning of February, we have continued our daily publication exclusively through the internet. At the same time, we will endeavour to produce publications such as this one on a monthly basis.

Sales and advertisements constitute the revenue streams of a newspaper. Thanks to the stability these two sources provided over many years, **Ticaret** has reached its present position. However, current conditions -along with our inability to reach a sufficient number of followers in the digital sphere despite nearly 20 years of presence, and our inability to generate the revenue required to sustain the high costs of daily print publication- have, reluctantly, led us to this decision. We hope to continue this publication in the digital environment for many years to come, in line with the principles established by its founder on the first day.

Undoubtedly, one of the key factors enabling **Ticaret** to sustain its publication life to this day has been the trust of its readers. On the occasion of our anniversary, we extend our sincere thanks, first and foremost, to our readers and to our friends who have believed in the value of placing advertisements in **Ticaret**.

As every year, we express our gratitude to all colleagues -past and present- who have served **Ticaret** with dedication, integrity, and belief, and we remember with respect those who have passed away.

“Today, an event can become a global agenda within seconds”

# Yeni girişim farklı bir yaklaşım

M. Cemal Tükel

Ticaret Newspaper , which has continued its publication as a daily newspaper since April 20'th 1942, has embarked on a new initiative as of February first, 2026 to carry its operations to a different dimension.

In addition to its printed publication, which stands among the turning points of our newspaper, we transitioned to online publishing in the beginning of the years 2000; through our website, [www.ticaretgazetesi.com.tr](http://www.ticaretgazetesi.com.tr). At that time, the number of newspapers publishing online was limited to only a handful.

SEE PAGE FOR THE ABSTRACT

10

## Ticaret

Gazetesi 1942 yılının 20 Nisanı'ndan beri günlük gazete olarak sürdürdüğü yayın hayatını 1 Şubat 2026 itibari ile farklı bir boyuta taşımak üzere yeni bir girişime imza attı.

Gazetemizin dönüm noktaları arasında yer alan basılı yayının haricinde internet yayıncılığına [www.ticaretgazetesi.com.tr](http://www.ticaretgazetesi.com.tr) sitesi ile 2000'li yılların başında geçmiştik. Bu dönemde internet yayını yapan gazete sayısı bir elin parmakları kadar azdı.

Zaman içinde gelişen teknolojiye paralel olarak birçok alanda olduğu gibi, yayıncılıkta da büyük bir değişim yaşandı. Bu değişim sonucunda basılı gazetelerin artık okuyucuları ile buluşması oldukça sınırlı bir şekle dönüştü. Geçtiğimiz yıllarda 100.000 satan gazeteler artık 10.000 seviyesindeki tirajlara kadar geriledi.

Fakat yaygın kitlelere ulaşımında internet çok daha fazla kişiye dokunabilme imkanını da yarattı. İnternet yayıncılığı gelişerek yerini 'Sosyal Medya Yayıncılığı'na dönüştürdü. Buna paralel olarak birçok platformda değişik yayınlar ile daha geniş kitlelere ulaşabilme imkanları da ortaya çıktı. Fakat aynı zamanda bu yayınlardaki **haberlerin doğruluğu ve gerçekliği de tartışılır** bir konu olarak dikkatleri çekmekte. **İnanılabilirlik ve güvenilirlik** bugün sosyal medyanın en büyük sorunu.

Ticaret Gazetesi son yıllarda yaptığı hamlelerle internet yayıncılığında da daha etkin bir şekle dönüştü. Bugün ise farklı bir yaklaşımla Ticaret'i daha uluslararası bir yapıya dönüştürmek üzere yola çıktı. Bu yeni yolculuğumuzda Türk ekonomisini, sanayi ve ticaretini özellikle ülkemizdeki ve yurtdışındaki yabancı yatırımcılar ile buluşturmayı hedefliyoruz.

Elinizdeki Ticaret Dergisi bugün bir geçiş yayını olarak size ulaştı. 85. yılın tecrübesini size aktarıırken bundan sonra bizimle birlikte bulacağınız konularla ilgili bir ön hazırlık olarak yayın hayatına başladı. Derginin en önemli özelliği okuyuculara konuların Türkçe ve İngilizce olarak sunulması.

Ticaret Gazetesi için İngilizce yayın dönemi bugün için bir ilk değil. 1960 yılında Ticaret haftalık İngilizce olarak ilk yabancı dildeki yayınına çıkardı. Ülkenin ticari hayatındaki gelişmeleri haftalık olarak yurtdışında ülkemizi takip etmek isteyen okurlar ile buluşturmaktaydık. Yabancı dilde yayında ikinci önemli ise 1980'li

yılların başında Export Turkey adı altında yayınladığımız bir dergi ile oldu. 1990'lı yılların başındaki Birinci Irak Savaşı'na kadar üç aylık periyotlar halinde yayınlanan bu dergi; o yıllarda 8 bine ulaşan okuruyla Orta Doğu ve Avrupa başta olmak üzere dünyanın 70 ülkesine ulaşmaktaydı.

Şimdi bu konuda üçüncü bir girişime imza attık. Bugün sizler için hazırladığımız dergimiz aynı zamanda bir e-dergi olarak da yayın hayatına geçiyor. Böylece sadece basılı olarak değil aynı zamanda internet ve sosyal medya üzerinden de erişimi mümkün olacak bir yayın ortaya koyacağız.

Daha önce de belirttiğim gibi elinizdeki bu nüsha bir geçiş dergisi. Günlük yayından aylık yayına doğru yönelimin ilk örneklerinden biri.

Önümüzdeki yayınlarımızda Ticaret Dergisi'nde siz okuyucularımız ile buluşturmayı planladığımız konular ile ilgili bazı ipuçları vermek isterim. Öncelikle ülkemizdeki ticari ekonomik ve sosyal gelişmeleri siyasi yaklaşımlardan uzak olarak tarafsız ve doğru habercilik ilkesi ile dünyaya iletmeyi planlıyoruz. Bunun yanı sıra ülkemizin yükselen değerleri ve gelişen sektör ile ilgili birçok gelişmeleri de sizlere sunmayı öngörüyoruz. Ülkemizin **değerli iş insanları, sivil toplum kuruluşu liderleri, bilim insanları ve uluslararası arenada başarı kazanmış Türkleri** tüm dünyaya tanıtmayı hedefliyoruz. Ayrıca ülkemizde faaliyet gösteren gerek yabancı yatırımlarda gerekse yabancı misyonda başarıları ile ülkemize katkıda bulunan kişileri de ve kurumları da sayfalarımızda sizlerle buluşturacağız.

Bütün bu haberlerin oluşumunda en önemli kriter doğruluk ve gerçeklik. Yazılarımızı 85 yıldır bugüne kadar yaptığımız habercilik anlayışı içerisinde oluşturacağız. Gündeme taşıyacağımız bilgilerin gerek doğru gerek tarafsız ve gerekse sansasyonel ve spekülatif bir ortam yaratma amacında olmamasına özenle dikkat edeceğiz. Sizlerle birlikte olmayı planladığımız dergilerimizin aynı zamanda sizin fikirleriniz ile gelişmesini de umuyoruz.

Kırmızı başlıklı "Ticaret Gazetesi" artık yeni girişimi ve farklı yaklaşımı ile kırmızı başlıklı "Ticaret Dergisi" olarak sizlerle buluşacak.

“Orta Doğu ve Avrupa başta olmak üzere dünyanın 70 ülkesine ulaştık.”

# NEDEN

## İZMİR TİCARET BORSASI?

Tarımın servetini dönüştürüyoruz



### ✓ SEKTÖREL SORUNLARINIZI ÇÖZMEKTE SİZLERE YARDIMCI OLUR

Sektörel sorunların çözülmesi amacıyla çalışmalar yapar. Gerekli durumlarda ilgili Bakanlık ve kuruluşlar nezdinde girişimde bulunur.

### ✓ ÜRETİCİDEN ALINAN ÜRÜNLERİN TESCİLİNİN YAPILMASI HALİNDE STOPAJDA %50 İNDİRİM SAĞLAR

Müstahsilden yapılan alımların Borsaya tescil edilmesi durumunda %50 vergi avantajı sağlar, stopaj oranı hayvansal ürünlerde %1'e, bitkisel ürünlerde %2'ye düşer.

### ✓ DOĞRU BİLGİYE EN HIZLI ŞEKİLDE ULAŞMANIZI SAĞLAR

Hazırlanan bültenlerle piyasaya yönelik en güncel bilgileri paylaşır.

### ✓ SÖZLEŞMELERİNİZİ GÜVENCE ALTINA ALIR

Borsamızda tescilli gerçekleştirilmiş bir işlemin tarafları arasında ihtilaf yaşanması durumunda borsamız tahkim hizmeti sağlar.

### ✓ İŞ ÇEVRENİZİ VE HACMİNİ GENİŞLETİR

Gerçekleştirilen ulusal ve uluslararası organizasyon, seminer ve fuarlarla ürün ve firmanızın tanıtımına katkı sağlar.

### ✓ İLKLERİN BORSASIDIR

- ✓ TOBB'a bağlı borsalardan bir ilk olarak, İzmir Ticaret Borsası Eğitim, Kültür ve Sosyal Entegrasyon Vakfı'nı (BORSAV) kurmuştur.
- ✓ Türkiye'nin ilk pamuk yetkili sınıflandırıcısı İzmir Ticaret Borsası Laboratuvar AR-GE ve Danışmanlık Hizmetleri A.Ş.'yi (İZLADAŞ) kurmuştur.
- ✓ Türkiye'nin ilk pamuk lisanslı deposu Ege Tarım Ürünleri Lisanslı Depoculuk A.Ş.'yi (ELİDAŞ) kurmuştur.
- ✓ Türkiye'nin ilk akıllı tarım teknolojileri odaklı merkezi olan, İzmir Tarım Teknoloji Merkezi'ni (İTTM) kurmuştur.



[www.itb.org.tr](http://www.itb.org.tr)



[izmirticaretborsasi](https://www.instagram.com/izmirticaretborsasi)



[info@itb.org.tr](mailto:info@itb.org.tr)



Akdeniz Mahallesi Cumhuriyet Bulvarı İşhane  
No: 109/A Konak - İZMİR



+90 (232) 425 13 70

# a New Initiative a Different Approach

*M. Cemal Tükel*



**Ticaret** Newspaper, which has continued its publication as a daily newspaper since April 20'th 1942, has embarked on a new initiative as of February first, 2026 to carry its operations to a different dimension.

In addition to its printed publication, which stands among the turning points of our newspaper, we transitioned to online publishing in the beginning of the years 2000; through our website, [www.ticaretgazetesi.com.tr](http://www.ticaretgazetesi.com.tr). At that time, the number of newspapers publishing online was limited to only a handful.

In parallel with technological developments over time, significant changes have taken place in publishing, as in many other fields. As a result of this transformation, printed newspapers have become increasingly limited in their ability to reach readers. Newspapers that once sold in the hundreds of thousands have declined to circulation levels in the tens of thousands.

However, the internet has created the opportunity to reach much wider audiences. Online publishing has evolved further into what is now referred to as "social media publishing." In parallel, various platforms have emerged, enabling access to broader audiences through diverse forms of content. At the same time, **the accuracy and reliability of news** published through these channels have become subjects of increasing debate. Credibility and trust remain **the most significant challenges of social media** today..

Through the steps it has taken in recent years, Ticaret Newspaper has also become more effective in online publishing. Today, with a different approach, it has set out on a path to transform Ticaret into a more international structure. In this new phase, we aim to bring Türkiye's economy, industry, and trade together with foreign investors both domestically and internationally

The Ticaret Magazine you hold in your hands has reached you today as a transitional publication. While conveying the experience of 85 years, it has been launched as a preliminary introduction to the subjects you will encounter with us going forward. The most distinctive feature of the magazine is the presentation of content to readers in both Turkish and English.

For Ticaret Newspaper, publishing in English is not a first. In 1960,

Ticaret published its first foreign-language edition as a weekly English publication. Through this, we presented developments in the country's commercial life on a weekly basis to readers abroad who wished to follow Türkiye. The second significant step in foreign-language publishing came in the early 1980s with a magazine titled Export Turkey. Published quarterly until the First Gulf War in the early 1990s, this magazine reached approximately 8,000 readers and was distributed to nearly 70 countries, primarily in the Middle East and Europe.

We have now undertaken a third initiative in this regard. The magazine we have prepared for you today is also being launched as an e-magazine. In this way, we will offer a publication that is accessible not only in print, but also via the internet and social media.

As previously stated, the issue in your hands is a transitional publication-one of the first examples of a shift from a daily to a monthly publication.

In our forthcoming issues, we would like to offer some indications regarding the subjects we plan to present to you in Ticaret Magazine. First and foremost, we aim to communicate Türkiye's commercial, economic, and social developments to the world in line with the principles of impartial and accurate journalism, free from political approaches. In addition, we intend to present developments related to our country's emerging values and evolving sectors. .

We aim to introduce Türkiye's distinguished business leaders, heads of non-governmental organizations, scientists, and Turks who have achieved success on the international stage to a global audience.

The most important criteria in the formation of all this content are accuracy and authenticity. We will produce our articles within the framework of the journalistic approach we have upheld for 85 years. We will take particular care to ensure that the information we bring to the agenda is accurate, impartial, and not intended to create a sensational or speculative environment.

We also hope that the magazines we plan to publish together with you will evolve through your views and contributions. The red-headed "Ticaret Newspaper" will now meet you as the red-headed "Ticaret Magazine", with its new initiative and different approach.

“  
Ticaret Export  
Turkey  
was distributed to  
70 countries  
worldwide.  
”

# Haberin enerjisini 85 yıldır Ticaret'ten alıyoruz.

Türkiye'nin ilk ekonomi gazetesi, Ege Bölgesi'nin güçlü haber kaynağı Ticaret Gazetesi 85 yaşında. Değişmeyen çizgisi, doğru ve hızlı haberleriyle daha nice senelere...

 [admelektrik.com.tr](http://admelektrik.com.tr)

 186

 0258 186 00 00

 [gdzelektrik.com.tr](http://gdzelektrik.com.tr)

 186

 0232 186 00 00

 adm\_edas

 ADMEDAS

 ADMEDAS

 Adm Elektrik Dağıtım

 gdzelektrik

 Gdz Elektrik

 gdzelektrik

 Gdz Elektrik



# 85 yıllık mirasla yeni bir yolculuk başlıyor

**Ekonominin** "Kırmızı Başlıklı Gazetesi" olarak hafızalara kazınan **Ticaret**, 85. yılını kutluyor.



*Seda Çök*

SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

**Ticaret**, etched in memory as the "Red-Headed Newspaper" of the economy, celebrates its 85th anniversary.

With its deep-rooted history, it continues its path not merely as a publication, but as a symbol of trust, stability, and principled journalism. On this meaningful anniversary, it opens the doors to a new era that extends into the future with the strength it draws from its past.

SEE PAGE FOR THE ABSTRACT

14

Köklü geçmişiyile yalnızca bir yayın organı olmanın ötesinde; güvenin, istikrarın ve ilkeli gazeteciliğin simgesi olarak yoluna devam ediyor. Bu anlamlı yıldönümünde, geçmişten aldığı güçle geleceğe uzanan yeni bir dönemin kapılarını aralıyor.

**Tarih 1942...** Dünya büyük bir savaşın gölgesinde, belirsizliklerin ve yoklukların içinde yol almaya çalışırken; Türkiye'de de ekonomik ve sosyal hayat zorluklarla şekilleniyordu. Böylesi bir dönemde ekonomi odaklı bir gazete çıkarmak, sadece bir yayıncılık faaliyeti değil, aynı zamanda cesaret ve vizyon gerektiren bir girişimdi. Merhum kurucumuz Süha Sükuti Tükel'in öncülüğünde **20 Nisan 1942**'de başlayan bu yolculuk, aradan geçen 85 yılda bir markaya, bir ekole ve bir referans noktasına dönüştü.

**Ticaret**, kuruluşundan bu yana yalnızca haber veren bir mecra olmadı. İş dünyasına yön veren, ekonominin nabzını tutan ve farklı kuşakların karar süreçlerine ışık tutan bir rehber haline geldi. İzmir'den doğan bu güçlü ses, zamanla ülke genelinde etkisini hissettirdi ve ekonomi gazeteciliği alanında öncü bir rol üstlendi. Bugün geriye dönüp baktığımızda, kaç kuşağın bu gazeteyle büyüdüğünü ya da kaç yatırım kararının bu sayfalarından ilham aldığını sayılarla ifade etmek mümkün olmasa da; hafızalarda yer eden o tanıdık görüntü her şeyi anlatıyordu: "Her sabah masanın üzerinde **Ticaret Gazetesi**..."

Bu güçlü mirasın arkasında yatan en önemli unsur ise hiç kuşkusuz değişmeyen ilkelerimiz oldu. Tarafsızlık, bağımsızlık ve etik değerlere bağlılık, 85 yıldır yolumuzu aydınlatan temel taşlarımız olarak varlığını sürdürüyor. Yayıncılık anlayışımız, yalnızca bilgi aktarmayı değil; doğru, güvenilir ve nitelikli içeriği kamu yararı gözeterek sunmayı esas alıyor. Bu yaklaşım, **Ticaret**'i sadece bir gazete değil, aynı zamanda bir "okul" haline getirdi. Bugüne kadar bünyesinde yetişen sayısız gazeteci, mesleğe olan bağlılıkları ve taşıdıkları sorumluluk bilinciyle bu ekolün en değerli temsilcileri oldu.

Bugün ise yeni bir dönemin eşliğindeyiz. Değişen dünya, dönüşen medya alışkanlıkları ve teknolojinin hızla gelişen yapısı, yayıncılığı da farklı bir noktaya taşıyor. Biz de bu değişimi yakından takip ederek, köklü geçmişimizi geleceğin dinamikleriyle buluşturuyoruz. Artık yolumuza baskılı gazete formatının ötesine geçerek aylık dergi olarak devam ediyoruz. Aynı zamanda dijital platformlardaki varlığımızı güçlendirmeye odaklanan bir yayın politikası benimsiyoruz. İnternet sitemiz üzerinden sürdürdüğümüz yayıncılığı, markamızın güveniyle daha da ileriye taşıyoruz. Bu dönüşüm, yalnızca bir format değişikliği değil; aynı zamanda içerik, derinlik ve perspektif açısından daha zengin bir yayıncılık anlayışının da habercisi.

Bununla birlikte dijital dünyadaki varlığımızı daha da güçlendiriyor; internet yayıncılığına ve e-dergi formatına odaklanıyoruz. Okuyucularımızın bilgiye hızlı, kolay ve çok yönlü erişim ihtiyacını göz önünde bulundurarak; teknolojiyi etkin kullanan, güncel ve etkileşimli bir yayıncılık modeli benimsiyoruz. **Türkçe** ve **İngilizce** içeriklerimizle, sadece yerel değil küresel ölçekte de daha geniş bir okur kitlesine

ulaşmayı hedefliyoruz.

Ancak değişen tüm bu dinamiklere rağmen, özümüz aynı kalıyor. İlkelerimizden, etik değerlerimizden ve bağımsız duruşumuzdan asla taviz vermiyoruz. Çünkü biliyoruz ki gazetecilikte asıl kalıcı olan; kullanılan mecra değil, sunulan bilginin güvenilirliğidir. Bu bilinçle hareket ederek, geçmişten devraldığımız bu kıymetli mirası geleceğe taşımayı sürdürüyoruz.

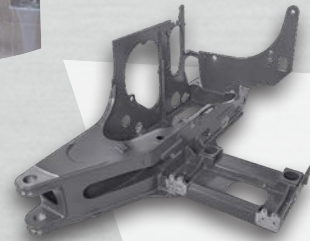
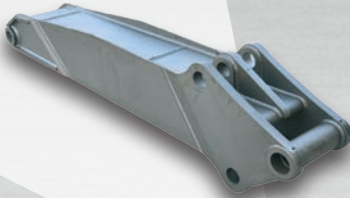
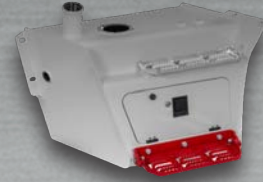
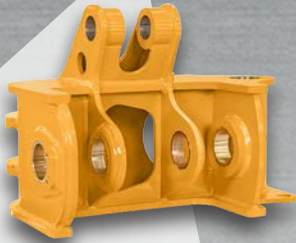
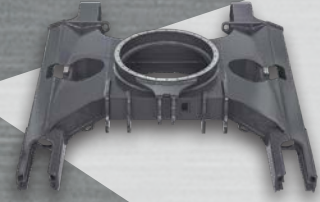
85 yıl boyunca Tükel Ailesi'nin özverili sahipliği ve çalışanlarının emeğiyle büyüyen **Ticaret**, bugün de aynı inanç ve kararlılıkla yoluna devam ediyor. Son 20 yıllık sürecine eşlik eden bir profesyonel olarak bu köklü kurumun yalnızca bir aile mirası değil; aynı zamanda iş dünyasına, şehrimize ve ülkemize bırakılmış değerli bir emanet olduğunu düşünüyorum. Bu emaneti korumak ve daha ileriye taşımak ise hepimizin ortak sorumluluğudur.

Bizler de **Ticaret**'in fikir emekçileri olarak; üretmeye, araştırmaya, sorgulamaya ve değer katmaya devam edeceğiz. Yerel ve ulusal ölçekte iş birliklerini güçlendirecek, ekonominin tüm aktörleriyle ortak bir vizyonda buluşmayı sürdüreceğiz. Çünkü inanıyoruz ki daha güçlü bir ekonomi, daha bilinçli bir toplum ve daha saygın bir medya için birlikte çalışmak gerekiyor.

Bu vesileyle, bu büyük yolculuğun mimarı merhum Süha Sükuti Tükel'i bir kez daha rahmet ve minnetle anıyor; Tükel Ailesi'ne ve bu çatı altında emeği geçen herkese teşekkür ediyorum.



# TERBAY



# a New journey Begins with an 85<sup>-years</sup> Legacy

*Seda Çök*  
EDITOR-IN-CHIEF

**Ticaret** etched in memory as the “Red-Headed Newspaper” of the economy, celebrates its **85th anniversary**.

With its deep-rooted history, it continues its path not merely as a publication, but as a symbol of trust, stability, and principled journalism. On this meaningful anniversary, it opens the doors to a new era that extends into the future with the strength it draws from its past.

**The year is 1942...** As the world struggled to move forward under the shadow of a great war, amid uncertainty and scarcity, economic and social life in Türkiye was likewise shaped by hardship. In such a period, launching a newspaper focused on the economy was not merely a publishing activity, but an initiative requiring courage and vision. This journey, initiated on **20 April 1942** under the leadership of our late founder Süha Sükuti Tükel, has, over the course of 85 years, evolved into a brand, a school of thought, and a point of reference.

Since its establishment, **Ticaret** has not been merely a platform that reports the news. It has become a guide that shapes the business world, takes the pulse of the economy, and sheds light on the decision-making processes of different generations. This strong voice, born in Izmir, gradually made its impact felt across the country and assumed a pioneering role in the field of economic journalism. Today, while it may not be possible to quantify how many generations have grown up with this newspaper or how many investment decisions have been inspired by its pages, the familiar image etched in memory tells the story: “Every morning, **Ticaret** newspaper on the table...”

Undoubtedly, the most important factor behind this strong legacy has been our unwavering principles. Impartiality, independence, and commitment to ethical values have remained the cornerstones guiding our path for 85 years. Our publishing approach is based not only on conveying information, but on presenting accurate, reliable, and high-quality content with due regard for the public interest. This approach has transformed **Ticaret** into not just a newspaper, but also a “school.” Numerous journalists who have been trained within its structure have become the most valuable representatives of this tradition, distinguished by their commitment to the profession and their strong sense of responsibility.

Today, we stand on the threshold of a new era. A changing world, evolving media habits, and the rapidly advancing structure of technology are carrying publishing to a different point. By closely following this transformation, we are bringing together our deep-rooted past with the dynamics of the future. We now continue our path beyond the format of a printed newspaper, as a monthly magazine. At the same time, we are adopting a publishing policy focused on strengthening our presence on digital platforms. We are further advancing our online publishing activities through our website, supported by the trust associated with our brand. This transformation represents not only a change in format, but also signals a richer publishing approach in terms of content, depth, and perspective.

In addition, we are further strengthening our presence in the digital sphere, with a focus on online publishing and the e-magazine format. Taking into account our readers’ need for fast, easy, and multifaceted access to information, we are adopting a current, interactive publishing model that makes effective use of technology. With our content in both Turkish and English, we aim to reach a broader readership not only at the local level but also on a global scale.

However, despite all these changing dynamics, our essence remains the same. We do not compromise on our principles, our ethical values, or our independent stance. Because we know that what endures in journalism is not the medium used, but the reliability of the information presented. With this awareness, we continue to carry this valuable legacy entrusted to us from the past into the future.

Having grown over 85 years through the devoted stewardship of the Tükel Family and the efforts of its employees, **Ticaret** continues its path today with the same conviction and determination. As a professional who has accompanied its journey over the past 20 years, I consider this well-established institution not only a family legacy, but also a valuable trust left to the business community, our city, and our country. Preserving and advancing this trust is a shared responsibility for all of us.

As contributors to **Ticaret**, we will continue to produce, research, question, and create value. We will strengthen cooperation at both local and national levels and continue to meet all actors of the economy within a shared vision. Because we believe that building a stronger economy, a more informed society, and a more reputable media requires working together.

On this occasion, I once again commemorate with respect and gratitude our late founder Süha Sükuti Tükel, the architect of this great journey, and extend my thanks to the Tükel Family and to everyone who has contributed under this roof.



BOYALIK BEACH HOTEL  
SPA & THERMAL RESORT  
ÇEŞME



SPA  
Thermal



REZERVASYON VE DETAYLI BİLGİ  
0 232 488 88 00

boyalikbeachcesme.com  
boyalikbeachhotelspacesme

BOYALIK BEACH HOTEL  
SPA & THERMAL RESORT, ÇEŞME  
Boyalık Mevkii, 3200 Sokak, No:1,  
Çeşme, İzmir, Türkiye

Eşsiz manzarası ile lüks  
bir konaklama deneyimi  
**Boyalık Beach Hotel**'de.

Çeşme'de kalite ve zerafet önceliği ile tasarlanan **Boyalık Beach Hotel**'de düşlediğiniz tatilin tüm ayrıcalıklarını bir arada yaşayabilirsiniz.



Altın Kum Plaj

Denize  
Sıfır

# Türkiye'de ticaretin ekseni yeniden şekilleniyor

Gülcihan Altınkaya



**Jeopolitik** konumu ve güçlü ticari geçmişi ile Türkiye, ticari ekseninde kuralların yeniden yazıldığı ve rotanın şekillendiği bir döneme giriyor. İthalat rejiminde yapılan güncellemeler, Avrupa merkezli üretim anlayışının 'Made in EU' etiketiyle yeniden tanımlanması ve sınırda karbon düzenlemeleri, dış ticaretin çerçevesini köklü biçimde değiştiriyor. Bu dönüşüm, klasik ticaret kanallarının ötesine geçerek e-ticaretin yükselişine hız kazanırken, serbest bölgelerde üretim ve lojistikte stratejik konumunu yeniden güçlendiriyor. Tüm bunlar Türkiye'de ticaretin artık yalnızca büyüme değil, uyum, dönüşüm ve rekabet ekseninde şekillendiğini ortaya koyuyor.

Son dönemde yaşanan gelişmelere baktığımızda Ticaret Bakanlığı tarafından hazırlanan ve Resmi Gazete'de yayımlanan '2026 Yılı İthalat Rejimi' yerli üretimin korunması açısından öne çıktı. Söz konusu düzenleme kapsamında tarife kontenjanları açıldı, ilave gümrük vergileri ve gözetim uygulamaları güncellendi, bazı ürünler için korunma önlemleri soruşturmaları başlatıldı.

Türkiye is entering a consequential period of transformation in its foreign trade framework. Underpinned by a strategic geographic position and a long-established commercial tradition, the country is navigating a moment in which the rules governing trade are being rewritten on multiple fronts simultaneously. Updates to the import regime, the proposed "Made in EU" origin designation, the full entry into force of carbon border regulations, and the accelerating rise of e-commerce are collectively reshaping Türkiye's trade architecture—shifting its orientation from one defined solely by growth to one governed by regulatory compliance, structural adaptation, and competitive positioning.

SEE PAGE FOR THE ABSTRACT

18

Ticaret Bakanlığı, yerli üretimin korunması ve teşviki amacıyla bu yıla yönelik önemli ithalat düzenlemeleri yaptı. Bakanlıktan yapılan açıklamada, yerli üretimin korunması, haksız rekabetin önlenmesi, istihdamın artırılması ve cari açığın azaltılması amacıyla iç ve dış piyasalardaki gelişmeler dikkate alınarak ithalat politikalarının güncellendiği belirtildi.

## AB ile ticarete büyük gelişme: 'Made in EU'



Avrupa Birliği (AB) ticari anlamda Türkiye'nin en önemli pazarlarından biri olma özelliğini koruyor. Bu nedenle Türkiye'nin, Avrupa Birliği'nin Sanayi Hızlandırma Yasası taslağı kapsamında 'Made in EU' (AB Menşeli) etiketine dahil edilmesi ticari anlamda ülkemiz için olumlu gelişmelerden biri oldu.

AB tarafından yayımlanan taslak düzenlemeye göre, Türkiye dahil Gümrük Birliği ülkelerinde üretilen ürünler Avrupa menşeli kabul edilecek. Bu sayede Türkiye'de üretilen otomotiv, savunma sanayi, teknoloji ve enerji ürünleri, 'Made in EU' etiketiyle Avrupa'da herhangi bir kısıtlama veya ek vergi olmaksızın satışa sunulabilecek. AB Komisyonu'nun duyurduğu Sanayi Hızlandırıcı Yasa Taslağı, Türkiye ile mevcut Gümrük Birliği ilişkilerini korurken, Türk ürünlerinin Avrupa'daki kamu ihalelerinde eşit şartlarda yarışabilmesini sağlayacak.

İş dünyası temsilcileri, AB'nin yeni sanayi politikası taslağında; Türkiye'nin Avrupa değer zincirinin ayrılmaz bir parçası olarak tanınmasından ve Gümrük Birliği kapsamında ürünlerin AB menşeli sayılmasından duydukları memnuniyeti dile getirdi. 'Made in EU' menşeli üretim ve ticaret ağlarının Türkiye için rekabet avantajı oluşturacağını ifade eden iş dünyası temsilcileri, AB ile ticaretin Türkiye için önemine vurgu yaptı.



## Sınırdaki Karbon Düzenleme Mekanizması (CBAM) yürürlüğe girdi

Ticaret hayatı kapsamında baktığımızda yaşanan önemli gelişmelerden biri de Sınırdaki Karbon Düzenleme Mekanizması'nın (SKDM) yürürlüğe girmesi oldu. Avrupa Birliği'nin iklim ve

çevre hedeflerine yönelik Yeşil Mutabakat çerçevesinde geliştirdiği Sınırdaki Karbon Düzenleme Mekanizması'nın (CBAM) 2 yılı aşan geçiş dönemi sona erdi. Avrupa Birliği, 1 Ocak 2026 itibarıyla karbon yoğun sektörlerdeki belirli ürünlerin ithalatında 'Sınırdaki Karbon Vergisi' uygulamasını başlattı. Türkiye'nin ihracatının neredeyse yarısını yaptığı Avrupa Birliği, 1 Ocak 2026 tarihinden itibaren, 6 sektörde Avrupa Birliği'ne sevk edilecek tüm ürünlerin karbon ayak izinin ölçülmesi ve çevreye salınan her bir ton başına karbon vergisi alınmasını şart koşuyor. Bu karbon yoğun sektörler ise demir-çelik, alüminyum, çimento, gübre, elektrik ve hidrojen gibi ticari anlamda katma değeri yüksek sektörler olarak karşımıza çıkıyor.

Türkiye ile Avrupa Birliği'nin arasındaki ticari hacmin büyüklüğü düşünüldüğünde bu uygulama ülkemiz için büyük önem taşıyor. Türkiye bu sektörlerde üretilen ürünler için bir karbon piyasası oluşturmadığı takdirde 'Sınırdaki Karbon Düzenlemesi' gereğince karbon vergisi ödemek zorunda kalacak. 2030 yılına kadar Emisyon Ticaret Sistemi kapsamında olan tüm sektörlerin Sınırdaki Karbon Düzenleme Mekanizması'na dahil edilmesi bekleniyor.

## Ticaretin güçlü yapıları; serbest bölgeler

Ülkemizde ticaretin kalbinin attığı en önemli yerler serbest bölgeler olarak öne çıkıyor. Türkiye'de faaliyette olan 19 serbest bölge bulunuyor. İhracat odaklı yatırımları teşvik etmek amacıyla kurulan bu serbest bölgeler; özellikle İstanbul, İzmir, Mersin ve Antalya gibi stratejik noktalarda yoğunlaşıyor. Ege Bölgesi'nde ise 3'ü İzmir ve biri Denizli'de olmak üzere 4 serbest bölge mevcut. Bunlar Ege Serbest Bölgesi (ESBAŞ), İzmir Serbest Bölgesi (İZBAŞ), Batı Anadolu Serbest Bölgesi (BASBAŞ) ve Denizli Serbest Bölgesi (DENSER) olarak karşımıza çıkıyor.

## İzmir'in ticari gücü serbest bölgelerden

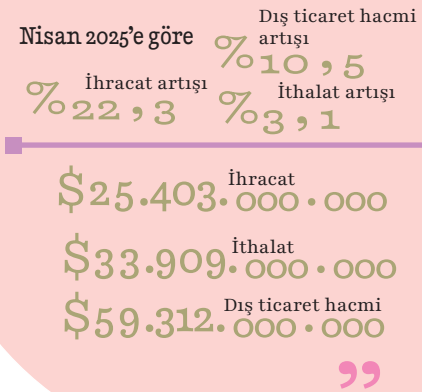
Türkiye'nin en eski ve güçlü ticaret merkezlerinden biri olan İzmir'de faaliyet gösteren 13 sanayi bölgesi, 3 serbest bölge, 4 teknokent, 10 üniversite bulunuyor. İzmir hem ihracat hem de yabancı yatırım açısından stratejik rol oynayan 3 büyük serbest bölgeye ev sahipliği yapıyor.

Bu serbest bölgelerden en büyüğü Gaziemir'de bulunan ve 1989 yılında kurulan ESBAŞ olarak karşımıza çıkıyor. ESBAŞ, özellikle Adnan Menderes Havalimanı'na çok yakın olması nedeniyle avantajlı konumda yer alıyor. Havaacılık ve savunma, otomotiv yan sanayi, elektronik ve yüksek teknoloji, medikal cihazlar gibi alanlarda faaliyet gösteren ESBAŞ, yüksek katma değerli üretim ve ihracatta öne çıkıyor. ESBAŞ, 2025 yılındaki ticaret hacmini bir önceki yıla göre yüzde 6 büyütürken 6 milyar 332 milyon dolara ulaştı. 2025 yılında ihracatını 3,2 milyar dolara yükselten ESBAŞ, çalışan memnuniyetinde de zirveyi korudu. Great Place To Work'ün açıkladığı Türkiye'nin En İyi İşverenleri Listesinde ESBAŞ, 500-999 Çalışan Sayısı Kategorisi'nde birinci olmayı başardı.

1997'de kurulan ve 2011'den itibaren kendi yönetimleriyle faaliyet gösteren İZBAŞ, Menemen'de yer alıyor. Aliağa ve İzmir Limanlarına yakınlığı ile ön plana çıkan İZBAŞ, lastik ve kimya, makine üretimi, metal işleme ve lojistik alanlarda faaliyet gösteriyor. Türkiye'deki serbest bölgeler arasında işlem hacmi bakımından üst sıralarda yer alan İZBAŞ, lojistik avantajı ve sanayi üretimine uygun yapısı ile İzmir'in gelişmesine katkı sağlamaya devam ediyor.

İzmir'in Bergama ilçesinde 2,5 milyon metrekare alanda konumlanan BASBAŞ'ın resmi açılışı 2024 yılında gerçekleştirildi. Türkiye'nin 19. serbest bölgesi olan BASBAŞ'ın 20 bin kişiye istihdam sağlaması hedefleniyor. Yıllık 4 milyar dolar ticaret hacmi ile 2 milyar dolar ihracat gerçekleştirmesi beklenen BASBAŞ, Türkiye'nin ihracatını artırmak, yeni iş alanları yaratmak ve yatırım potansiyelini artırmayı amaçlıyor.

## “ Nisan 2026 İthalat, ihracat verileri ”





## “ 2026 April Import, export figures

Compared to  
2025 April

Foreign trade  
volume increase  
%10,5

% Increase of exports  
%22,3

% Increase of imports  
%3,1

\$25.403.000.000 Exports

\$33.909.000.000 Imports

\$59.312.000.000 Foreign trade volume

”

Gülcihan Altınkaya

# Türkiye's Trade Axis is Shifting

**Türkiye** is entering a consequential period of transformation in its foreign trade framework. Underpinned by a strategic geographic position and a long-established commercial tradition, the country is navigating a moment in which the rules governing trade are being rewritten on multiple fronts simultaneously. Updates to the import regime, the proposed "Made in EU" origin designation, the full entry into force of carbon border regulations, and the accelerating rise of e-commerce are collectively reshaping Türkiye's trade architecture — shifting its orientation from one defined solely by growth to one governed by regulatory compliance, structural adaptation, and competitive positioning.

The Ministry of Trade's 2026 Import Regime, published in the Official Gazette, introduced revised tariff quotas, updated customs duties and surveillance measures, and initiated safeguard investigations across certain product categories. The stated objectives of these measures are the protection of domestic producers, the prevention of unfair competition, the expansion of employment, and the reduction of the current account deficit.

### The "Made in EU" Designation

The European Union remains Türkiye's most significant trading partner, accounting for nearly half of total exports. The proposal to include Türkiye within the scope of the EU's draft Industrial Acceleration Act — qualifying goods manufactured in Türkiye for the "Made in EU" origin designation — therefore represents a development of considerable commercial significance. Under the draft regulation, products manufactured in Customs Union countries, including Türkiye, would be classified as goods of European origin, enabling Turkish-produced automotive, defense, technology, and energy products to access European markets and public procurement processes without additional restrictions or tariffs. Business community representatives have welcomed the proposal, noting that it formally recognizes Türkiye's integral role in the European value chain and that the designation will constitute a material competitive advantage.

### The Carbon Border Adjustment Mechanism

With effect from 1 January 2026, the European Union commenced the application of carbon pricing to imports across six carbon-intensive sectors: steel, aluminum, cement, fertilizers, electricity, and hydrogen. Importers are required to account for the carbon footprint of goods dispatched to the EU and to pay a levy per ton of emissions. In the absence of an equivalent domestic carbon market, Turkish exporters in the affected sectors will be liable for carbon tax obligations on EU-bound shipments. The mechanism is expected to be extended to all sectors covered by the EU Emissions Trading System by 2030, making green industrial transformation an increasingly urgent strategic and commercial priority.

### Free Zones as Strategic Trade Infrastructure

Türkiye's 19 operational free zones remain central to the country's export-oriented trade infrastructure. In Izmir, three free zones play a particularly significant role. ESBAŞ, established in 1989 in Gazıemir and located in close proximity to Adnan Menderes Airport, specializes in aviation and defense, automotive supply, high technology, and medical devices. It recorded a trade volume of \$6.332 billion in 2025, a year-on-year increase of 6 percent, and export revenues of \$3.2 billion. İZBAŞ, located in Menemen and benefiting from proximity to the ports of Aliğa and Izmir, operates across rubber and chemicals, machinery manufacturing, and logistics, and ranks among the highest-volume free zones in Türkiye. BASBAŞ, inaugurated in 2024 in Bergama across 2.5 million square meters, targets annual trade volume of \$4 billion and the creation of 20,000 jobs.



**Bölgemizden dünyaya uzanan ihracat yolculuğunda ülkemize değer katan Egeli ihracatçılarımıza teşekkür ederiz.**

**Ege Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği  
Yönetim Kurulu**

**eib**  
EGE İHRACATÇI  
BİRLİKLERİ

# 90'lardan günümüze Türkiye ekonomisinin değişimi

“KIRILGAN DENGEDE” KÜRESEL GÜÇE”

Özge Şenses



## İnsanın

varlığını sürdürdüğü her yerde ticaret, dolayısıyla ithalat ve ihracattan bahsetmek mümkün. Türkiye’de bu alanlara baktığımızda kökenlerinin Osmanlı İmparatorluğu ve öncesine dayandığı görülür. Osmanlı Devleti zamanında özellikle tarım ve tekstil ürünlerinin ithalatı yapılırken Cumhuriyet’in kurulmasıyla birlikte Türkiye, sanayileşme ve tarımda modern yöntemleri uygulamaya geçti. 1980 sonrasında da sanayi devrimiyle birlikte ülke, ihracatta büyüme istikrarını sürdürdü ve bunu 1990’lı yıllarda Turgut Özal’ın uyguladığı ihracat politikalarıyla ‘patlama’ dönemi yaşadı.

### İhracatta Türkiye nerede duruyor ?

Küresel ticaretin hızla değiştiği bu dönemde Türkiye, üretim gücü ve stratejik coğrafi konumuyla dikkat çekmeye devam ediyor. 1996 yılında yürürlüğe giren Gümrük Birliği gibi anlaşmaların yapılmasıyla; otomotiv, tekstil, beyaz eşya, savunma sanayi, kimya ve petrokimya alanlarında ithalatta büyük bir yükseliş yaşandı. Buna rağmen orta-düşük teknoloji ihracat oranı, yüksek katma değer sorunu ve teknoloji üretiminde dışa bağımlılık Türkiye’nin ihracatındaki payının hâlâ sınırlı olduğunu gösteriyor.

Trade has been central to the territories comprising modern Türkiye since well before the establishment of the Republic. From the agricultural and textile imports of the Ottoman era through the industrialization drives of the early Republican period, Türkiye’s commercial identity has undergone successive transformations. The liberalization reforms of the 1980s laid the groundwork for sustained export growth, the Turgut Özal era generated a period of marked expansion, and the entry into force of the Customs Union with the European Union in 1996 accelerated integration into global value chains. Today, Türkiye has moved beyond its traditional role as a trade bridge between Europe and Asia to become an active participant in global supply chains, capturing new opportunities created by post-pandemic supply chain restructuring through its geographic advantages, expanding logistics infrastructure, and growing support for SMEs.

SEE PAGE FOR THE ABSTRACT

22

2025 yılı verileri de, Türkiye'nin dış ticarete büyümesini sürdürdüğünü ancak ithalat baskısının hâlâ önemli bir ekonomik mesele olduğunu ortaya koyuyor. Türkiye artık, Avrupa ile Asya arasında bir ticaret köprüsü olmanın ötesine geçerek küresel tedarik zincirlerinde aktif bir oyuncu haline geldi. Pandemi dönemi sonrası değişen küresel tedarik zincirleri de Türkiye için yeni fırsatlar yarattı. Ülkenin coğrafi avantajı ve lojistik altyapı yatırımları, ihracatında önemli rol oynayan KOBİ'lere desteklerini artması büyümenin kalıcılığını pekiştirdi. Ancak bu büyümenin sürdürülebilirliği, gelecek yıllardaki ihracat-ithalat dengesine bağlı olacak.

## Yeni pazar arayışları

Türkiye'nin ihracatında öne çıkan ülkeler; Almanya, Birleşik Krallık, Amerika Birleşik Devleti, İtalya ve Fransa. Özellikle Avrupa Birliği, Türkiye'nin en büyük ticaret ortağı olmaya devam ediyor. Bu durum, Türkiye ekonomisinin Batı pazarlarıyla güçlü etkileşimini ortaya koyuyor. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) verilerine göre de 2026'nın mart ayına kadarki süreçte 125 ülke ile ihracatın arttığı ve 98 ülke ile de düşüşlerin yaşandığı belirtildi. Bu düşüşler özellikle İran savaşı sebebiyle Körfez ülkeleriyle yaşandı.

Güncel konjonktürde Avrupa Birliği'nin yanı sıra Türkiye'nin son yıllarda yeni pazarlara yönelmeye başladığı da gözlemleniyor. Bunlardan en dikkat çekenleri Afrika ülkeleri, Orta Doğu ve Orta Asya olurken; bu yönelim Türkiye'deki küresel ticaret stratejisindeki değişimi ortaya koyuyor.

## Kur artışı, dış ticaret açığını derinleştiriyor

Döviz kurları, Türkiye'nin dış ticaret dengesini doğrudan etkileyen en kritik ekonomik göstergelerden biri. Yıllar içerisinde Türk Lirası'nın değer kaybetmesi, teorik olarak ihracatçı firmalara fiyat avantajı sağlayarak uluslararası pazarlarda rekabet gücünü artırdı. Çünkü yerli üretim, yabancı para birimlerin karşısında daha ucuz hale geldi.

Ancak Türkiye'de üretim yapısının önemli ölçüde ithal mallarına ve enerjiye bağlı olması, bu avantajı sınırlayan temel bir faktör olarak öne çıkıyor. Kur yükseldiğinde ihracat gelirleri artsa bile, üretim maliyetlerinin de dövizle bağlı olarak yükselmesi, kâr marjlarını baskılıyor. İthalat tarafından kur artışı, özellikle enerji, hammadde ve teknoloji ürünlerinde maliyetleri ciddi şekilde artırarak enflasyonu tetikliyor ve dış ticaret açığını derinleştiriyor. Bu nedenle Türkiye açısından döviz kuru yalnızca ihracatı artıran bir araç değil, aynı zamanda ekonomik dengeleri hassaslaştıran çift yönlü bir mekanizma.

Bu nedenle sürdürülebilir bir dış ticaret yapısı için kur avantajından ziyade, Türkiye'de yüksek katma değerli üretim yapılması gerekiyor ve ülkeye ithal girdi bağımlılığını azaltan yapısal dönüşümler gerçekleştirilmeli.

## Dijital dönüşüm ve sürdürülebilir ticaret

Dijitalleşme ile birlikte dış ticaretin doğası da değişiyor. E-ihracatın tüm dünyada yükselişi, global pazar yerleri ve dijital pazarlama yeni ticari anlayışların doğmasını sağlıyor. Aynı zamanda sürdürülebilir ticaret de varlığını güçlendirmeye devam ediyor. Küresel ölçekte e-ticaret,

dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte ticaretin ana omurgalarından biri haline gelirken, Ticaret Bakanlığı tarafından açıklanan 2025 verilerine göre de Türkiye'nin bu büyüme trendine eşlik ederek e-ticaret hacmini 3 trilyon TL'nin üzerine taşıdığı görülüyor. Türkiye, toplam perakende içindeki payını da yüzde 20 seviyelerine yaklaştırdı. Ancak bu hızlı büyüme, beraberinde sürdürülebilirlik tartışmalarını da gündeme getiriyor.

Günümüzde e-ticaret yalnızca satış hacmiyle değil; çevresel etkileri, lojistik süreçleri ve üretim zincirleriyle birlikte değerlendiriliyor. Küresel tüketicilerin yaklaşık yüzde 73'ünün sürdürülebilir ambalaj için daha fazla ödeme yapmaya istekli olması, yeşil dönüşümün artık bir tercih değil zorunluluk haline geldiğini gösteriyor. Türkiye özelinde de sürdürülebilir e-ticaret; yerel üreticilerin desteklenmesi, karbon ayak izini azaltan lojistik çözümler ve çevre dostu ambalaj kullanımı gibi alanlarda şekilleniyor. Avrupa Birliği'nin Avrupa Yeşil Mutabakatı kapsamında getirdiği karbon vergisi, yeşil üretim zorunluluğu da Türk ihracatçıları için yeni riskler ve fırsatlar oluşturuyor.

## İhracatta ithalatta rekor kırıyor!

Türkiye İstatistik Kurumu ve Ticaret Bakanlığı verilerine göre 2025'te Türkiye'nin ihracatı 273 milyar 4 milyon dolar oldu. Aynı dönemde ithalat 365 milyar 4 milyon dolar olarak kayda geçti. Dış ticaret açığı ise 92 milyar dolar olarak tespit edildi. 2025'te ihracat artışı yüzde 4,4 iken ithalat artışı yüzde 6,2 oldu. Bu veriler, Türkiye'nin ihracatta tarihi bir seviyeye ulaştığını gösterse de ithalatın daha hızlı artması dikkat çekiyor. Özellikle enerji ve ara malı ithalatı, dış ticaret açığının büyümesinde önemli rol oynuyor. İhracatın ithalatı karşılama oranı ise 2025 yılında yüzde 74,8 seviyesinde gerçekleşti. Bu oran, Türkiye'nin ithalata bağımlılığının hâlâ yüksek olduğunu ortaya koyuyor. Ancak uzun vadede bu oranın artırılması, ekonomik istikrar açısından kritik önem taşıyor.

Türkiye İhracatçılar Meclisi verilerine göre de Türkiye'de ihracat mart 2026'da 21 milyar 917 milyon 606 dolar olarak seyretti. 2025'te ise genel ihracat toplamı 23 milyar 405 milyon 974 dolar oldu. Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin açıklamasına göre Türkiye'nin 2026 mart ayı ihracat verilerine bakıldığında; ilk çeyrekte 63 milyar 3 milyon dolara, son 12 ayda ise 271 milyar 3 milyon dolara ulaşıldığı görülüyor. İhracatta sektörler arası liderliği otomotiv (3 milyar 3 milyon dolar) korurken ardından kimyevi maddeler (3 milyar dolar) ve çelik (1 milyar 6 milyon dolar) geldi. Çelik ürünlerinden sonra en çok ithalatı yapılan maddeler, elektrik elektronik (1 milyar 5 milyon dolar) ve hazır giyim (1 milyar 2 milyon dolar) oldu. TİM verilerine göre 34 ilde ihracat artışı yaşandı. En çok ihracat yapılan iller; İstanbul, Kocaeli, Ankara, Bursa ve İzmir olurken mart ayında 938 firma ilk kez ihracat yaptı ve ekonomiye katkıları 682 milyon dolar olarak kaydedildi.

En çok ihracatı yapılan sektörler de yine sanayi, tarım (bitkisel ürünler, hayvansal ürünler, ağaç ve orman ürünleri) ve kimyevi maddeler oldu. Türkiye'nin ihracat yapısına bakıldığında sadece bir dönem değil her dönem en büyük payın sanayi sektörüne ait olduğu görülüyor. İmalat sanayii ihracattaki payı yüzde 93'ün üzerinde ve onu tarım sektörü yaklaşık yüzde 4-5 ve madencilik yaklaşık yüzde 1-2 ile takip ediyor. Otomotiv, beyaz eşya, tekstil ve makine sektörleri de ihracatta öne çıkan alanlar arasında yer alıyor.

Türkiye'nin ithalatın büyük kısmı üretim için gerekli girdilerden oluşuyor. Örneğin; enerji (petrol, doğalgaz), ara malları (hammadde, yarı mamul ürünler) ve yüksek teknoloji ürünleri bunlardan bazıları. Bu alanlar arasında özellikle enerji ithalatı, Türkiye'nin dış ticaret açığının en kritik nedenlerinden biri olarak öne çıkıyor. Bu durum, cari açık üzerinde de doğrudan etkili olmaya devam ediyor.

## İthalat ve ihracatta Türkiye'nin yol haritası

Geçmişten günümüze Türkiye'nin ithalat ve ihracat verilerinde kayda değer gelişmeler ve ilerlemeler yaşansa da ticarete hala istenilen seviyede bulunulmadığı görülüyor. Bunun temel nedenleri Türkiye'nin enerji ithalatına bağımlılığı, yüksek katma değerli üretimin sınırlı olması, ithalata dayalı üretim modeli ve dış ticaret açığının artışı olarak gösterilebilir.

Olumsuzlukların yanı sıra Türkiye'nin genç ve dinamik iş gücü, stratejik coğrafi konumu, sanayi üretim kapasitesi ve yeni pazarlara açılma potansiyeli fırsat olarak değerlendirilebilir. 29 Ekim 2025 itibarıyla, mal ihracatı 270 milyar dolara ulaşarak Cumhuriyet tarihi rekorunu kırsa ve hizmet ihracatı ile birlikte toplam ihracat 390 milyar dolar olsa da uzmanlara göre Türkiye'nin dış ticarete sürdürülebilir başarı yakalaması için bazı faktörlere özellikle dikkat edilmesi gerekiyor. Bunlar; yüksek teknoloji üretimine geçiş sağlanmak, yerli enerji kaynaklarının artırılması sağlanmak, Ar-Ge yatırımlarını büyütülmek ve Türkiye'nin markalaşma gücünün artırılması olarak sıralanabilir. Son yıllarda ithalat artsa da, daha hızlı bir şekilde yükselmesi, ekonomik denge açısından risk oluşturuyor. Önümüzdeki dönemde Türkiye'nin başarısı, sadece ne kadar ihracat yaptığıyla değil; ne kadar katma değerli üretim yaptığı ve ithalata bağımlılığını ne kadar azalttığı ile ölçülecek.

Türkiye'nin 2030 ticaret hedefleri, yalnızca ihracat rakamlarını artırmaya değil, aynı zamanda dış ticaretin yapısal dönüşümünü sağlamaya odaklanıyor. Orta ve uzun vadeli ekonomik programlarda Türkiye'nin 2030'a kadar ihracatını 400 milyar dolar seviyesine yaklaştırması, küresel ticarete daha üst sıralara yükselmesi ve yüksek katma değerli ürünlerin payını artırması hedefleniyor. Bu vizyon teknoloji yoğun üretimi, markalaşmayı ve inovasyonu merkeze alıyor. Süreçte e-ihracatın yaygınlaşması, KOBİ'lerin küresel pazarlara daha kolay erişmesi ve lojistik avantajların etkin kullanımı Türkiye için önemli fırsatlar sunuyor. Ancak küresel rekabetin giderek sertleştiği bir ortamda, 2030 hedeflerinin gerçekleşmesi; ekonomik istikrar, doğru kur politikaları ve uzun vadeli sanayi stratejilerinin kararlılıkla uygulanmasına bağlı olacak.



# from 90's to today transforming Türkiye's economy

Özge Senses

FROM A FRAGILE BALANCE TO GLOBAL TRADER

Turkey's 2030 trade objectives extend beyond increasing export volumes to achieving a fundamental structural transformation of its external trade profile, targeting revenues of approximately \$400 billion, a higher ranking in global trade league tables, and a significantly increased share of high value-added products. Technology-intensive manufacturing, innovation, and brand development are central to this vision. Realising the 2030 targets will depend on the maintenance of economic stability, appropriate exchange rate policy, and the consistent implementation of long-term industrial strate



## Trade

has been central to the territories comprising modern Turkey since well before the establishment of the Republic. From the agricultural and textile imports of the Ottoman era through the industrialization drives of the early Republican period, Turkey's commercial identity has undergone successive transformations. The liberalization reforms of the 1980s laid the groundwork for sustained export growth, the Turgut Özal era generated a period of marked expansion, and the entry into force of the Customs Union with the European Union in 1996 accelerated integration into global value chains. Today, Turkey has moved beyond its traditional role as a trade bridge between Europe and Asia to become an active participant in global supply chains, capturing new opportunities created by post-pandemic supply chain restructuring through its geographic advantages, expanding logistics infrastructure, and growing support for SMEs.

### Trade Performance and Structural Imbalances

Turkey's 2025 trade figures reflect both the scale of its commercial ambitions and the structural challenges that persist. Total exports reached \$273 billion while imports stood at \$365 billion, yielding a trade deficit of \$92 billion. Export growth of 4.4 percent was outpaced by import growth of 6.2 percent, and the export-to-import coverage ratio stood at 74.8 percent. Energy imports — principally petroleum and natural gas — alongside intermediate goods and high-technology products, account for the bulk of the import bill and are the primary drivers of the deficit.

In March 2026, exports totaled \$21.9 billion, bringing the first-quarter figure to \$63 billion. The automotive sector led all export categories at \$3 billion, followed by chemicals and steel. İstanbul, Kocaeli, Ankara, Bursa, and İzmir were the five leading export provinces. The manufacturing sector accounts for over 93 percent of total exports, with agriculture contributing approximately 4 to 5 percent. Notably, 938 firms exported for the first time in March 2026, contributing \$682 million to the national total.

### Exchange Rate Dynamics

The depreciation of the Turkish lira has theoretically enhanced the price competitiveness of Turkish exports by reducing their foreign currency cost. However, Turkey's heavy reliance on imported inputs and energy substantially limits this advantage — when the exchange rate rises, foreign-currency-denominated production costs rise in parallel, compressing profit margins. On the import side, currency depreciation drives up the cost of energy, raw materials, and technology products, feeding inflationary pressure and widening the trade deficit. Sustainable improvement in Turkey's external balance therefore requires structural transformation toward higher value-added domestic production, rather than reliance on currency depreciation alone.

### New Markets and Digital Trade

Turkey's principal export destinations remain Germany, the United Kingdom, the United States, Italy, and France, with the EU constituting its largest trading partner overall. Turkey has nonetheless increasingly diversified its commercial relationships, with Africa, the Middle East, and Central Asia emerging as priority markets. Exports increased to 125 countries in the period to March 2026, though declines were recorded with 98 countries — particularly Gulf states affected by regional instability. Turkey's e-commerce volume exceeded 3 trillion Turkish lira in 2025, approaching 20 percent of total retail trade, while EU Green Deal requirements are generating both compliance costs and new market opportunities for Turkish exporters.

On 29 October 2025, Turkey's goods exports reached a Republic-era record of \$270 billion. Analysts nonetheless identify several structural prerequisites for sustained success: a transition toward high-technology manufacturing, expansion of domestic energy production, growth in research and development investment, and stronger international brand positioning.

# Esnek ambalajda tam entegrasyon

Yarım asrı aşan deneyimle sektörümüze yön veriyor, beş kıtada elliden fazla ülkede binlerce müşterimizle güçlü iş birlikleri kuruyoruz. Sürdürülebilirlik odağımızla döngüsel ekonomiye katkımızı her yıl artırıyor, dikey entegre iş modeline sahip şirketlerimizle geleceğe yol alıyoruz.

**bakioğlu**  
HOLDING

bakambalaj polibak bakgravür bareks bakcycle

# Tarımın ekonomik güç merkezi İzmir

*Anıl Yıkgeç*



İzmir stands out as one of Türkiye's most productive agricultural regions, contributing significantly to the national economy through crop diversity, livestock, aquaculture, and — increasingly — organic farming. Its varied climate and geography support a wide range of produce, from figs and grapes to olives, citrus, tobacco, and medicinal herbs, making it a natural leader in both conventional and organic agriculture.

SEE PAGE FOR THE ABSTRACT

26

**İzmir** tarım potansiyeli açısından oldukça geniş bir şehir olarak öne çıkıyor. İklim özellikleri ve coğrafi yapısı sebebiyle birçok bitki türü yetişebiliyor. Şehir; incir, tütün, üzüm, narenciye, zeytin, hububat, tıbbi ve aromatik bitkiler ve daha birçok ürünün yetişmesine elverişli bir ortam sunuyor. Bu sebeple organik tarımda da öncülük ediyor. Türkiye'de 1980'li yıllarda ilk organik tarım yapılan şehir olan İzmir, organik ürün ihracatının da yaklaşık yüzde 75'ini gerçekleştiriyor.

İzmir'in tarımına kısaca bakacak olursak, şehrin yüzde 29,5'i işlenebilir arazi-den oluşuyor. Toplam 353 bin 318 hektarlık işlenebilir arazilerin yüzde 48,1'i tarla, yüzde 43,4'ü meyve ve baharat, yüzde 8'i sebze, yüzde 0,5'i süs bitkileri arazisinden meydana geliyor. İzmir'deki işlenebilir arazi büyüklükleri göz önüne alındığında Bayındır, Torbalı, Tire, Selçuk, Kiraz ve Ödemiş ilçeleri ön planda bulunuyor.

İzmir Ticaret Odası verilerine göre 2020 yılı itibarıyla, İzmir'de toplam tarımsal üretim değeri yaklaşık 18 milyar TL olup bitkisel üretim değeri 7,4 milyar TL olarak tespit ediliyor. Pamuk, tütün, zeytin-zeytinyağı, üzüm ve incir önemli bir yere sahip olurken üretim ve ihracatı ile kent ekonomisine ciddi katkılar sağlıyor. Tarım sektörünün en önemli alt sektörlerinden biri birim alanda en yüksek verimliliğe sahip olan yaş sebze ve meyve sektörüdür.

Ege Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği (EYMSİB) verilerine göre, 2025 yılı sonu itibarıyla yaş meyve sebze ve meyve sebze mamulleri ihracatı toplamda 1 milyar 231 milyon dolar olarak gerçekleşti. Türkiye'de 2022 yılında 220 milyon dolar ile 5. sırada yer alan İzmir, 2025 yılında Antalya, Mersin ve Hatay'dan sonra 4. sırada yer aldı.

## Hayvansal ürünlerde de ekonomiyeye katkı sağlıyor

İzmir hayvan çeşitliliği de barındırıyor. TÜİK ve Tarım Bakanlığı'nın Şubat 2026'da yayımlanan güncel hayvansal üretim istatistiklerine göre İzmir'de 929 bin 791 büyükbaş, 851 bin 600 küçükbaş ve 20 milyon 388 bin 146 adet kanatlı bulunuyor. Buna bağlı olarak süt ve süt ürünleri sektörü de şehir ekonomisine önemli katkılar sağlıyor. İzmir'de 2025 yılı itibarıyla günlük ortalama 4 bin 850 ton civarında çiğ süt üretiliyor. Bu sütün neredeyse tamamı, kentlin gelişmiş kooperatifçilik ve soğuk zincir altyapısı sayesinde doğrudan sanayiye/işleme tesislerine aktarılıyor.

İzmir için su ürünleri sektöründe yetiştiricilik ve avcılık da önemli bir gelir kaynağı olarak belirleniyor. 2025 yılında İzmir Su Ürünleri Hali, toplam 51 bin 699 tonluk işlem hacmiyle Türkiye birincisi oldu. Şehir, özellikle su ürünleri yetiştiriciliğinde Muğla'nın ardından Türkiye'nin 2. büyük üretim bölgesi konumunda yer alıyor.

Ege İhracatçı Birlikleri (EİB) ve Ticaret Bakanlığı'nın paylaştığı 2025 yılı dış ticaret verilerine göre İzmir, 4 milyar 401 milyon dolarlık tarım ürünleri ihracatı gerçekleştirdi. Ege Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği (EYMSİB) üzerinden toplam 1 milyar 231 milyon dolarlık ihracat yapıldı. Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller 2025 yılında 1 milyar 999 milyon dolar ile bölgenin ihracat şampiyonu oldu.

## İzmir' organik tarımda lider!

İzmir, geleneksel ürünlerin yanı sıra son dönemlerde organik tarımla da diğer şehirlerden ayrışıyor. Türkiye'de ilk organik üretim çekirdeksiz kuru üzüm ile 1980'li yılların ortalarında İzmir'de başladı.

Tarım Orman Bakanlığı'nın 2022 yılı İzmir Tarımsal Yatırım Rehberi'nde İzmir'de tarımsal yatırım için uygun sektörler ve alanlar kapsamında 'organik ve iyi tarım' sektörü de yer alıyor. Bu rehberde tüm dünyada ve Türkiye'de yaşanan pandemi şartları açısından organik tarım ve iyi

tarımın hem insanların sağlığının hem de doğaya ve çevrenin korunması açısından çok daha büyük önem kazandığı vurgulanıyor. Üretici yenilikçi ve bilgiye açık, kolay kabul edip uygulayan bir yapıda olduğu için İzmir'de kayıtlı, kontrollü, sertifikalı üretim modelleri yaygın olarak kullanıldığı belirtiliyor. Raporda üretilen ürünlerin paketlenmesi, işlenmesi, depolanması, pazarı ve ihracatını gerçekleştirecek büyük firma ve işletmeler bulunduğu dikkat çekiliyor. Ayrıca raporda İzmir'in organik üretim yapan üretici sayısı, üretim alanları, ürün çeşitliliği, organik pazarların varlığı ve organik ürün ihracatı açısından ülke genelinde 1. konumda olduğu ifade ediliyor.

Organik Tarım Araştırma Enstitüsü (FIBL) ve Uluslararası Organik Tarım Hareketleri Federasyonu (IFOAM) tarafından hazırlanan organik tarım istatistiklerine göre, dünyada organik tarıma en çok toprak ayıran ülke Avusturya. Türkiye bu listede Avusturya, Hindistan, Arjantin ve Çin'in ardından 26. sırada yer alıyor. Tarım ve Orman Bakanlığı'nın 2024 yılı verilerine göre, Türkiye'de organik bitkisel üretim miktarı 1 milyon 301 bin 248 ton ve üretim alanı ise 241 bin 490 hektar. Organik ürünlerin 34 bin 169 tonu İzmir'de, 109 bin 745 tonu Manisa'da ve 131 bin 6 tonu Aydın'da üretiliyor.

## Organik ihracatını Ege göğüslüyor

Ege İhracatçı Birlikleri (EİB) verilerine göre, Türkiye'nin toplam organik ürün ihracatının yaklaşık yüzde 75'i Ege Bölgesi'nden, özellikle İzmir Limanı üzerinden gerçekleştiriliyor. Türkiye genelindeki toplam organik üretim miktarının yüzde 3,28'i doğrudan İzmir tarafından karşılanıyor. Örneğin Seferihisar ilçesinde 141 üretici, yaklaşık 9 bin 525 dekar arazide profesyonel organik üretim yapıyor. İzmir, yağlık zeytin üretiminde yüzde 20,16 pay ile Türkiye lideri oluyor. Organik zeytincilikte Yarımada (Urla, Karaburun, Çeşme) ve Seferihisar-Menderes hattı yüksek verimlilik sunuyor. 82 bin 383 ton ile Türkiye'nin en büyük kiraz üreticisi olan İzmir, organik kiraz ihracatında Kemalpaşa ilçesiyle

dünyada ilk sıralarda yer alıyor. Organik kuru incir ve kuru üzüm, İzmir'in en yüksek katma değerli organik ihracat kalemleri arasında bulunuyor.

## İTB'de organik tarım vurgusu

İzmir Ticaret Borsası Başkanı İhsın Kestelli, dünyadaki organik tarım gelişmelerine dikkat çekiyor. Üreticiler açısından geliri artırıcı yöntemlerin başında organik tarımın yer aldığını ifade eden Kestelli, "2024 yılı itibarıyla, organik tarım alanları dünya genelinde önemli bir büyüme gösterdi. Ancak bu büyümenin bazı bölgelerde daha belirgin bir şekilde olduğu, geneli kapsamadığı da açıkça görülüyor. Okyanusya, Avrupa ve Latin Amerika organik tarımda giderek daha büyük paylara sahip olurken, diğer ülkeler ve bölgeler bu büyümeye daha sınırlı katkı sunabiliyor. Özellikle organik tarımda lider konumda olan Avustralya gibi ülkeler önemli bir ürün çeşitliliği sunarak sektördeki gelişmeleri yönlendirebiliyor. Avrupa'da ise Lihtenştayn gibi küçük ülkelerde bile organik tarımın toplam tarım alanındaki payı oldukça yüksek seviyelere ulaşabiliyor. 2024 yılı itibarıyla, organik üretici sayısındaki artış, özellikle bazı bölgelerden gelen verilerle destekleniyor. Organik ürün ithalatında ise özellikle Avrupa Birliği ve ABD bazlı önemli bir artış söz konusu. Küresel organik pazar büyüklüğü de ABD, Almanya, Çin etkisiyle rekor seviyelere ulaşmış durumda. Tüketim açısından başta İsviçre ve Danimarka olmak üzere gelir seviyesi yüksek ülkeler kişi başına organik ürün tüketiminde öne çıkıyor" diyor.

Küresel konjonktürde organik ürünler her geçen gün daha da değerlendirilerek, Türkiye'nin mevcut 1 milyar dolar seviyesindeki organik ihracatı bulunuyor. EİB tarafından, İzmir'deki sürdürülebilir tarım ve "Yeşil Mutabakat" uyum çalışmalarında organik ürün ihracatının yaklaşık yüzde 75'i (750 milyon dolar) İzmir üzerinden gerçekleştirildiği ifade ediliyor. Türkiye genelinde 1 milyar dolar sınırını aşan organik ürün ihracatının ilk etapta 1,5 milyar dolara çıkarılması planlanıyor. Türkiye için konulan 1,5 milyar dolar hedef gerçekleştirildiğinde, İzmir'in bu rakamdaki payının 1,1 milyar doların üzerine çıkması bekleniyor.



# İzmir: Türkiye's Agricultural Powerhouse

*Anıl Yıkgeç*



**İzmir** stands out as one of Türkiye's most productive agricultural regions, contributing significantly to the national economy through crop diversity, livestock, aquaculture, and — increasingly — organic farming. Its varied climate and geography support a wide range of produce, from figs and grapes to olives, citrus, tobacco, and medicinal herbs, making it a natural leader in both conventional and organic agriculture.

Nearly 30% of İzmir's land is arable, covering around 353,000 hectares. The bulk of this is dedicated to field crops and fruit, with districts such as Bayındır, Torbalı, Tire, Selçuk, Kiraz, and Ödemiş forming the agricultural backbone of the city. According to İzmir Chamber of Commerce data, total agricultural production value reached approximately 18 billion Turkish lira, with crop production alone accounting for 7.4 billion lira.

Fresh fruit and vegetables are among the highest-value subsectors. According to the Aegean Fresh Fruit and Vegetable Exporters Association (EYMSİB), exports of fresh and processed fruit and vegetables reached \$1.23 billion in 2025, placing İzmir fourth among Türkiye's leading export provinces in this category.

## Animal-based products also contribute to the economy

Livestock and dairy also make a substantial contribution. As of early 2026, İzmir is home to nearly 930,000 cattle, 851,000 small ruminants, and over 20 million poultry. Daily raw milk production averages around 4,850 tons, almost all of which feeds directly into the city's well-developed processing and cold chain infrastructure.

In aquaculture and fishing, İzmir leads the country. The İzmir Fish Market recorded a total transaction volume of 51,699 tons in 2025, ranking first in Türkiye. The city is also the country's second-largest aquaculture production region after Muğla. Seafood and animal products were İzmir's top export category in 2025, reaching \$2 billion. Total agricultural exports from the city amounted to \$4.4 billion for the year.

## A leader in organic agriculture

Organic farming is where İzmir truly sets itself apart. Türkiye's first organic agricultural production — seedless dried grapes — was carried out in İzmir in the mid-1980s, and the city has held a national leadership position ever since. İzmir ranks first in Türkiye in terms of the number of organic producers, cultivated area, product variety, market infrastructure, and organic export volume. Around 75% of Türkiye's total organic product exports are shipped through the Aegean region, primarily via the Port of İzmir, amounting

to approximately \$750 million of Türkiye's current \$1 billion annual organic export total.

İzmir leads organically across several specific products. The city holds a 20% share of Türkiye's olive oil production and is the country's largest cherry producer with 82,383 tons annually — with the Kemalpaşa district ranking among the world's top organic cherry exporters. Organic dried figs and raisins remain İzmir's highest value-added organic export products.

İzmir Trade Exchange President İşinsu Kestelli highlights the global momentum behind organic agriculture, noting that while growth is concentrated in Oceania, Europe, and Latin America, demand from the EU and the United States continues to drive the global organic market to record levels. Türkiye currently exports around \$1 billion in organic products annually, with a target of reaching \$1.5 billion. If that target is met, İzmir's share is expected to exceed \$1.1 billion — cementing the city's role as the engine of Türkiye's organic export ambitions.

**Kuruluşunun 85. yılında Ticaret Gazetesi'ni,  
köklü geçmişi, tecrübesi ve ilkeli gazetecilik anlayışıyla  
yürekten kutluyorum.**

*Yıllardır büyük bir titizlikle hazırladığı haberler ve derinlikli yorumlarıyla iş dünyasına ışık tutan Ticaret Gazetesi, yalnızca bir yayın organı olmanın ötesinde, güvenilir bir rehber olmayı başarmıştır.*

*İZİKAD üyelerine köşelerinde yer vererek, sesimizi ve uzmanlık alanlarımızı kamuoyuna ulaştırmamıza vesile olması bizler için ayrı bir değer taşımaktadır. Bu anlamlı katkıları için kendilerine gönülden teşekkür ediyorum.*

**Ticaret Gazetesi'nin nice yıllar boyunca aynı özveri ve başarıyla yoluna devam etmesini diliyor, birlikte daha pek çok güzel başarıyı paylaşmayı temenni ediyorum.**

**Özden Monkul ERTEN**  
İZİKAD Yönetim Kurulu Başkanı

**TİCARET**

8 TEMMUZ 2025 SALI

7

**Gelecek için Kadın**

**Alkansı Sedef Küçük**

Avukat

Scti-Legal / Sistem Global Danışmanlık  
İZİKAD Üyesi

Gayrimenkul Dünyasındaki Son  
Gelişmeler Işığında Gayrimenkul  
Yatırım Fonları ile Tanışma Vakti

Değerli okurlar;

Bugünkü yazımda, karşılıklı yararlılık  
geleceği konu ve kâfide ele al-  
ve çok değerli bilgi ve yorumlardan bu-  
luyorum. Tamdime. Bugün de sizlerle  
gayrimenkul dünyasındaki son  
17.07.2024 tarihli, ve özellikle  
kapsamında aldığı gelişmelerle ilgili  
değerli projeleri geliştirme/duyurum yönünü  
adımın kamu ve topluma bırakarak  
etkileri ile değerlendireceğim.

**TİCARET**

9 TEMMUZ 2025 ÇARŞAMBA

7

**Gelecek için Kadın**

**Zehra AKYÜZ**

İZİKAD Üyesi

**Kâr değil, nakit hayatta  
tutar**

Türkiye'deki küçük ve orta ölçekli işlet-  
melerin finansal olarak ayakta kalması,  
ülkenin genel ekonomisi için gerçekleştirilen  
çok önemli. Ancak bu işletmelerin uzun  
süreli ve başarılı olarak çalışmaları için  
yeterli ve yeterli kaynakların sağlanması  
ve işletmelerin nakit akışlarının sağlıklı  
olması büyük önem taşımaktadır.

**Kâr etmek başta,  
kasada para olması başta**

En sık gördüğüm hatalardan biri işletme  
sahiplerinin sadece gelir tablosuna baka-  
rak "bu ay iyi kâr ettik" diye düşünmesi.  
Kârın üzerinde her şey yolunda görünür  
ama ay sonu gelindiğinde ödeyecek nakit  
olmuyor. İşletmeyi sürdürmenin nakit  
çay gelecek borsak değil, nakit nakit.

**TİCARET**

10 HAZİRAN 2025 SALI

7

**Gelecek için Kadın**

**Gülşah Engin**

İZİKAD Üyesi

**HVAC Sistemlerinde  
Filtrelerin Rolü, Önemi ve  
HVAC Sistemi Bakımının  
İnsan Sağlığına Etkileri**

HVAC (Isıtma, Havalandırma ve Klima)  
sistemleri... modern yaşamın vazgeçilmez  
bir parçasıdır. Hem konforu bir iş mekanı  
için sağlarken hem de enerji verimliliği  
açısından büyük bir öneme sahiptir. HVAC  
sistemlerinin zamana bağlı olarak çalış-  
tırılması için düzenli filtre değişimi  
gereklidir. Filtreler, iç mekân havasını  
temizler. İyileştirme çalışmaları da esas  
temizlikten önce yapılmalıdır. İç mekân-  
larda büyük ölçüde koku ve tozün  
özelliklerini uzatır.

**TİCARET**

9 TEMMUZ 2025 SALI

7

**Gelecek için Kadın**

**Gizem İdal**

Devlet Destekleri Danışmanı  
İZGO Yatırım Destek Akademisi  
Kurucusu - İZİKAD Üyesi

**Geleceğin Ekonomisi:  
Sürdürülebilir Yatırımlar  
ve Teşvikler**

Dünya, ekonomik ve ekolojik olarak  
kritik bir dönüme geçiyor. Sür-  
dürülebilirlik, sadece bir kavram  
olmaktan çıkıp yatırım kararlarında  
belirleyici bir faktör haline geliyor.  
Hem kamu hem özel sektöre getirilen  
değişime uyum sağlama için bu  
değişime uyum sağlama için özel teşvikler bu  
değişime uyum sağlama için büyük bir rol  
oynuyor. Peki, bu süreçte daha etkin  
ve verimli yönetmek için neler  
yapabiliriz?

**TİCARET**

9 TEMMUZ 2025 SALI

7

**Gelecek için Kadın**

**Burcu KAPLAN**

İZİKAD Üyesi

**"Kentsel Dönüşüm ve  
Tarihi Yapılar"**

Ölkemizde yakın zamanda yaşanan 6  
Şubat Marş ve Hatay depremleri son-  
rası 10 yıldır süredir gündemimizde olan  
KENTSEL DÖNÜŞÜM uygulamaları aciliyet  
kazanmıştır. Çözümler, nüfus artışı sonu-  
planlı uygulamalar ve kentte tonda  
özellikli bir faktör haline geliyor.  
Hem kamu hem de özel sektörün  
değişime uyum sağlama için bu  
değişime uyum sağlama için büyük bir rol  
oynuyor. Peki, bu süreçte daha etkin  
ve verimli yönetmek için neler  
yapabiliriz?



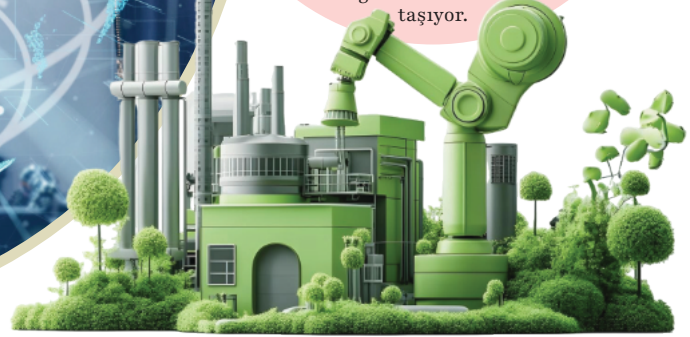
# Türk sanayisi dönüşümde küresel zorluk dinlemiyor

Seren Kardeşahin



Sanayide yeşil dönüşüm; döngüsel ekonomi ve kaynak verimliliği, enerji ve karbon yönetimi, Ar-Ge ve yeşil teknolojilerini temel önceliklerine alıyor. Üret, tüket ve at modelinden çıkarak malzemelerin yeniden kullanımı, geri dönüşümü ve döngüsel ekonomi modeline geçiş önceliklerden biri haline geldi. Temiz teknolojilerle karbon emisyonlarını azaltmak, enerji ve su tüketimini düşürmek hedeflerden biri oldu.

Türkiye Yeşil Sanayi Projesi, 2023-2029 yılları arasında 450 milyon dolar bütçeli hayata geçerek firmalara teknik kapasite geliştirme ve yeşil dönüşüm finansmanı sağlanması amacını taşıyor.



**Türkiye** sanayi üretiminde açıklanan verilere göre aylık ve yıllık bazda büyüme kaydederken, küresel olarak yaşanan belirsizliğe karşı ayakta durmaya çalışıyor. Dünyada yaşanan savaşlar ve jeopolitik gerilimler Türkiye'yi yakından ilgilendirirken özellikle Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ve İsrail'in İran'a saldırması ile adeta savaş alanına dönen Orta Doğu'da işler karmaşık hale geldi. Hürmüz Boğazı'nın kapanması ve petrol ile ham madde geçişinin sağlanamaması tedarikleri düşürerek küresel ölçekte kriz yarattı. Türk sanayisi, ekonomik krizden en az zararlı çıkmaya çalışırken, bir de savaş ekonomisiyle karşı karşıya geldi. Sanayide üretim artarken, sanayicinin bu süreci zorlu koşullarda yönetmesi dikkati çekti.

## Sanayi üretiminde yıllık artış %2,2

Türkiye'de 2026 şubat ayında sanayi üretimi yıllık yüzde 2,2 artarken aylık bazda yüzde 2,6 oranında artış kaydedildi. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre madencilik ve taş ocaklığı sektörü endeksi bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 4,1, imalat sanayi sektörü endeksi yüzde 2,4 artarken; elektrik, gaz, buhar ve iklimlendirme üretimi ve dağıtım sektörü endeksi ise yüzde 2,2 azaldı.

Sanayi üretiminde şubatta ocak ayına göre madencilik ve taş ocaklığı sektörü endeksi bir yüzde 0,4, imalat sanayi sektörü endeksi yüzde 3,3 arttı. Bununla beraber yıllık bazda olduğu gibi aylık bazda da elektrik, gaz, buhar ve iklimlendirme üretimi ve dağıtım sektörü endeksi yüzde 3,6 oranında düştü.

Türkiye's industrial sector recorded annual growth of 2.2 percent in February 2026, demonstrating resilience amid geopolitical instability, supply chain disruption, and rising input costs. According to the Turkish Statistical Institute (TÜİK), the mining and quarrying index rose 4.1 percent year-on-year and the manufacturing industry index increased 2.4 percent, while the electricity, gas, and air conditioning sector contracted by 2.2 percent. Industry accounts for approximately 20 percent of GDP and remains the primary engine of economic growth, with the manufacturing sector generating more than 90 percent of total exports across automotive, chemicals, ready-made garments, and food processing.

SEE PAGE FOR THE ABSTRACT

30

## Büyümenin lokomotifi sanayi oldu

Türk ekonomisinde sanayi gayri safi milli hasılanın yaklaşık yüzde 20'sini doğrudan oluştururken büyümenin lokomotifi konumunda yer alıyor. Son açıklanan verilere göre sanayi üretim endeksi yıllık bazda yüzde 2,2 artış gösterirken bu da 2025'in son çeyreğindeki durağanlığın ardından gelen toparlanma eğilimini yansıttı. İmalat sanayii, toplam ihracatın yüzde 90'ından fazlasını oluştururken, otomotiv, kimya, hazır giyim ve gıda sanayii; ihracatın amiral gemileri olmaya devam etti.

## Marmara Bölgesi sanayi üretiminde liderliğini koruyor

Sanayi faaliyetlerinde Marmara Bölgesi öne çıksa da Anadolu da sanayiye katkı sağladı. İstanbul, Kocaeli, Bursa ve Tekirdağ illeri otomotiv, kimya ve ilaç sanayinin merkezi konumuna ulaştı. Ege ve İç Anadolu da sanayide önemli bölgelerden ikisi. İzmir'de petrol türevleri ve gıda sanayi öne çıkarken Manisa beyaz eşya ile çarkı döndürüyor. Ankara, TUSAŞ gibi tesisleri bünyesinde barındırmasıyla savunma ve havacılık alanında stratejik öneme sahipken Eskişehir de bu alanda öne çıkmaya başladı.

Türk sanayisinde en kritik gündem maddesi olarak teknoloji yoğunluğu ve ithalata bağımlılık dikkati çekiyor. Üretim büyük kısmı düşük ve orta düşük teknoloji sınıfında gerçekleşirken savunma sanayii ve insansız hava aracı (İHA) ile silahlı insansız hava aracı (SİHA) teknolojilerinde yükselen ivme yüksek teknoloji payını yukarı çekiyor. Ayrıca Avrupa Yeşil Mutabakatı çerçevesinde Türk sanayicisi karbon vergisinden etkilenmemek amacıyla enerji verimliliği ve yenilenebilir enerji yatırımlarına ağırlık veriyor.

Sanayi sektöründe ön plana çıkan zorluklar arasında finansman maliyeti, girdi maliyetleri ve dışa bağımlılık yer alıyor. Özellikle 2026'nın ilk aylarında ABD ve İsrail'in İran'a saldırmasıyla karışan Orta Doğu, küresel ticareti etkiledi. Zaten zorluk içerisinde olan sanayici, navlun maliyetlerinin artması, ham maddeye erişimde zorluk ve petrol fiyatlarının fırlamasıyla karşılaşarak daha zor bir sürece girdi. Yüksek faiz ortamı, sermaye yoğun yatırımları ve işletme sermayesi ihtiyacını zorladı. Türk sanayicisi, genel olarak krediye erişim kolaylığı sağlanmasını talep ederken düşük faizin önemine değinirken enerji ve ham madde fiyatlarındaki küresel dalgalanmalar, maliyetleri doğrudan etkiledi. Özellikle bu dönemde ara maldaki ithalata bağımlılık döviz kuru sebebiyle hassas bir konu başlığı olarak öne çıktı.

## Yüksek teknolojlili sanayide Türkiye yükselen güç

Türkiye'nin yatırımlarda ve yüksek teknolojlili sanayi üretiminde kaydettiği artış, yüksek teknolojlili ürün ihracatına da yansdı. İhracat verilerine bakıldığında 2025 yılında yüksek teknolojlili ürünlerin ihracatı yüzde 12,7 oranında artışla 9,9 milyar dolara ulaştı. Orta-yüksek teknolojlili ürün ihracatı yüzde 10,6 oranında artışla 102,1 milyar dolara çıktı. 2025 yılında ihracatın yüzde 43,5'ini orta-yüksek ve yüksek teknolojlili ürünler oluşturdu.

## Türkiye, AB'nin beşinci en büyük ticaret ortağı

Türkiye, Avrupa Birliği'nin en büyük beşinci ticaret ortağı haline geldi. İkili ticaret hacmi geçen yıl 232,7 milyar dolar seviyesine çıktı. AB'ye ihracat yüzde 7,8 oranında artışla 117 milyar dolara yükseldi.

Gümrük Birliği (GB) modernizasyonu talebi de en yüksek kademedeki yankılandı. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan da, "Avrupa Birliği ile ticari ilişkilerimizin sürdürülebilir şekilde geliştirilmesi için gümrük birliğinin modernizasyonu artık kaçınılmazdır. Avrupa Birliği'nin konseyden gerekli yetkiyi çıkartarak daha fazla vakit kaybetmeden ülkemizle müzakereleri başlatmasını ümit ediyoruz" dedi.

## Sanayicinin gündeminde "Gümrük Birliği" var

AB'nin gündeme aldığı yeni reform ve mekanizmalar Türkiye'yi yakından ilgilendiriyor. Gümrük Birliği Reformu, sanayinin en önemli başlıklarından biri olarak öne çıkıyor. 27 Mart'ta AB, gümrük süreçlerini dijitalleştirilen ve yeni bir gümrük otoritesi kurulmasını öngören reform paketi üzerinde anlaşta. Paket, e-ticaret yapan Türk firmaları için 1 Kasım 2026'dan itibaren yeni işlem ücretleri ve veri bilfirim zorunluluklarını beraberinde getirecek.

Bir diğer önemli başlık ise Sınırdaki Karbon Düzenleme Mekanizması (SKMD). Avrupa Birliği'nin Yeşil Mutabakat kapsamında Türk sanayicisi karbon vergisiyle karşı karşıya kaldı. Gübre, çimento, demir-çelik ve alüminyum sektörlerinde standartlara uyum için dönüşüm süreci yaşanmaya başladı.

Bu yıl, sanayiciler için denetimin dijitalleştiği yıl oldu. Yeni Sanayi Sicil Tebliği ile 15 Nisan 2026 itibarıyla sanayi sicil belgelerinde vize zorunluluğu kalktı. Yıllık işletme Cetvelleri ile otomatik güncellenmeye başlandı. Yeşil Mutabakat Uyum Destekleri kapsamında Ticaret Bakanlığı, Responsible Programı kapsamında firmaların sertifikasyon süreçleri ve yeşil dönüşüm danışmanlığını finanse eden teşvik paketlerini devreye aldı.

## Türkiye'nin sanayi üssü İzmir'de OSB ve Serbest Bölge Ağı

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı verilerine göre nisan ayı itibarıyla Türkiye'de faaliyette olan 297 OSB bulunuyor. Bursa, 16 faal OSB ile zirvede yer alırken, İzmir ve Ankara 13'er OSB ile ikinciliği paylaşıyor. Aliağa Kimya İhtisas ve Karma, Bağyurdu (BAYOSB), Bergama, Buca Ege, İTOB, İzmir Atatürk, İzmir Kemalpaşa, İzmir Pancar, Kınık, Menemen Plastik İhtisas, Ödemiş, Tire, Torbalı Karma ve Mobilya Organize Sanayi Bölgeleri, İzmir'in çeşitli ilçelerinde faaliyet gösteriyor. Dikili Tarıma Dayalı İhtisas, İzmir Bayındır Tarıma Dayalı İhtisas, İzmir Aliağa Bağyurdu Özel, İzmir Kınık Bitkisel Üretim (Tohum, Fide, Tıbbi ve Aromatik Bitkiler vb.) Tarıma Dayalı İhtisas gibi sanayi bölgeleri İzmir'de faaliyetlerine devam ediyor.

İzmir, Türkiye'nin en büyük 500 sanayi kuruluşunun yaklaşık yüzde 10'una ev sahipliği yapıyor. İzmir aynı zamanda 3 Serbest Bölge ile

yapılmış sanayi ağına sahip bir şehir ünvanını taşıyor. Ege Serbest Bölgesi (ESBAŞ), İzmir Serbest Bölgesi (İZBAŞ) ve Batı Anadolu Serbest Bölgesi (BASBAŞ) ihracat odaklı firmalara önemli avantajlar sağlıyor.

Aliağa, Çiğli ve Kemalpaşa'da yoğunlaşan üretim, liman lojistiğiyle beraber çalışarak yüksek ihracat kapasitesine ulaşıyor. Tarıma dayalı sanayide de İzmir, önemli merkezlerden biri. İzmir'de sanayi hayatında öne çıkan sektörler gıda, tütün, tekstil, hazır giyim, makine, demir-çelik, petrokimya, otomotiv ve plastik sanayi olarak öne çıkıyor.

İzmir, Ege Bölgesi Sanayi Odası'na (EBSO) ev sahipliği yaparken, Aliağa'da Star Rafineri, Tüpraş ve Petkim tesisleri ile Kemalpaşa ve Torbalı sanayinin kalbi olarak İzmir'de atıyor. Alsancak ve Aliağa Limanı da sanayi ürünlerinin sınır ötesine ulaşımını kolaylaştırarak İzmir'i yurt dışına açan kapı görevi görüyor.

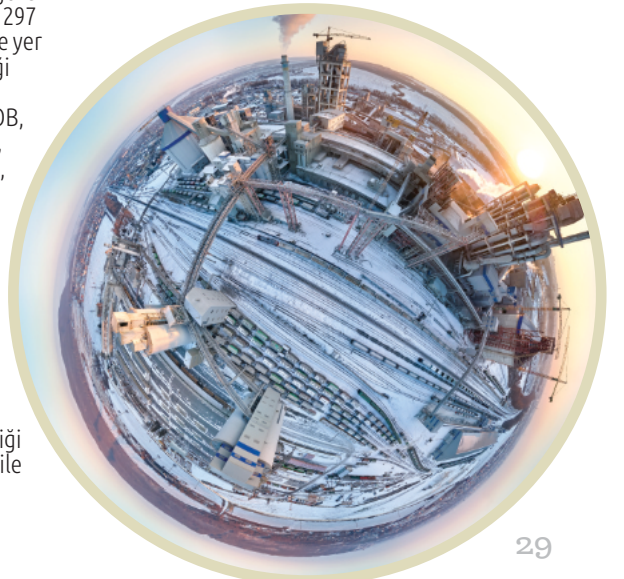
## Teknolojinin gücü, 5 teknopark ile İzmir'de hissediliyor

Ayrıca İzmir'de faaliyet gösteren 5 teknopark bulunuyor. Dokuz Eylül Teknoloji Geliştirme Bölgesi, Ege Teknopark Teknoloji Geliştirme Bölgesi, İzmir Bilim ve Teknoloji Parkı Teknoloji Geliştirme Bölgesi, İzmir Teknoloji Geliştirme Bölgesi ve Kuzey İzmir Teknoloji Geliştirme Bölgesi; kentin teknolojik yönünü ortaya çıkarıyor.

## Kemalpaşa Lojistik Köyü'nde çalışmalar devam ediyor

Kemalpaşa Lojistik Köyü (Kemalpaşa Lojistik Merkezi), Ege Bölgesi'nin üretim merkezlerine hizmet vermek üzere geliştirilen, Türkiye'nin en büyük lojistik projelerinden biri. Eylül 2025'te parselasyon planları kesinleşirken, projenin 2026'nın yaz aylarında bitmesi planlanıyor.

Lojistik köyde toplamda yaklaşık 3 kilometre kare alana yayılan bir proje olarak tasarlanırken, ilk etapta 1,3 kilometrekarelik kısmın altyapısı tamamlandı. Projenin ilk aşamasında 100 bin metrekare alanda 357 araçlık uluslararası TIR parkı, 237 araçlık taşıt üstü supalan sahası ve 129 araçlık gümrüklü araç parkı yer alması öngörülüyor. Bölgedeki lojistik merkezin, yıllık 25-35 milyon ton civarındaki karayolu taşıma potansiyeline hizmet etmesi bekleniyor.



# Turkish Industry Navigates Global Turbulence Through Transformation



The transition to a low-carbon industrial model has become a defining strategic priority. The Turkey Green Industry Project, funded at \$450 million over 2023 to 2029, supports firms in adopting circular economy principles, improving energy and resource efficiency, and investing in clean technologies. As EU green regulatory requirements intensify, compliance with international environmental standards is increasingly recognized not merely as a legal obligation but as a prerequisite for sustained export competitiveness.

*Seren Karaşahin*



**Türkiye's** industrial sector recorded annual growth of 2.2 percent in February 2026, demonstrating resilience amid geopolitical instability, supply chain disruption, and rising input costs. According to the Turkish Statistical Institute (TÜİK), the mining and quarrying index rose 4.1 percent year-on-year and the manufacturing industry index increased 2.4 percent, while the electricity, gas, and air conditioning sector contracted by 2.2 percent. Industry accounts for approximately 20 percent of GDP and remains the primary engine of economic growth, with the manufacturing sector generating more than 90 percent of total exports across automotive, chemicals, ready-made garments, and food processing.

## Geopolitical Pressures and Structural Vulnerabilities

The regional security environment has compounded existing structural challenges. Military operations against Iran in early 2026 destabilized the Middle East and disrupted global trade flows. The partial closure of the Strait of Hormuz constrained the movement of petroleum and raw materials, driving up freight costs and commodity prices at a time when Turkish manufacturers were already contending with elevated financing costs and exchange rate volatility. Dependence on imported intermediate goods priced in foreign currency remains a persistent vulnerability.

Despite these pressures, Turkey is advancing in high-technology manufacturing. Exports of high-technology products reached \$9.9 billion in 2025, a year-on-year increase of 12.7 percent, while medium-high technology exports rose 10.6 percent to \$102.1

billion. Together, these categories accounted for 43.5 percent of total exports, driven significantly by the defense industry and unmanned aerial vehicle production.

## EU Trade Relations and Regulatory Obligations

Turkey has become the EU's fifth-largest trading partner, with bilateral trade reaching \$232.7 billion and exports to the EU rising 7.8 percent to \$117 billion. President Erdoğan has called for the modernization of the Customs Union, urging that negotiations commence without further delay.

Two regulatory developments carry particular significance. The EU's customs reform package, agreed on 27 March, digitalizes procedures and introduces new transaction fees and data reporting obligations for Turkish e-commerce firms from November 2026. The Carbon Border Adjustment Mechanism is now fully in force, exposing Turkish exporters in the fertilizer, cement, steel, and aluminum sectors to carbon pricing obligations. In response, the Ministry of Trade has activated incentive packages under the Responsible Program, financing green transition consultancy and certification for eligible firms. A new Industrial Registry Communiqué, effective 15 April 2026, has additionally digitalized compliance procedures, removing the previous visa requirement for industrial registry documents.

## İzmir as an Industrial Hub

İzmir occupies a strategically significant position within Turkey's industrial geography. The city is home to 13 active Organized Industrial Zones — second only to Bursa nationally — covering chemicals, petrochemicals, plastics, food processing, textiles, automotive components, and agricultural manufacturing. İzmir hosts approximately 10 percent of Turkey's 500 largest industrial establishments and operates three free zones — EŞBAŞ, İZBAŞ, and BASBAŞ — providing preferential conditions for export-oriented firms.

Production is concentrated in Aliğa, Çiğli, and Kemalpaşa, where the Star Refinery, Tüpraş, and Petkim operate in close proximity to port infrastructure at Alsacak and Aliğa. Five technoparks, including Dokuz Eylül and Ege Teknopark, underpin the city's research and innovation capacity. The Kemalpaşa Logistics Village, one of Turkey's largest logistics infrastructure projects, covers approximately three-square kilometers and is scheduled for completion in summer 2026. Its first phase includes an international heavy goods vehicle park for 357 vehicles and bonded transit facilities, with a projected annual road freight capacity of 25 to 35 million tons.

# 75 YILDIR AYNI HEYECAN AYNI KALİTE...

## *Kendi Enerjisini Üreten Depolar*

Depolarımız artık çatılarına kurulan güneş panelleri sayesinde kendi enerjilerini üretiliyor. Bu yenilikçi yaklaşım ile hem karbon ayak izimizi minimize ediyoruz

### **SEKTÖREL ÇÖZÜMLER**

Müşterilerimizin sektörlerine özel ve özgün projeler üretiliyor, sizlere en iyi hizmeti verebilmek için sürekli çalışıyoruz.

### **İZLENEBİLİR HİZMET**

Anlaşılabilir firmalarımızın ürün izlenebilirliğini sağlayabilmek için, kare kod uygulaması kullanıyoruz

### **VERİMLİ REKABET.**

Sektörümüzdeki rekabet, ürün kalitesinin ötesinde, tedarik zinciri yönetimindedir. Biz müşterilerimize, "yarını bugünden yaşamaya hazır mısınız?" mottosuyla yaklaşıyoruz

### **ENERJİ ÜRETELEN DEPOLAR**

Sürdürülebilirlik artık bir tercih değil, geleceğe bırakılan bir imza. Çatılarını devasa birer enerji santraline dönüştüren yeni nesil depolama tesislerimiz, gücünü doğrudan güneşten alıyor.



# Savunma sanayiinde 'derinleşme-üretim' dönemi

*Seda Çök*

“ 100.000+  
istihdam  
mal ihracatı  
10.054.000.000  
hizmet ihracatı  
184.000.000  
aktif proje  
1.400  
firma  
4.000 ”



Video linki için  
dokunun

TOUCH / CLICK TO VIEW  
THE LINKED VIDEO

In a period of rapid global realignment and shifting security architectures, the defense industry has become a decisive indicator not only of military capability but of economic strength, technological independence, and geopolitical influence. Türkiye has entered a new phase in this transformation — one in which the investments and policy decisions of the past two decades are beginning to yield tangible, large-scale results.

**Küresel sistemin** hızla sertleştiği, güvenlik mimarisinin yeniden şekillendiği bir dönemde savunma sanayii artık yalnızca askeri kapasitenin değil; ekonomik güç, teknolojik bağımsızlık ve jeopolitik etkinliğin de en belirleyici unsurlarından biri haline geldi.

Türkiye ise bu dönüşüm sürecinde, son yirmi yılda attığı adımların somut sonuçlarını almaya başladığı yeni bir evreye girdi. Geçtiğimiz aylarda Antalya'da düzenlenen 5. Savunma ve Havacılık Sanayinde Küresel Stratejiler Konferansı'nda ortaya konulan veriler ve yapılan değerlendirmeler, sektörün artık "geliştirme ve kabiliyet kazanma" aşamasını geride bırakarak "seri üretim, sürdürülebilir ihracat ve küresel rekabette kalıcılık" dönemine geçtiğini açık biçimde ortaya koydu.

2025 yılında 10 milyar doların üzerine çıkan savunma ve havacılık ihracatı, bu dönüşümün en görünür çıktısı oldu. Ancak sektör temsilcilerinin ve ekonomi yönetiminin ortak vurgusu, gelinen noktanın bir sonuçtan çok yeni bir başlangıç olduğunu ortaya koyuyor.

## 10 milyar doların ötesi ne ifade ediyor?

Savunma sanayii, uzun yıllar boyunca daha çok iç ihtiyaçları karşılamaya odaklı, sınırlı ihracat kapasitesine sahip bir yapıdaydı. 2000'li yıllarla birlikte başlatılan yerli üretim ve teknoloji geliştirme politikaları, sektörü adım adım farklı bir noktaya taşıdı.

Bugün gelinen noktada 10 milyar dolar eşiğinin aşılması, yalnızca bir büyüklük göstergesi değil; aynı zamanda üç temel dönüşümün tamamlandığını gösteriyor: Teknoloji geliştirme kapasitesinin olgunlaşması, ürünlerin sahada kendini kanıtlaması, Küresel pazarlarda kabul görmesi...

Cumhurbaşkanı Yardımcısı Cevdet Yılmaz'ın da vurguladığı gibi, Türkiye savunma sanayiinde erken hareket etmenin avantajını yaşıyor. Ancak Avrupa başta olmak üzere birçok ülkenin son dönemde bu alana hızla yönelmesi, önümüzdeki 5-10 yıl içinde rekabetin çok daha sert hale geleceğini gösteriyor. Bu nedenle mevcut avantajın hızla derinleştirilmesi gerekiyor.

## Sektörün yeni kimliği: Geliştiren değil üreten güç

Savunma sanayiinde yaşanan en kritik kırılma, sektörün yapısal karakterinde gerçekleşti. Uzun yıllar boyunca AR-GE projeleri, prototipler ve teknoloji gösterimleriyle ilerleyen sektör, bugün artık seri üretim kapasitesiyle tanımlanan bir sanayi kolu haline geldi.

Rakamlarla sektör değerlendirildiğinde; Türkiye genelinde 4 bini aşkın firma, 1.600'ün üzerinde onaylı tedarikçi, yaklaşık 1.400 aktif proje ile çok katmanlı bir üretim ekosistemi oluşmuş durumda.

SEE PAGE FOR THE ABSTRACT

34

Bu yapı, yalnızca büyük savunma şirketlerinden oluşan bir modelin ötesine geçerek, KOBİ'lerin de dahil olduğu geniş bir sanayi tabanı yaratmış durumda. Ana yüklenicilerin işlerinin önemli bir kısmını KOBİ'lere devretmesi, hem maliyetleri düşüren hem de üretim esnekliğini artıran bir model olarak öne çıkıyor. Sektördeki dönüşümün en somut göstergesi ise teslimat hızlarında yaşanan artış.

ALTAY tankı, HÜRKUŞ eğitim uçağı, hava savunma sistemleri ve insansız platformlar gibi projelerde artık üretim ve envantere giriş süreçleri belirleyici hale gelmiş durumda. Özellikle ASELSAN'ın bazı kritik sistemlerde "sipariş beklemeden üretim" modeline geçmesi, Türkiye'nin savunma sanayiinde ulaştığı üretim kapasitesinin çarpıcı bir göstergesi olarak değerlendiriliyor.

## Teknoloji kadar üretim de kritik

Son yıllarda yaşanan küresel çatışmalar, savunma sanayiine ilişkin birçok ezberi de değiştirdi. Ukrayna-Rusya savaşı ve son olarak ABD-İran arasındaki sıcak çatışmada ortaya çıkan tablo, yalnızca ileri teknolojilerin değil; mühimmat, stok ve üretim kapasitesinin de belirleyici olduğunu gösterdi. Bu durum, savunma sanayiinde yeni bir dengeyi ortaya çıkardı: "yüksek teknoloji ile yüksek hacimli üretim"

Türkiye'nin son yıllarda özellikle mühimmat ve konvansiyonel silah üretiminde yakaladığı sıçrama, bu yeni dengeye hızlı uyum sağladığını ortaya koyuyor.

Nitekim 2025 itibarıyla silah ve mühimmat ihracatının 4.7 milyar dolara ulaşması, toplam savunma ihracatı içinde bu alanın ağırlığını belirgin şekilde artırdı. Bu artışta hem küresel talep hem de Türkiye'de oluşan üretim kapasitesi etkili oldu.

## İhracatta büyüme, rekabette baskı

Savunma sanayiinde elde edilen başarı, beraberinde yeni riskleri de gündeme getiriyor. Özellikle küresel ticaret dengelerindeki değişim, Türkiye açısından dikkatle izlenmesi gereken bir alan olarak öne çıkıyor. Avrupa Birliği'nin Hindistan ve Güney Amerika ile yaptığı serbest ticaret anlaşmaları, orta ve uzun vadede Türkiye'nin rekabet gücünü etkileyebilecek gelişmeler arasında değerlendiriliyor. Bunun yanı sıra, sektör temsilcilerinin en fazla dikkat çektiği sorunlardan biri de maliyet baskısı. İşçilikten enerjiye, hammaddeden işletme giderlerine kadar birçok kalemdede yaşanan artış, Türk firmalarının uluslararası pazarlarda fiyat rekabetini zorlaştırıyor.

Bir diğer kritik başlık ise sektör içi rekabet... Yurt dışı ihalelerde Türk firmalarının birbirine karşı fiyat kırmaması, hem kârlılığı hem de ülke markasını olumsuz etkileyen bir unsur olarak öne çıkıyor. Bu konuda Savunma Sanayii Başkanlığı'nın koordinasyon rolü üstlenmesi gerektiği yönünde güçlü bir beklenti bulunuyor.

## Yeni yol haritası: Sivilleşme, ortaklık ve finansman

Antalya'daki konferansta ortaya konulan stratejik başlıklar, sektörün önümüzdeki dönemde hangi eksenlerde ilerleyeceğini de net biçimde ortaya koydu. Küresel savunma şirketlerinin cirolarının önemli bir kısmını sivil teknolojilerden

elde ettiğine dikkat çekilerek, Türk firmalarının da bu alana yönelmesi gerektiği vurgulandı. Savunma teknolojilerinin sağlık, haberleşme ve ulaşım gibi alanlara aktarılması, sektörün gelir istikrarı açısından kritik bir unsur olarak görüldü.

Türkiye'nin farklı ülkelerle ortak üretim ve geliştirme projelerine açık yaklaşımı hem finansman yükünü paylaşan hem de pazar erişimini garanti altına alan bir model olarak öne çıkıyor. 2026'da hayata geçirilmesi planlanan modellerle birlikte, savunma ihracatında devlet güvencesinin daha güçlü şekilde devreye girmesi bekleniyor. Bu sistemin, özellikle büyük ölçekli projelerde güveni artırması öngörüldü.

## Yapay zeka, uzay ve otonom sistemler

Savunma sanayiinde rekabetin yönü de hızla değişiyor.

İnsansız sistemler, otonom platformlar, yapay zeka destekli karar mekanizmaları ve uzay tabanlı haberleşme sistemleri, geleceğin kritik alanları olarak öne çıkıyor. Türkiye'nin "Gökbağı" gibi projelerle uzaydan doğrudan iletişim altyapılarına yönelmesi, bu alandaki stratejik vizyonun bir parçası olarak değerlendiriliyor.

Aynı zamanda motor teknolojileri, elektronik harp, siber güvenlik ve ileri malzemeler de önümüzdeki dönemin belirleyici alanları arasında yer alıyor.

Sektördeki büyüme hedefleri, istihdam projeksiyonlarına da doğrudan yansıyor. Bugün yaklaşık 100 bin kişilik istihdamda sahip olan savunma sanayiinde, 2026-2028 döneminde bu sayının 158 bine çıkarılması hedefleniyor. Bu artış, sektörün artık daha geniş ölçekli üretim yapısına geçeceğinin en somut göstergelerinden biri olarak değerlendiriliyor.

## Yeni dönemin adı: "Kalıcılık"

Türk savunma sanayii, bugün geldiği noktada yalnızca büyüyen bir sektör değil; aynı zamanda stratejik bir dönüşümün merkezinde yer alıyor.

2025'te aşılın ihracat eşiği, bu dönüşümün önemli bir kilometre taşı olurken, önümüzdeki dönemin asıl belirleyici başlığı bu başarının sürdürülebilir hale getirilmesi olacak.

Üretim kapasitesinin artırılması, sivil teknolojilere açılım, uluslararası iş birliklerinin güçlendirilmesi ve finansman modellerinin çeşitlendirilmesi, Türkiye'nin savunma sanayiinde kalıcı bir küresel oyuncu olup olmayacağını belirleyecek temel unsurlar olarak öne çıkıyor.

## "Savunma sanayii bağımsızlığın teminatıdır"

Savunma sanayiindeki dönüşümü değerlendiren Haluk Görgün, sektörün yalnızca ekonomik değil, doğrudan ulusal güvenlikle bağlantılı olduğunu belirterek şu değerlendirmede bulunuyor:

"Savunma sanayii, bir ülkenin tam bağımsızlığının en önemli unsurlarından biridir. Türkiye, son yıllarda bu alanda önemli bir mesafe kat etti. Artık sadece kendi ihtiyaçlarını karşılayan değil, aynı zamanda dost ve müttefik ülkelere ileri teknoloji ürünler sunan bir yapıya ulaştık." Görgün'e göre, önümüzdeki dönemde odak noktası, yüksek teknoloji içeren sistemlerin geliştirilmesi ve ihracattaki katma değer artırılması olacak.

## İhracatta yeni lig: Hedef daha yüksek teknoloji

Türk Havaçılık ve Uzay Sanayii Genel Müdürü Temel Kotil, ihracatın niteliğine dikkat çekerek şu bilgileri veriyor:

"Artık sadece satış miktarını değil, sattığımız ürünlerin teknolojik seviyesini konuşuyoruz. Katma değeri yüksek ürünler geliştirmek, Türkiye'yi bu alanda üst lige taşıyacak en önemli unsur." Kotil, özellikle havaçılık ve uzay projelerinde elde edilen kabiliyetlerin, Türkiye'nin küresel rekabette elini güçlendirdiğini vurguluyor.

## Ar-Ge yatırımları; dönüşümün motor gücü

Sektördeki büyümenin arkasındaki en güçlü dinamiklerden biri de Ar-Ge yatırımları. Firmaların cirolarından önemli pay ayırdığı bu alan, Türkiye'nin teknolojik bağımsızlık hedefinin temelini oluşturuyor.

ASELSAN Genel Müdürü Ahmet Akyol, Ar-Ge'nin stratejik önemeine şu sözlerle dikkat çekiyor: "Savunma sanayiinde sürdürülebilir başarı, ancak güçlü bir Ar-Ge ekosistemiyle mümkün. Biz de bu doğrultuda kaynaklarımızın önemli bir bölümünü yenilikçi teknolojilere yönlendiriyoruz." Akyol, özellikle yapay zeka, elektronik harp ve haberleşme sistemlerinin önümüzdeki dönemin kritik alanları olacağını belirtiyor.

## KOBİ'ler ve yan sanayi güçleniyor

Savunma sanayii artık yalnızca büyük ölçekli firmalardan ibaret değil. Ana yüklenicilerin etrafında şekillenen geniş bir tedarik zinciri, sektörü çok katmanlı bir yapıya dönüştürüyor.

Savunma ve Havaçılık Sanayii İmalatçılar Derneği yetkilileri, sektördeki bu genişlemenin önemini altını çizerek, şu değerlendirmeyi yapıyor:

"Savunma sanayiinde elde edilen başarı, yalnızca ana yüklenicilerin değil, yüzlerce KOBİ'nin katkısıyla mümkün oluyor. Bu ekosistem büyüdükçe Türkiye'nin üretim kabiliyeti de derinleşiyor."

## Sorunlar da gündemde: Yerleşme ve finansman

Sektör her ne kadar güçlü bir büyüme ivmesi yakalamış olsa da bazı yapısal sorunlar da varlığını sürdürüyor. Özellikle kritik alt sistemlerde dışa bağımlılık ve finansman ihtiyacı, sektör temsilcilerinin en çok dile getirdiği konular arasında yer alıyor. Uzmanlara göre, bu sorunların çözümü için; yerleşme oranının artırılması, KOBİ'lerin finansmana erişiminin kolaylaştırılması, uluslararası iş birliklerinin çeşitlendirilmesi gerekiyor.

## Stratejik projeler: Geleceğin teknolojilerine yatırım

Türkiye'nin savunma sanayiinde izlediği strateji, yalnızca bugünün değil geleceğin ihtiyaçlarını da kapsıyor. Milli muharip uçak, insansız sistemler ve uzay teknolojileri gibi projeler, bu vizyonun en somut örnekleri arasında yer alıyor. SSB Başkanı Görgün, bu vizyonu şu sözlerle özetliyor: "Geleceğin savaş ortamı; otonom sistemler, yapay zeka ve uzay teknolojileri etrafında şekilleniyor. Türkiye olarak bu alanlarda güçlü bir şekilde var olmak zorundayız."

# An era of 'Production' and 'Permanence' for Türkiye's Defense Industry

*Seda Çök*



In a period of rapid global realignment and shifting security architectures, the defense industry has become a decisive indicator not only of military capability but of economic strength, technological independence, and geopolitical influence. Türkiye has entered a new phase in this transformation — one in which the investments and policy decisions of the past two decades are beginning to yield tangible, large-scale results.

The Fifth Global Strategies Conference on Defense and Aerospace Industry, held recently in Antalya, confirmed that Türkiye's defense sector has moved decisively beyond the research, development, and capability-acquisition phase into a period defined by serial production, sustainable exports, and the pursuit of permanent standing in global competition.

## Crossing the \$10 Billion Threshold

Defense and aerospace exports exceeded \$10 billion in 2025. According to the Presidency of Defense Industries, goods exports reached \$10.054 billion, with an additional \$184 million in services exports. Weapons and ammunition exports alone reached \$4.7 billion, reflecting both strong global demand and Türkiye's expanded production capacity in conventional munitions — a capability that recent conflicts have demonstrated to be as strategically significant as advanced technology development. Vice President Cevdet Yılmaz acknowledged Türkiye's advantage in having moved early in this domain, while cautioning that accelerating defense investment across Europe and other major economies will intensify competition substantially over the next five to ten years.

## A Producing Power, Not Merely a Developing One

The most significant structural transformation in Türkiye's defense sector is the shift from a research and prototype-oriented

industry to one defined by serial production capacity. The sector encompasses over 4,000 firms nationally, more than 1,600 approved suppliers, and approximately 1,400 active projects — a multi-layered ecosystem extending well beyond prime contractors to include a broad base of small and medium-sized enterprises. The delegation of substantial workloads to SMEs reduces costs and increases production flexibility. ASELSAN's adoption of a forward production model for certain critical systems — manufacturing ahead of confirmed orders — is widely regarded as a clear indicator of the maturity Türkiye's defense industrial base has reached.

## Strategic Priorities: Civilianization, Partnerships, and Financing

The Antalya conference identified three principal axes for the sector's continued development. The first is civilian technology transfer: Turkish firms are increasingly expected to channel defense-derived capabilities into healthcare, communications, and transportation, following the model of global prime contractors that derive significant revenues from civil applications. The second is international co-production: joint development programs with partner nations distribute financial risk while securing market access. The third is export financing: a state-backed export guarantee mechanism planned for 2026 is expected to enhance buyer confidence in large-scale procurement programs.

Cost pressures and intra-sector competition also feature prominently among sector concerns. Rising expenditure across labor, energy, and raw materials is constraining price competitiveness, while Turkish companies undercutting one another in overseas tenders has been identified as damaging both profitability and national brand positioning.

## Emerging Technology Domains

The competitive frontier is shifting rapidly toward autonomous systems, artificial intelligence-enabled decision-making, electronic warfare, cyber security, and space-based communications. Türkiye's Gökbağı project, pursuing direct space-to-ground communication capability, reflects this strategic orientation. Presidency of Defense Industries Chairman Haluk Görgün states that Türkiye must establish a strong presence across autonomous systems, artificial intelligence, and space technologies. TUSAŞ Director General Temel Kotil emphasizes that the objective is no longer export volume alone but the technological level of products sold. ASELSAN Director General Ahmet Akyol identifies artificial intelligence, electronic warfare, and communications systems as the critical development priorities of the coming decade.

The sector currently employs approximately 100,000 people, with a target of 158,000 by 2026 to 2028. Consolidating the gains of 2025 into a sustainable, globally competitive position — through expanded production capacity, civilian market diversification, stronger international partnerships, and broadened financing instruments — represents the defining challenge of the period ahead.

“ 100.000+ employment  
10.054.000.000 goods exported  
184.000.000 Services exported  
1.400 active projects  
4.000 companies ”

# İAOSB: BİR SANAYİDEN FAZLASI, GELECEĞE YÖN VEREN GÜÇ

Sanayinin ötesine geçerek; eğitimi, çevreyi, sosyal yaşamı ve teknolojiyi geleceğe dönüştürüyoruz.



**6.240.000 m<sup>2</sup>**  
Alan



**650**  
Fabrika



**55.000**  
İstihdam





# Türkiye sürdürülebilirlik hedefinde ön planda

*Seren Kardeşahin*

Sustainability has emerged as one of the defining policy imperatives of the twenty-first century. The United Nations Sustainable Development Goals, adopted in 2015, set out 17 integrated objectives aimed at eradicating poverty, protecting the planet, and ensuring peace and prosperity for all people by 2030. Three of these are of particular relevance to Türkiye's current policy agenda: Goal 6 on clean water and sanitation, Goal 12 on responsible production and consumption, and Goal 13 on climate action.

SEE PAGE FOR THE ABSTRACT

38

## Sürdürülebilirlik

günümüzde sıkça telaffuz edilen bir kelime haline dönüşürken, yaşamın devamı için sürdürülebilirliğin de dönüşmesi gerekiyor. Bireylerin ve toplumların kişisel olarak da bu konuya önem vermesinin gerekliliği haricinde sürdürülebilirliği sanayi ve iş dünyası odağına almış durumda. Bundan önce devletlerin de dünya çapında sürdürülebilirliği teşvik etmesiyle 2000'li yılların son döneminde sıkça karşımıza çıkan bir konu başlığı haline geldi. Birleşmiş Milletler (BM) tarafından belirlenen Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları (SKA) ile 2015 yılında kabul edilen eylem çağrısı, yoksulluğu sona erdirmek, gezegeni korumak ve 2030 yılına kadar insanların barış ve refah içinde yaşamasını sağlamak amacıyla ortaya çıktı.

### Kalkınma hedeflerinde su, geri dönüşüm ve iklim öncelikte

Bütünleşik 17 hedef; birbirini etkilerken, kalkınmanın sosyal, ekonomik ve çevresel sürdürülebilirliği dengelediğini belirtiyor. BM içerisinde bu amaçları kabul eden ülkeler, en geride kalanlar için ilerlemeye öncelik verme konusunda kararlılık göstererek yoksulluğu ve açlığı sona erdirmek için tasarlandı. BM'nin 17 hedefinde iklim, su ve geri dönüşüm başlıklarında 3 hedef yer alıyor. Hedef 6 olarak temiz su ve sanitasyon başlığına yer veriliyor. Bu maddede su kaynaklarının yönetimi ve suyun verimli kullanımı öne çıkıyor. Sanitasyon, insan sağlığını korumak hedefiyle çevrenin temiz olması, hijyenik ve hastalıklardan arındırılmış olması için uygulanan işlemlere deniyor. Amaç 12'de sorumlu üretim ve tüketimle konu geri dönüşüme dahil oluyor. Atık yönetimi, dögüsel ekonomi ve geri dönüşüm bu başlık altında ele alınıyor. Kalkınma hedeflerinin 13. amacına baktığımız zaman ise iklim eylemi ortaya çıkıyor. İklim değişikliğiyle mücadele ve karbon emisyonlarının azaltılması bu hedefin odağına yerleşiyor. Günümüzde devletlerin belirlediği ortak amaçlarda yer alan su, iklim ve geri dönüşüm hiçbir zaman olmadığı kadar önem kazanıyor.

### Türkiye 'su stresi' yaşıyor

Türkiye'nin yılda kullanabileceği tatlı su potansiyeli yaklaşık 112 milyar metreküp olarak hesaplanıyor. Temmuz 2025 verilerine göre, nüfus artışına bağlı olarak kişi başına düşen yıllık kullanılabilir su miktarı yaklaşık bin 305 metreküp seviyesine geriledi. Kişi başına düşen yıllık su miktarının bin 700'ün altında olması nedeniyle Türkiye "su stresi" yaşayan bir ülke konumuna giriyor. 2030 yılından sonra nüfus artışı ve iklim değişikliği ile birlikte "su kıtlığı" yaşayan ülkeler sınıfına girmesi öngörülüyor. Toplam kullanılabilir suyun büyük kısmı olan yaklaşık yüzde 70'i tarımsal sulamada geri kalanı ise sanayi ve içme-kullanma suyu olarak harcanıyor.

### Kaynaklardan 20,3 milyar metreküp su kullanıldı

Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) su ve atık su istatistikleri kapsamında yayınladığı güncel verilere göre belediyeler, imalat sanayi işyerleri, termik santraller, OSB müdürlükleri, maden işletmeleri ve köyler tarafından 2022 yılında su kaynaklarından toplam 19,2 milyar metreküp su çekilirken, 2024 yılında ise toplam 20,3 milyar metreküp su çekildi.

2024 yılında çekilen suyun yüzde 54,6'sı denizden; yüzde 23,6'sı yeraltı ve yüzde 21,8'i yüzey suları olmak üzere toplam yüzde 45,4'ü tatlı su kaynaklarından temin edildi. Denizden çekilen suyun yüzde 93,8'i soğutma amaçlı temin edildi. Böylece kaynakların yarısından fazlası denizden elde edilmiş oldu.

2024 yılında tatlı su kaynaklarından çekilen suyun yüzde 81'i belediyeler, yüzde 7,3'ü imalat sanayi işyerleri, yüzde 5,8'i maden işletmeleri ile OSB müdürlükleri, yüzde 4,3'ü köyler ve yüzde 1,6'sı termik santraller tarafından temin edildi.

Belediyeler, imalat sanayi işyerleri, termik santraller, OSB müdürlükleri, maden işletmeleri ve köyler tarafından 2024 yılında doğrudan alıcı ortamlara toplam 17,2 milyar metreküp atık su deşarj edildi.

Doğrudan alıcı ortamlara deşarj edilen atık suyun yüzde 75,9'u denizlere, yüzde 19,5'i akarsulara, yüzde 1,1'i barajlara, yüzde 0,8'i foseptiklere, yüzde 0,6'sı göl/göletlere, yüzde 0,2'si araziye, yüzde 1,9'u ise diğer alıcı ortamlara deşarj edildi. Denize deşarj edilen atık suyun yüzde 80,1'i soğutma suyundan oluştu.

Veriler çekilen suyun yüzde 54,6'sı denizlerden elde edildiğini ve doğrudan alıcı ortamlara deşarj edilen atık suyun yüzde 75,9'u denizlere aktığını gösteriyor.

## Atık suyun yarısı termik santrallerden

2024 yılında toplam atık suyun yüzde 50,2'si termik santraller, yüzde 31,9'u belediyeler, yüzde 13,8'i imalat sanayi işyerleri, yüzde 1,7'si OSB müdürlükleri, yüzde 1,6'sı maden işletmeleri, yüzde 0,8'i ise köyler tarafından doğrudan alıcı ortamlara deşarj edildi. Bu duruma bakıldığında en büyük atık su oluşturan kısmın termik santraller olduğu görülürken, sanayi ve OSB'lerin toplam payı yüzde 15,5 oldu.

## Belediyelerde kişi başı çekilen günlük ortalama su miktarı 255 litre

Belediyeler tarafından içme ve kullanma suyu şebekesine çekilen kişi başı günlük ortalama su miktarı 255 litre olarak hesaplandı. Üç büyük şehirde ise çekilen kişi başı günlük ortalama su miktarının İstanbul için 203 litre, Ankara için 270 litre ve İzmir için 215 litre olduğu tespit edildi. Belediyeler tarafından kanalizasyon şebekesi ile deşarj edilen kişi başı günlük ortalama atık su miktarı 210 litre olarak hesaplandı. Üç büyük şehirde ise günlük kişi başı ortalama atık su miktarının İstanbul için 291 litre, Ankara için 209 litre ve İzmir için 186 litre olduğu tespit edildi.

## İzmir'de su

İzmir Su ve Kanalizasyon İdaresi (İZSU), 2025 yılında altyapı yatırımlarına 7,3 milyar TL bütçe ayrılarak arıtma kapasitesini ve kalitesini artırmaya odaklandı. 2025-2029 Stratejik Planı kapsamında 5 yeni atık su arıtma tesisi ve 6 tesisin kapasite artırımını hedefleniyor. 2025-2029 Stratejik Planı, İzmir'in kronikleşmiş altyapı sorunlarını çözmek ve "Körfez'de yüzülebilir" hedefine ulaşmak için devasa bir bütçe ve mühendislik hamlesini içeriyor.

İZSU'nun 2025 yılı için ayırdığı 7,3 milyar TL, toplam bütçesinin yaklaşık yüzde 35-40'ına denk geliyor. 2026'nın temel hedefi ise Çiğli'deki Atık Su Arıtma Tesisi'nin 4. fazının tam kapasite işletilmesiyle birlikte Körfez'e deşarj edilen suyun kalitesini yüzde 100 ileri biyolojik arıtma seviyesine taşımak olarak biliniyor. Kurum, önceki yıllardan gelen yatırım kredilerinin geri ödemesi kapsamında 2026 yılında yaklaşık 2,67 milyar TL tutarında bir borç ödeme takvimi hedefliyor.

İzmir'in arıtma yükünün yüzde 70'inden fazlasını çeken Çiğli Atık Su Arıtma Tesisi, stratejik planın kalbinde yer alıyor. Yıllardır beklenen bu ünite, günlük arıtma kapasitesini 216 bin metreküp daha artıracak. Bu artış, özellikle yağışlı havalarda sistemin zorlanmasını engelleyerek Körfez'e arıtılmamış su deşarjı yapılmasının önüne geçecek.



## Geri dönüşüme "Sıfır Atık Projesi" ile katkı

Türkiye, kültüründen gelen geleneksel bir dürtüyle "israf" karşıtı politikalar izlese de bunların en belirginini Sıfır Atık Projesi oldu. Sıfır Atık Projesi'nin temelinde 2023 yılında Sıfır Atık Vakfı da kuruldu. Yenilenebilir enerji yatırımları, yeşil mutabakat uyum çalışmaları ve karbon

emisyonunu azaltmaya yönelik politikalarla sürdürülebilir bir gelecek için çalışmalar yürüten Sıfır Atık Projesi ile ülke kapsamında geri dönüşüm özendirilme çalışmaları yapıldı.

## Atık miktarı 120 milyon ton

Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) güncel verilerine göre imalat sanayi işyerleri, maden işletmeleri, termik santraller, organize sanayi bölgeleri (OSB) ve hanehalklarında 2024 yılında 42,2 milyon tonu tehlikeli olmak üzere toplam 120 milyon ton atık oluştu. Belediyeler tarafından işletilen atıksu arıtma tesislerinde, 353 bin ton atıksu arıtma çamuru oluştuğu tespit edildi.

## Atık işleme tesislerinde 195 milyon ton atık işlendi

Atık bertaraf ve geri kazanım tesislerinde işlenen 195 milyon ton atığın 139 milyon tonu bertaraf edildi, 56 milyon tonu ise geri kazanıldı. Düzenli depolama tesislerinde 138 milyon ton atık, yakma tesislerinde de 448 bin ton atık bertaraf edildi. Beraber yakma tesislerinde 4,7 milyon ton atık yakılarak enerji geri kazanımı gerçekleştirildi. Kompost tesislerinde 124 bin ton atık geri kazanılırken diğer geri kazanım tesislerinde ise toplam 51,5 milyon ton metal, plastik, kâğıt ve mineral atık geri kazanıldı.

## İzmir'den "Dönüşüme Evde Başla" Projesi

Türkiye'nin üçüncü büyük metropolü olan İzmir, geri dönüşümde önemli bir rol oynuyor. İzmir Büyükşehir Belediyesi iştiraki olan İzdoğa A.Ş. tarafından 2022'de hayata geçirilen İzdönüşüm, bir geri dönüşüm projesi olarak gerçekleştirildi. Atık yönetiminde hem çevreyi korumayı hem de sosyal fayda yaratmayı hedefleyen proje, sokakta atık toplayan yurttaşları güvenceli istihdama dahil ederek ambalaj atıklarının sistemli bir şekilde toplayıp ayrıştırarak ekonomiye kazandırma hedefiyle uygulanıyor. İzdönüşüm, ambalaj atıklarının evlerde ayrıştırılmasını teşvik eden "Dönüşüme Evde Başla" Projesini 2025 yılının mart ayında hayata geçirdi. Pilot mahallelerde hanelerden haftalık olarak toplanan atıkların QR kodları ile takibi yapılırken, toplanan atıklar İzdönüşüm Fabrikası'nda türüne göre ayrıştırılarak geri dönüştürülüyor. Böylece İzmir'in sıfır atık hedeflerine katkı sağlanırken, proje iki yıl içinde tüm İzmir'e yaygınlaştırılması planlanıyor. Geçen yıl proje kapsamında 10 ayda bin 140 ton ambalaj atığı geri kazandırıldı.

## İklim

Küresel ortalama sıcaklık değerinin sanayi öncesi döneme göre 1,1 derece artmış olması ekstrem hava olaylarının daha çok yaşanmasına sebep olurken, deniz suyunun yükselmesi, buzulların erimesi, kuraklık, fırtına ve sel gibi afetlerin görülme sıklığı artıyor. İklim değişikliğinin meydana gelmesiyle bu olayların çevresel, sosyal ve ekonomik etkileri ortaya çıkıyor. Biyoçeşitlilik yok olurken toprak gücünü kaybediyor, bununla beraber erozyon görülüyor. Fakirlik, açlık, susuzluk, göç, temel yaşam hizmetlerine erişim sağlanamaması gibi etkiler küresel ölçekte yaşam kalitelerini düşürüyor.

Sürdürülebilir kalkınma, BM Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu tarafından tanımlanan şekliyle gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılayabilmelerini tehlikeye sokmadan bugünün

ihtiyaçlarını karşılamak anlamına geliyor. Maltepe Üniversitesi'nin yayınladığı bilgilere göre iklim değişikliği ve sürdürülebilir kalkınma arasındaki ilişkiye bakıldığında toplum ve çevre üzerinde derin etkilere sahip olduğu görülebiliyor. Sürdürülebilir kalkınma da iklim değişikliğinden kaynaklanan etkileri azaltmayı ve uyumlu hale getirmeyi amaçlıyor. BM'nin 13 numaralı hedefle önceliğine aldığı iklim değişikliği, sebep olduğu etkilere yönelik alınması gereken önlemlerin devletleri ilgilendirecek kanunlarla uygulanması ve kamuoyunun bilgilendirilerek farkındalık oluşturulmasını sağlamayı hedefliyor.

## Sürdürülebilirlikte Paris İklim Anlaşması

Paris Anlaşması, iklim değişikliği konusunda yasal olarak bağlayıcı uluslararası bir anlaşma olarak 12 Aralık 2015'te Paris'te düzenlenen COP 21'de 195 taraf ülke tarafından kabul edilerek 4 Kasım 2016'da yürürlüğe girdi. Anlaşmanın temel amacı, "küresel ortalama sıcaklık artışını sanayi öncesi seviyelerin 2 derecenin altında tutmak" ve "sıcaklık artışını sanayi öncesi seviyelerin 1,5 derecenin üzerinde sınırlamak" için çaba göstermek olarak belirtiliyor. Bununla birlikte, son yıllarda dünya liderleri, bu yüzyılın sonuna kadar küresel ısınmayı 1,5 derece ile sınırlama ihtiyacını vurguluyor. BM'nin Hükümetlerarası İklim Değişikliği Paneli, 1,5 derece eşliğinin aşılmasının, daha sık ve şiddetli kuraklıklar, sıcak hava dalgaları ve yağışlar da dahil olmak üzere çok daha ciddi iklim değişikliği etkilerini tetikleme riskini taşıdığını belirtiyor. Küresel ısınmayı 1,5 derece ile sınırlamak için, sera gazı emisyonlarının 2030'a kadar yüzde 43 oranında azalması gerekiyor.

## Türkiye sera gazı emisyonunu 2030'a kadar %41'e düşürme hedefinde

2053 net sıfır emisyon hedefi koyan Türkiye, sera gazı emisyonlarını 2030'a kadar yüzde 41 oranında azaltmayı taahhüt ederek yeşil dönüşüm süreciyle yenilenebilir enerjiye odaklanmaya başladı.

Dünya genelinde iklim sözleşmeleri yapıyor. Bunun amacı ise devletlerin sürdürülebilirliğe katkı sunması ve dünyanın daha yaşanılabilir bir hale gelmesi amacıyla yapıyor. Özellikle Avrupa'da da bu konu öncelik meselesi haline getirilmiş durumda. Yapılan anlaşmalara bakıldığında Avrupa Yeşil Mutabakatı ön plana çıkıyor. Diğer adıyla Green Deal, Avrupa Birliği'nin 2050 yılına kadar net sıfır sera gazı emisyonuna ulaşmayı hedefleyen kapsamlı stratejisi olarak biliniyor. Fit For 55 ise Avrupa Yeşil Mutabakatı kapsamında, AB'nin sera gazı emisyonlarını 2030'a kadar yüzde 55 azaltmayı amaçlayan yasal düzenleme paketi olarak görülüyor.

## Türkiye'nin ilk iklim kanunu

Türkiye'de 2025 yılında meclisten geçen iklim kanunu ile Paris İklim Anlaşması'nın uygulama altyapısı güçlendirildi. 9 Temmuz 2025 tarihli Resmî Gazete'de yayımlanan Türkiye'nin ilk İklim Kanunu, 2053 net sıfır emisyon hedefi doğrultusunda yeşil dönüşümü yasal zemine kavuşturdu. Emisyon Ticaret Sistemi (ETS), karbon fiyatlandırma, sera gazı azaltımı ve adil geçiş esaslarını düzenleyen kanun, yeşil kalkınma vizyonuyla iklim risklerini yönetmeyi amaçlıyor.



# Türkiye at the Forefront of Sustainability

*Seren Kardeşahin*

## Sustainability

has emerged as one of the defining policy imperatives of the twenty-first century. The United Nations Sustainable Development Goals, adopted in 2015 set out 17 integrated objectives aimed at eradicating poverty, protecting the planet, and ensuring peace and prosperity for all people by 2030. Three of these are of particular relevance to Turkey's current policy agenda: Goal 6 on clean water and sanitation, Goal 12 on responsible production and consumption, and Goal 13 on climate action.

### Water Stress and Resource Management

Turkey's total renewable freshwater potential is estimated at approximately 112 billion cubic meters annually. Population growth has reduced per capita availability to around 1,305 cubic meters per year — below the internationally recognized threshold of 1,700 cubic meters at which a country is classified as experiencing water stress. Turkey is projected to cross into the water scarcity category after 2030, driven by demographic growth and the compounding effects of climate change. Approximately 70 percent of available freshwater is consumed by the agricultural sector.

According to the Turkish Statistical Institute (TÜİK), total water abstraction reached 20.3 billion cubic meters in 2024, of which 54.6 percent was drawn from the sea primarily for cooling purposes. Total wastewater discharged to receiving environments reached 17.2 billion cubic metres, with thermal power stations accounting for 50.2 percent. Per capita daily municipal water abstraction averaged 255 liters nationally, with İzmir recording 215 liters.

In İzmir, the Water and Sewerage Administration (İZSU) allocated 7.3 billion Turkish lira to infrastructure investment in 2025. The 2025–2029 Strategic Plan provides for five new

wastewater treatment facilities and the capacity expansion of six existing plants, targeting 100 percent advanced biological treatment of all discharge into İzmir Bay. The fourth phase of the Çiğli Wastewater Treatment Plant, which handles over 70 percent of the city's treatment load, is scheduled to reach full operational capacity in 2026, adding 216,000 cubic meters of daily capacity.



### Waste Management and the Zero Waste Initiative

Turkey generated 120 million tons of waste in 2024, of which 42.2 million tons were classified as hazardous. Of the 195 million tons processed at treatment and recovery facilities, 56 million tons were recovered, including 51.5 million tons of metal, plastic, paper, and mineral waste.

The Zero Waste Project, supported by the establishment of the Zero Waste Foundation in 2023, constitutes Turkey's primary national framework for waste reduction and recycling promotion. In İzmir, the municipal subsidiary İzdoğa launched the İzdonüşüm initiative in 2022, followed in March 2025 by the "Start Recycling at Home" project, which incentivizes household-level separation of packaging waste tracked via QR codes. The project recovered 1,140 tons of packaging waste in its first ten months of operation and is planned for full city-wide rollout within two years.

### Climate Action and International Commitments

Global average temperatures have risen approximately 1.1 degrees Celsius above pre-industrial levels, increasing the frequency and severity of extreme weather events. The Intergovernmental Panel on Climate Change has established that limiting warming to 1.5 degrees requires a 43 percent reduction in global greenhouse gas emissions by 2030. The Paris Agreement, adopted at COP21 in December 2015, remains the primary legally binding international framework for climate action. The European Union's Green Deal and its Fit for 55 legislative packages — targeting a 55 percent reduction in EU emissions by 2030 — carry direct regulatory implications for Turkey through mechanisms including the Carbon Border Adjustment Mechanism.

Turkey has committed to a net-zero emissions target for 2053 and a 41 percent reduction in greenhouse gas emissions by 2030. In July 2025, Turkey enacted its first Climate Law, establishing the legislative framework for an Emissions Trading System, carbon pricing, and a just transition aligned with its international commitments.

Turkey will host COP31 in Antalya on 9 November, with five declared presidency priorities: clean energy transition, zero waste and methane reduction, climate-resilient cities, climate action implementation mechanisms, and green industrialization. Turkey's assumption of the COP31 presidency reflects its commitment to an active role in shaping the global sustainability agenda.



# İZSİAD



**Yayın hayatına başladığı günden bu yana ekonomi gazeteciliğinde doğru, tarafsız ve ilkeli yayıncılık anlayışıyla çalışmalarını titizlikle sürdüren Ticaret Gazetesi'nin 85. kuruluş yıldönümünü kutluyoruz.**

*Gündemi yakalayan haber ve röportajlarıyla her zaman öncü bir rol üstlenen Ticaret Gazetesi'nin, bundan sonraki yayın hayatında da basın meslek ilkelerinden ödün vermeden iş ve ekonomi dünyasına yön vermeye devam edeceğine inanıyoruz.*

**İş dünyası olarak bizler de bu değerli yolculukta her zaman Ticaret Gazetesi'nin yanında olmayı sürdüreceğiz.**

İZSİAD Yönetim Kurulu

# Türkiye küresel lojistik merkezi olma yolunda

Gülcihan Altınkaya

Türkiye'deki limanlarda elleçlenen yük miktarı geçtiğimiz yılın aralık ayında arttı. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı verilerine göre, 2025 yılı aralık ayında limanlarda elleçlenen yük miktarı geçen yılın aynı ayına göre yüzde 7,6 artışla 49,8 milyon ton olarak gerçekleşti. 2025 yılı aralık ayı tüm aylar içerisinde en yüksek elleçlemenin olduğu ay oldu. Elleçlenen konteyner miktarının geçen yılın aynı ayına göre yüzde 5,9 artarak 1,17 milyon TEU'ya ulaştı. 2025 yılı aralık ayında limanlardan yurt dışı limanlarına giden yük miktarının 11 milyon 596 bin 207 ton olarak kayda geçti. Yurt dışı limanlarından Türkiye limanlarına gelen yük miktarı ise 25 milyon 889 bin 518 ton olarak gerçekleşti. Aralık ayında yurt dışı yük taşımaları geçen yılın aynı ayına göre yüzde 5,5 artarak 37 milyon 485 bin 725 ton oldu.

2025 yılı aralık ayında limanlarda denizyolu ile yapılan transit yük taşımalarının da bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 8,4 artarak 6 milyon 2 bin 394 ton olarak gerçekleşti. Aralık ayında kabotajda taşınan yük miktarı ise 6 milyon 362 bin 341 ton ile geçen aynı ayına göre yüzde 21,5 arttı.

Bakanlığın verilerine göre, bölge liman başkanlıkları bazında aralık ayında en fazla yük elleçlemesi 8 milyon 180 bin 242 ton yük ile Aliğa Bölge Liman Başkanlığı idari sınırlarında faaliyet gösteren liman tesislerinde gerçekleşti.



**Türkiye** lojistik sektörü, 2026 yılında küresel ekonomideki belirsizlikler ve artan maliyet baskılarıyla şekillenen yeni bir denge arayışı içerisinde yer alıyor. Enerji fiyatlarındaki oynaklık, jeopolitik gelişmeler ve uluslararası ticaretteki yavaşlama eğilimi, sektörü daha kontrollü büyüme ve operasyonel verimlilik odaklı stratejiler geliştirmeye yöneltiyor. Bununla birlikte Türkiye'nin Avrupa, Asya ve Orta Doğu arasındaki kritik konumu, özellikle transit taşımacılıkta sağladığı avantajla ülkenin lojistik ağılar içerisindeki önemini korumasını sağlıyor.

Avrupa-Asya-Orta Doğu hattında transit taşımacılık merkezi olmaya devam eden Türkiye, Orta Koridor, Zengezur ve Kalkınma Yolu gibi projelerle bu rolünü daha da güçlendiriyor.

Türkiye's logistics sector is navigating a period of measured growth and accelerating structural transformation in 2026, shaped by global economic uncertainty, volatile energy prices, and geopolitical instability. While international trade headwinds have prompted operators to prioritize operational efficiency and cost discipline, Türkiye's geographic position at the intersection of Europe, Asia, and the Middle East continues to underpin its strategic significance within global logistics networks — particularly in transit freight.

SEE PAGE FOR THE ABSTRACT

42

Sektörün dinamikleri ise yalnızca küresel gelişmelerle değil, aynı zamanda teknolojik dönüşüm ve değişen ticaret yapılarıyla da yeniden şekilleniyor. E-ticaretin yükselişi, şehir içi dağıtımın hız kazanması ve son kilometre çözümlerine yönelik yatırımlar, lojistik faaliyetlerin yapısını dönüştürüyor. Öte yandan dijitalleşme, yapay zekâ ve sürdürülebilirlik odaklı uygulamalar rekabetin temel belirleyicileri haline geliyor. Tüm bu unsurlar bir araya geldiğinde, Türkiye lojistik sektörü hem temkinli bir büyüme hem de uzun vadeli yapısal dönüşümün hız kazandığı bir süreçte evriliyor.

## e-ticaret kapasitesi artıyor

Cushman & Wakefield TR International, Cumhurbaşkanlığı Yatırım Ofisi iş birliğiyle hazırlanan Lojistik Pazar Görünümü Türkiye 2024 Raporu'na göre, Türkiye 100 milyar dolar büyüklüğe sahip lojistik pazarından yüzde 2,5 pay alıyor.

Türkiye'de lojistik kapasitesi son 5 yılda istikrarlı artış trendi ile dikkat çekerken, altyapı yatırımlarının artması, ekonomik büyüme, ihracat odaklı sanayi tabanı, nüfus ve geniş iş gücü havuzu bu süreci hızlandıran dinamikler olarak sıralanıyor. Türkiye, bu potansiyeli ile taşımacılık ve lojistik için küresel bir merkez olmaya aday.

Rapora göre, Türkiye'nin bu alanda potansiyelini yükselten diğer önemli etkenler ise güçlü perakende pazarı ve hızla büyüyen e-ticaret kapasitesi. Bu kapsamda, Türkiye'nin 2024 yılında 89,42 milyar dolar olan dijital ticaret işlem değerinin 2027 yılında 136,89 milyar dolara yükselmesinin beklendiği belirtiliyor.

Raporda, Türkiye'nin sunduğu stratejik avantajlardan Orta Koridor'un Kuzey Koridoru'na

göre daha ekonomik ve hızlı olduğu vurgulanıyor. Rapora göre; savaş gündemi nedeniyle enerji sıkıntısı çeken Avrupa'nın aksine Türkiye; 'güvenli enerji arzı' ile uluslararası yatırımcılar için tedarik zinciri sorunlarının üstesinden gelmek adına bir şans olarak görülüyor.

## İzmir'in limanlarından dış ticarete katkı

İzmir ise Türkiye'nin batısında yer alan stratejik konumu sayesinde ülkenin en önemli lojistik merkezlerinden biri olma özelliğini koruyor. Özellikle İzmir Limanı başta olmak üzere bölgedeki limanlar, Ege Denizi üzerinden Avrupa, Akdeniz ve dünya pazarlarına açılıyor. Aliğa Limanları ise özellikle sanayi ve enerji taşımacılığında öne çıkarken Türkiye'nin dış ticaret hacmine önemli katkı sağlıyor. İzmir'in en bilinen ve kentin lojistik üssü konumunda bulunan iki büyük limanı bulunuyor.

## Aliğa Limanı, gemi sökümünde öne çıkıyor

Türkiye'nin en önemli sanayi ve petrokimya liman bölgelerinden biri olan Aliğa Limanı, İzmir'in kuzeyinde yer alıyor. Liman, Nemrut Körfezi'nde yoğunlaşan çok sayıda özel terminalle konteyner, dökme yük, genel kargo ve tehlikeli madde taşımacılığında öne çıkıyor. 2025 verilerine göre dünyanın en fazla konteyner elleçleyen ilk 100 limanı arasına girmeyi başaran Aliğa Limanı, derin rıhtımlara sahip olması nedeniyle büyük gemilerin yanaşmasına uygunluk sağlıyor. Türkiye'deki en büyük gemi geri dönüşüm (söküm) merkezlerinden birine sahip olan liman, bu alanda uluslararası düzeyde faaliyet gösteriyor.

## İzmir'in merkezinde ihracata katkı sağlıyor; Alsancak Limanı

İzmir'in en önemli limanlarından biri de şehir merkezinde olmasıyla avantaj yaratan İzmir Limanı yani diğer adıyla Alsancak Limanı. Türkiye'nin ihracat odaklı en önemli konteyner ve yük limanlarından biri olan liman, İzmir'in Alsancak semtinde yer alıyor. 1875'ten beri hizmet veren İzmir Limanı, ülkemizde konteyner hacminde 7'nci, kargo tonajında ise 13'üncü sırada yer alıyor. TCDD tarafından işletilen liman, kentin merkezinde yer almasıyla İzmir'in merkezinde ticari hayatı hareketlendiriyor.

Türkiye Varlık Fonu, 2016 yılından bu yana portföyünde bulunan TCDD İzmir Alsancak Limanı'nın işletmecisi konusunda nihai kararı verdi. Limanın işletme hakkı, Albayrak Grubu'nun kurduğu yeni şirkete devredildi. Karar kapsamında limanın yük ve genel liman operasyonları yeni işletmeciyeye devredildi ancak kruvaziyer gemilerinin yanaştığı yolcu iskelesi bölümü sözleşme kapsamı dışında bırakıldı.



# Türkiye Towards Becoming a Global Logistics Hub

Gülcihan Altınkaya

According to the Ministry of Transport and Infrastructure, total cargo handled at Turkish ports in December 2025 reached 49.8 million tons, a year-on-year increase of 7.6 percent — the highest monthly figure recorded across the full year. Container throughput rose 5.9 percent to 1.17 million TEUs. Outbound international freight totaled 11.6 million tons, while inbound international cargo reached 25.9 million tons. Transit freight handled by sea increased 8.4 percent year-on-year to 6 million tons, and cabotage cargo grew 21.5 percent to 6.36 million tons. Total international freight movements in December rose 5.5 percent to 37.49 million tons compared to the same period in the prior year.



**Türkiye's** logistics sector is navigating a period of measured growth and accelerating structural transformation in 2026, shaped by global economic uncertainty, volatile energy prices, and geopolitical instability. While international trade headwinds have prompted operators to prioritize operational efficiency and cost discipline, Türkiye's geographic position at the intersection of Europe, Asia, and the Middle East continues to underpin its strategic significance within global logistics networks — particularly in transit freight.

Türkiye remains a central node on the Europe–Asia–Middle East transit corridor, a role it is actively reinforcing through major infrastructure initiatives including the Middle Corridor, the Zangezur Corridor, and the Development Road project. According to the Logistics Market Outlook Türkiye 2024 Report, prepared by Cushman & Wakefield TR International in collaboration with the Presidency of the Republic of Türkiye Investment Office, Türkiye commands a 2.5 percent share of a global logistics market valued at \$100 billion. The report identifies Türkiye's strategic advantages as including a more economical and faster transit route via the Middle Corridor compared to the Northern Corridor, as well as a secure energy supply that positions the country as an attractive destination for international investors seeking to mitigate supply chain risk — particularly in contrast to energy-constrained European markets.

Logistics capacity has expanded steadily over the past five years, driven by infrastructure investment, economic growth, an export-oriented industrial base, and a large labor force. The digital commerce sector is an additional source of demand: Türkiye's digital trade transaction

value stood at \$89.42 billion in 2024 and is projected to reach \$136.89 billion by 2027. The rise of e-commerce, accelerating urban distribution requirements, and growing investment in last-mile delivery solutions are fundamentally reshaping logistics operations. Digitalization, artificial intelligence applications, and sustainability-oriented practices are emerging as the principal determinants of competitive positioning in the sector.

## Izmir's Strategic Role in National Logistics

Izmir occupies a pivotal position within Türkiye's logistics infrastructure by virtue of its location on the country's western seaboard. The city's port facilities provide direct access to European, Mediterranean, and global markets via the Aegean Sea, and its wider logistics ecosystem — encompassing organized industrial zones, free zones, and road freight infrastructure — makes it one of Türkiye's most significant trade and distribution centers.

The city is served by two major port facilities. Aliağa Port, situated to the north of Izmir in the Nemrut Bay area, is one of Türkiye's principal industrial

and petrochemical port complexes. It handles container, bulk, general cargo, and hazardous materials traffic across multiple private terminals, and in 2025 ranked among the world's top 100 container-handling ports. Aliağa also hosts one of Türkiye's largest ship recycling facilities, operating to international standards. In December 2025, Aliağa Regional Port Authority recorded the highest cargo handling volume among all regional port authorities in Türkiye, processing 8.18 million tons.

Alsancak Port — formally designated Izmir Port — has served the city since 1875 and is located in the central Alsancak district. It is among Türkiye's most important export-oriented container and cargo ports, ranking seventh nationally by container volume and thirteenth by cargo tonnage. Operated by the state railway authority TCDD, the port generates significant commercial activity at the heart of the city. In a recent development, the Türkiye Wealth Fund transferred the operating rights of Alsancak Port to a newly established entity of the Albayrak Group, covering cargo and general port operations. The passenger terminal serving cruise vessels was excluded from the transfer agreement.



**CBM** Liman Hizmetleri  
Port Services  
and Lashing

**5**   
FARKLI LOKASYON'DA  
7/24 HİZMET !

## KONTEYNER DEPOCULUK & LASHING HİZMETLERİ

Tecrübeli ve konularında uzman ekiplerimiz talebe göre İzmit Dilovası, İzmit Yarımca, İzmir Aliğa, Mersin ve İskenderun depolarımızda Türkiye'nin tüm Limanlarda ve Tesislerinizde anlık ve proaktif çözümler ile HC,FR,OT konteyner, Low bad araçlara yüklenen her türlü proje ve standart yüklerde dolun, lashing, gözetim brandalama, kapalı depo alanlarımız ile **7/24** hizmet vermektedir.



# Fuarcılığın geleceği dijitalleşme ve hibrit fuar modellerinde

Özge Senes



Web linki için dokunun

TOUCH / CLICK TO BROWSE THE LINK

**Ticaret** yıllar boyunca globalleşen dünyada sadece üretim ve satıştan ibaret olmadı. Aynı zamanda bireyleri, şirketleri ve şehirleri bir araya getirirken; sosyalleşme, iş birlikleri yaratma ve marka konumlandırma süreçlerine de katkı sağladı. Bu noktada ticaretin bir faaliyet alanı olan fuarlar, ülkelerin ekonomik dinamizmini ve zihniyetini yansıtan en önemli platformlardan biri olarak öne çıktı. Üretici ile alıcıyı, yatırımcı ile girişimciyi aynı çatı altında buluşturan bu organizasyonlar; yalnızca ticari anlaşmaların değil, aynı zamanda bilgi ve teknoloji alışverişlerinin de merkezi olma özelliğini koruyor. Türkiye de doğu ve batı sentezini içerisinde barındıran kültürü, stratejik konumu, gelişen üretim kapasitesi ve ihracat potansiyeli sayesinde fuarcılık sektöründe dikkat çekici bir büyüme sergilemeye devam ediyor. Özellikle son yıllarda bu alana yapılan yatırımlar, fuarcılığın daha ge-

Trade fairs have long served as critical platforms for economic diplomacy, commercial exchange, and industrial innovation — bringing together producers and buyers, investors and entrepreneurs under a single institutional framework. As globalization has deepened, these events have evolved beyond transactional venues into centers of knowledge transfer, brand positioning, and strategic partnership development. Türkiye, leveraging its geographic position at the crossroads of East and West alongside its expanding manufacturing capacity and export potential, has emerged as a significant player in the international exhibitions sector.

SEE PAGE FOR THE ABSTRACT

46

## Türkiye'nin fuarcılık liderleri İstanbul ve İzmir

Türkiye'de fuarcılık sektörü, özellikle son on yılda nicelik ve nitelik açısından önemli bir gelişim gösterdi. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği verilerine göre, 2025 yılında Türkiye genelinde toplam 356 fuar düzenlendi. Bu fuarların: 352'si ihtisas fuarı, 4'ü genel fuar, 245'i ulusal ve 111'i ise uluslararası nitelikteydi. 2025 yılında en çok Ekim (62), Kasım (51), Nisan (45) ve Mayıs (41) aylarında fuarlar düzenlenirken bu etkinlikler en sık; İstanbul (201), İzmir (31) ve Antalya (26)'da yapıldı. Uluslararası fuarlara da en çok ev sahipliği yapan iller İstanbul (92) ve İzmir (8) oldu. 2025 verileri incelendiğinde fuarların en fazla 39 organizasyon ile eğitim, eğitim ekipmanları ve teknolojileri alanında yapıldığı görüldü. Ardından tarım, seracılık, hayvancılık ve teknolojileri alanında 36 fuar düzenlendiği bildirildi.

TOBB verilerine göre 2026 yılında ise toplam 289 fuar gerçekleştirilecek. Bu fuarların 287'si ihtisas fuarı iken 2 tanesi genel fuardır. Fuar tarihleri yine Ekim (52), Eylül (41) ve Nisan (41) aylarına odaklanırken; 2026'da fuarlar en sık; İstanbul (155), İzmir (25) ve Antalya (24) yapılacak. Uluslararası fuarlara bakıldığında da yine İstanbul (76), İzmir (9) ve Antalya (3) öne çıktığı görülmüyor. Organizasyonlar incelendiğinde 2026 yılında en fazla eğitim, eğitim ekipmanları ve teknolojileri alanında fuar yapılacak. 42 fuarla öne çıkan eğitimin ardından tarım, seracılık, hayvancılık ve teknolojileri alanında da 27 fuar organize edilecek.

Bu veriler, Türkiye'de ve İzmir özelinde fuarcılığın büyük ölçüde sektörel uzmanlaşma üzerine kurulu olduğunu gösteriyor. Ticaret Bakanlığı'nın verilerine bakıldığında da; 2022 yılında "Yurt dışına gerçekleştirilen fuar katılımlarının desteklenmesine ilişkin 2017/4 sayılı karar" kapsamında yurt içindeki nitelikli fuarlara 1 milyon 491 bin TL, yurtdışındakilere ise 220 bin TL harcandığı görülüyor. 2026 yılında ise; Bakanlık tarafından belirlenen fuarlara 9 milyon 862 bin 972 TL, Bakanlık tarafından belirlenmeyen fuarlara da 4 milyon 930 bin 122 TL bütçe ayrıldı. Firmaların yurt dışı fuar katılımlarının desteklenmesi kapsamında da, nitelikli fuarlara 1 milyon 231 bin 848 TL, genel fuarlara 738 bin 563 TL ve prestijli fuarlara ise 3 milyon 698 bin 274 TL bütçe oluşturuldu.

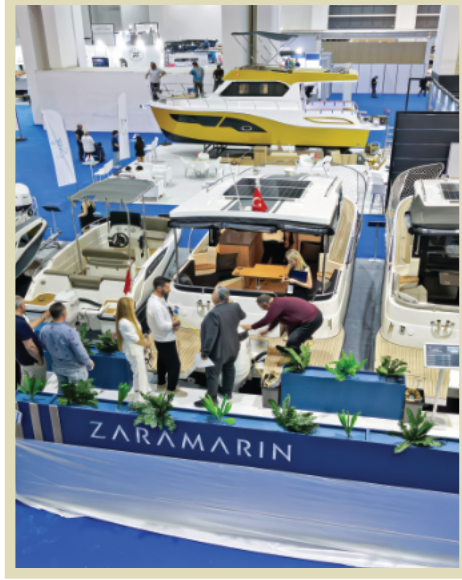
Bu etkinliklere ayrılan bütçeler karşılığında fuarlara gelen ziyaretçi ve katılımcı sayıları da sektörün ekonomik büyüklüğünü gösteriyor. Her sene organizasyon başına toplam ziyaretçi sayısı 18 milyon 8 binin üzerinde olurken, yabancı ziyaretçi sayısı ortalama 845 bin, katılımcı firmaların sayısı ise 56 binin üzerinde oluyor. Bu rakamlar, fuarların yalnızca ulusal değil, uluslararası ticaret açısından da kritik bir rol oynadığını gösteriyor.

## Fuarların sektörel dağılımı ve ekonomiye etkileri

Türkiye'de düzenlenen fuarlar genellikle eğitim, kitap ve yayıncılık, tarım ve hayvancılık teknolojilerine odaklanıyor. Ardından; gıda, gıda işleme teknolojileri, içecek, mobilya, otomobil, motosiklet, elektronik ve aydınlatma alanları öne çıkıyor. Özellikle tarım ve teknoloji fuarlarının yoğunluğu, Türkiye'nin üretim gücünü ve ihracat stratejisini yansıtırken; kitap fuarlarının yüksek ziyaretçi sayısı ise bu etkinliklerin yalnızca ticari değil, kültürel bir etkiye de sahip olduğunu

gösteriyor. Fuar organizasyonlarının şehirlere göre dağılımında: İstanbul, İzmir ve Antalya'nın ilk sıralarda yer alması fuarcılığın; finans, turizm, ihracat ve üretim alanlarına odaklandığını gözler önüne seriyor.

## İzmir, 35 fuara ev sahipliği yapıyor



Türkiye'de fuarcılık denildiğinde akla gelen en köklü şehirlerden biri olan İzmir, tarihsel olarak da bu alanda öncü bir role sahiptir. İzmir'de fuarcılık faaliyetlerinin ana organizatörü İZFAŞ (İzmir Fuarcılık Hizmetleri Kültür ve Sanat İşleri Tic. A.Ş.)'tir. İzmir'in önemli fuarcılık alanları da modern altyapısı ile Fuar İzmir (Gazimir) ve Kültürpark Fuar Alanı olarak bilinir. Ayrıca özel organizatörler de bu alana katkı sunmaya devam ediyor. İzmir'de, her yıl 35'e yakın ulusal ve uluslararası fuara ev sahipliği yapıyor. Bu organizasyonlar, 120'den fazla ülkeden ziyaretçiyi çekerek şehri küresel ticaret ağının önemli bir parçası haline getirir. 2026 yılı da hem çeşitlilik hem de uluslararası katılım açısından dikkat çekici bir takvim sunuyor. İzmir'de farklı sektörlerden öne çıkan prestijli fuarlar; PET İzmir 2026, IF Wedding Fashion İzmir, MARBLE İzmir – Uluslararası Doğaltaş Fuarı, İZKITAP – İzmir Kitap Fuarı, İzmir Boat Show, Olivtech – Zeytin ve Zeytinyağı Fuarı, HORECA Fair İzmir, Travel Turkey İzmir (TTI) olarak sıralanabilir. Yıl boyunca devam eden bu organizasyonlarda özellikle tarım, gıda, madencilik, sanayi, moda, tekstil, turizm, hizmet, denizcilik, eğitim ve yayıncılık gibi sektörlerle yoğunlaşıyor. Bu yapı İzmir'in çok sektörlü bir ticaret merkezi olduğunu da kanıtlıyor.

2025 yılı verilerine göre İzmir'deki fuarlara 4 binin üzerinde firma katılım sağladı. Ayrıca fuarlara 120'den fazla ülkeden ziyaretçi gelmiş ve toplam ziyaretçi sayısı 2 milyonu geçmiştir. Bu veriler, İzmir'in yalnızca ulusal değil, küresel bir ticaret platformu haline geldiğini gösterir. Böylece şehre ekonomik katkı da sağlayan fuarlar; ihracat bağlantılarının artmasına, turizm gelirlerinin yükselmesine, hizmet sektörünün canlanmasına, yeni işbirlikleri ve yatırım fırsatlarının oluşmasına zemin hazırlar. Bunun yanı sıra fuarlar sayesinde İzmir, "Fuar Şehri" sıfatıyla bir marka değeri de kazandı.

Yapılan her fuar organizasyonunun belirli bir

kitleye hitap etmesi, sosyal ve ticari bir hareketliliğe neden olur fakat bazı fuarlar ticari etki, uluslararası katılım, ihracata katkı ve sektör liderliği kriterlerine göre öne çıkıyor.

Türkiye'deki önemli fuarlardan bazıları da: CNR IMOB Uluslararası İstanbul Mobilya Fuarı, Automechanika İstanbul, Hostech by TUSID, WorldFood İstanbul, İzmir Enternasyonal Fuarı, MARBLE İzmir Uluslararası Doğaltaş ve Teknolojileri Fuarı, Agroexpo Uluslararası Tarım ve Hayvancılık Fuarı, IDEF Uluslararası Savunma Sanayii Fuarı, Eurasia Packaging İstanbul, WIN EURASIA olarak bilinir.

## Fuarlar sayesinde şehirlerin ihracat kapasitesi artıyor

Şehre katkılarıyla öne çıkan fuarlar, yapıldıkları dönemlerde; otellerin doluluk oranlarını yüzde 90'lara kadar çıkarıyor. Fuar zamanlarında restoran, kafe ve ulaşım sektörlerinde yoğunluk artarken perakende satışlar da gözle görülür şekilde yükseliş gösteriyor. Uluslararası yatırımcıların radarına da giriş sağlanıyor. Bu da şehre yeni bir canlılık getiriyor. Fuarlar sayesinde şehirlerin ihracat kapasitelerinde artışlar gözlemlenirken firmalar, yeni distribütörler bularak uluslararası anlaşmalar imzalanıyor. Ayrıca sektörlerdeki yeni pazarlara da giriş kapıları açılıyor. Turizm gelirlerinde de artışa katkı sağlayan fuarlar ile ziyaretçiler, konaklama süresini uzatarak, yüksek bütçelerde harcama yaparak ve şehri tekrar ziyaret ederek ekonomiyi hareketlendiriyor.

## Şehir ekonomisine can suyu

Fuar organizasyonlarının yapıldığı şehirlerde istihdamı arttırdığı da bilinen bir gerçek. Standlarda çalışan elemanlardan organizasyon şirketlerine, lojistik ve taşımacılık firmalarına, medya ve reklam ekiplerine kadar geniş bir iş imkanı sağlanıyor. Fuar sayısının artmasıyla yan sanayi de gelişim gösterirken yeni teknoloji ve iş modelleri de deneyimlenmiş oluyor. Fuarların hibrit modeli daha çok benimsemesiyle birlikte hem fiziksel olarak hem de internet aracılığıyla her yerden ziyaret edilebilmesi, maliyetleri azaltıp üretkenliği artırıyor. Bu nedenle önümüzdeki yıllarda dijitalleşme, sürdürülebilirlik ve hibrit fuar modellerinin gelişmesiyle şehrin, fuarcılık sektöründe daha güçlü bir konuma ulaşması bekleniyor.

Daha uluslararası bir seviyeye çıkmak için yabancı katılımcılara kolaylık ve teşvikler artırılmalı

Fuarlar uluslararası medya ve dijital dünyada daha görünür hale getirilmeli

Sanal fuarlar düzenlenmeli, online toplantı ve iletişim ağları güçlendirilmeli

Küresel ölçekteki prestijli fuarlara odaklanılmalı

Şehir içi ulaşım kolaylaştırılmalı

KOBİ'lerin fuarlara katılımı artırılmalı

Tanıtım bütçeleri çoğaltılmalı

Sürdürülebilir ve geri dönüştürülebilir standlar kurulmalı

Sürdürülebilir içerikli fuarlar kurulmalı



# The Future of Trade Fairs: Digitalization and Hybrid Models

Özge Senses



Web linki için dokunun

TOUCH / CLICK TO BROWSE THE LINK

**Trade fairs** have long served as critical platforms for economic diplomacy, commercial exchange, and industrial innovation — bringing together producers and buyers, investors and entrepreneurs under a single institutional framework. As globalization has deepened, these events have evolved beyond transactional venues into centers of knowledge transfer, brand positioning, and strategic partnership development. Türkiye, leveraging its geographic position at the crossroads of East and West alongside its expanding manufacturing capacity and export potential, has emerged as a significant player in the international exhibitions sector.



According to data published by the Union of Chambers and Commodity Exchanges of Türkiye (TOBB), 356 trade fairs were held across Türkiye in 2025, of which 111 were classified as international. Istanbul hosted the largest share with 201 events, followed by Izmir with 31 and Antalya with 26. In terms of international fairs specifically, Istanbul accounted for 92 and Izmir for 8. The most active months were October, November, April, and May. The sectors attracting the highest number of events were education and educational technologies, followed by agriculture, horticulture, and livestock. For 2026, TOBB projects a total of 289 fairs, with Istanbul, Izmir, and Antalya again leading in both national and international categories.

Government expenditure reflects the strategic importance attributed to the sector. In 2026, the Ministry of Trade allocated approximately 9.86 million Turkish lira to ministry-designated fairs and a further 4.93 million lira to non-designated events. Support for companies participating in overseas fairs was similarly structured, with allocations covering general, qualified, and prestigious international exhibitions. These figures represent a substantial increase from 2022 levels, underscoring the government's commitment to trade fair participation as an instrument of export promotion.

The economic impact of these events is considerable. Annual visitor numbers across all fairs consistently exceed 18 million, with foreign visitor figures averaging 845,000 and participating firms numbering over 56,000. These figures demonstrate that Türkiye's exhibitions sector functions not merely as a domestic commercial forum, but as an internationally significant trade facilitation mechanism.

- Facilitation measures and incentives for international exhibitors should be strengthened in order to enhance global participation
- Trade fairs should be exposed more on international media and digital networks
- Virtual exhibitions should be organized, while online meeting and communication networks are strengthened
- Globally coveted trade shows should be focused
- Urban transport infrastructure and accessibility should be improved
- Participation of SMEs should be increased
- Promotional budgets should be expanded
- Exhibition stands should be sustainable, recyclable
- Sustainable trade shows should be established



## Izmir as a Major Exhibition Centre

Izmir occupies a historically prominent position within Türkiye's trade fair landscape. The city hosts approximately 35 national and international fairs annually, attracting visitors from more than 120 countries. The principal organizing body is İZFAŞ, with principal venues at Fuar Izmir in Gaziemir and the Kültürpark Exhibition Area. In 2025, over 4,000 firms participated in Izmir's fairs and total visitor numbers exceeded 2 million.

The city's exhibition calendar encompasses a broad range of sectors, including agriculture, food processing, mining, manufacturing, fashion, tourism, maritime, education, and publishing. Notable events in the 2026 program include PET Izmir, MARBLE Izmir International Natural Stone Fair, the Izmir International Book Fair, Izmir Boat Show, Olivtech, HORECA Fair Izmir, and Travel Türkiye Izmir. This sectoral diversity affirms Izmir's status as a multi-industry trade hub of regional and international significance.

The economic contribution of trade fairs to host cities is well-documented. During major exhibition periods, hotel occupancy rates approach 90%, while the hospitality, transport, and retail sectors record measurable increases in activity. Fairs facilitate new export linkages, attract the attention of international investors, and generate employment across a broad supply chain — from stand personnel and logistics operators to media and advertising services. The

multiplier effect on urban economies is substantial and extends well beyond the duration of individual events.

Looking ahead, the continued integration of digitalization, sustainability principles, and hybrid exhibition models - combining physical attendance with online participation — is expected to reduce operational costs, broaden accessibility, and enhance productivity. These developments position Izmir, and Türkiye more broadly, to strengthen their standing in the global exhibitions sector in the years ahead.



# Kültür, Sanat ve ekonominin senfonisi İzmir'e hayat veriyor

*Anıl Yıkgeç*



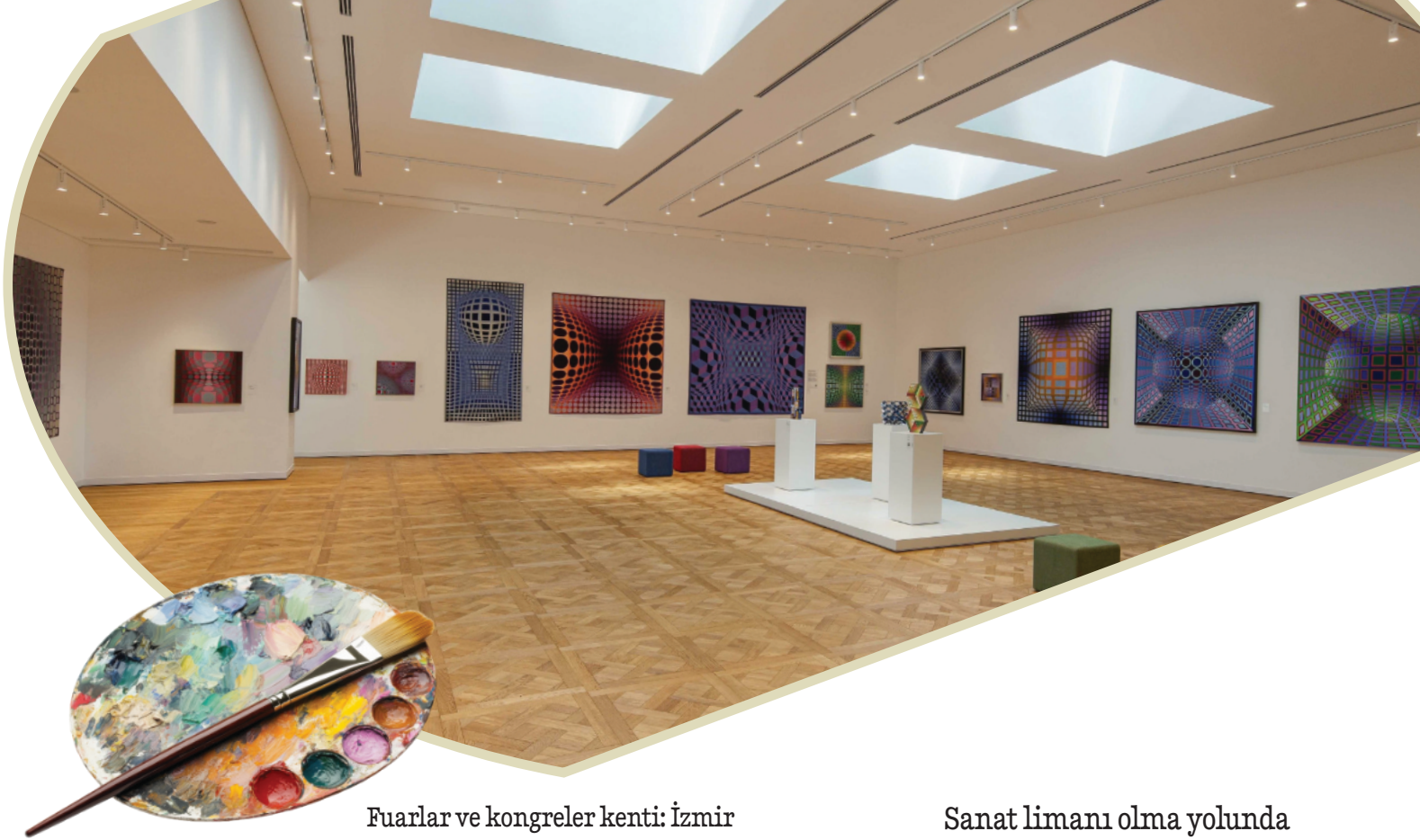
**İzmir** 8.500 yılı aşan köklü geçmişiyle Akdeniz havzasının en önemli kültürel ve ticari kavşak noktalarından biri oldu. Antik Smyrna'dan günümüzün modern metropolüne uzanan bu süreçte; kültür ve sanat, şehrin sadece ruhunu değil, aynı zamanda ekonomik omurgasını da şekillendiren temel bir güç haline geldi.

İzmir; Hitit, İyon, Roma, Bizans ve Osmanlı gibi pek çok büyük medeniyete ev sahipliği yaparak çok katmanlı bir kültürel yapı kazandı. Smyrna ve çevresindeki Efes gibi merkezler, felsefe, sanat ve ticaretin iç içe geçtiği liman kentleri olarak dünya tarihinde iz bıraktı. 17. yüzyıldan itibaren İzmir, Avrupa ile Asya arasındaki ticaretin kilit noktası haline geldi. Levanten tüccarlar, Rumlar, Ermeniler ve Yahudilerle birlikte kentin sanat hayatı opera, tiyatro ve mimari açıdan zenginleşti. 1922'deki kurtuluşun ardından kent, modern Türkiye'nin batıya açılan penceresi vizyonuyla kültürel kurumlarını yeniden örgütledi. Cumhuriyet ile birlikte İzmir hızla kültür sanat alanında ilerledi ve ekonomisine de katkıda bulundu.

With a settled history spanning more than 8,500 years, Izmir has long served as one of the Mediterranean basin's most significant cultural and commercial crossroads. From ancient Smyrna to the modern metropolis, successive civilizations - Hittite, Ionian, Roman, Byzantine, and Ottoman - have endowed the city with a layered cultural infrastructure that continues to generate measurable economic returns. Levantine merchants alongside Greek, Armenian, and Jewish communities enriched Izmir's artistic life through opera, theatre, and distinctive architectural traditions, establishing a model in which cultural vitality and commercial prosperity have historically reinforced one another.

SEE PAGE FOR THE ABSTRACT

50



## Fuarlar ve kongreler kenti: İzmir

İzmir'de kültür ve sanat, tarih boyunca doğrudan ve dolaylı yollarla ekonomik kalkınmayı tetikliyor. İktisat Kongresi ile temelleri atılan fuar, kenti bir 'fuarlara ve kongreler kenti' kimliğine taşıyarak hizmet sektörünün gelişimine öncülük etti. İzmir'in "Fuarlar Kenti" kimliği, kültür sanat etkinliklerinin ticari hacme dönüşmesinin en somut örneği. 2025 yılında 94. kez düzenlenen İzmir Enternasyonal Fuarı (İEF), sadece 12 günde 776 bin 843 ziyaretçiyi ağırladı. Ticaret Bakanlığı verilerine göre, 2025 yılı boyunca İzmir'in toplam ihracatı 23,6 milyar dolara ulaşarak Türkiye'nin en çok ihracat yapan üçüncü ili olma konumunu sürdürdü. Bunda İzmir Büyükşehir Belediyesi ev sahipliğinde ve İZFAŞ organizasyonu ile toplam 30 fuar ve büyük etkinliğin payı büyük. Yıl boyunca düzenlenen bu organizasyonlar 120'den fazla ülkeden 2 milyonun üzerinde ziyaretçiyi İzmir'e çekti. Fuarlarda 4 bini aşkın yerli ve yabancı firma stant açarak ticaret hacminin genişlemesine katkı sağladı.

## Kültür turizmiyle turist sayısı artıyor

İzmir, tarihi Kemeraltı Çarşısı ve İzmir Tarihi Liman Kenti gibi tescilli kültür varlıkları, bölgedeki ticari canlılığı korurken kentsel yenileme projelerine de zemin hazırlıyor. UNESCO Dünya Mirası Listesi'ndeki Efes ve Bergama gibi alanlar, şehrin uluslararası tanınırlığını artırarak turizm gelirlerini ve yerel istihdamı doğrudan destekliyor. Geleneksel el sanatlarından modern sanat galerilerine kadar uzanan geniş yelpaze, şehrin sosyo-ekonomik performansını güçlendiren kültür ekonomisi modelinin temelini oluşturuyor. Kültürel miras alanları, kentin turizm gelirlerinin ana taşıyıcısı olma konumunda yer alıyor. Şehir, 2022 yılında tüm zamanların rekorunu kırarak yaklaşık 2,15 milyon (1,46 milyon yabancı, 690 bin yerli) turist ağırladı. İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nden alınan verilere göre, İzmir'i 2025 yılının ilk on ayında 2 milyon 713 bin 961 yabancı turist ziyaret etti.

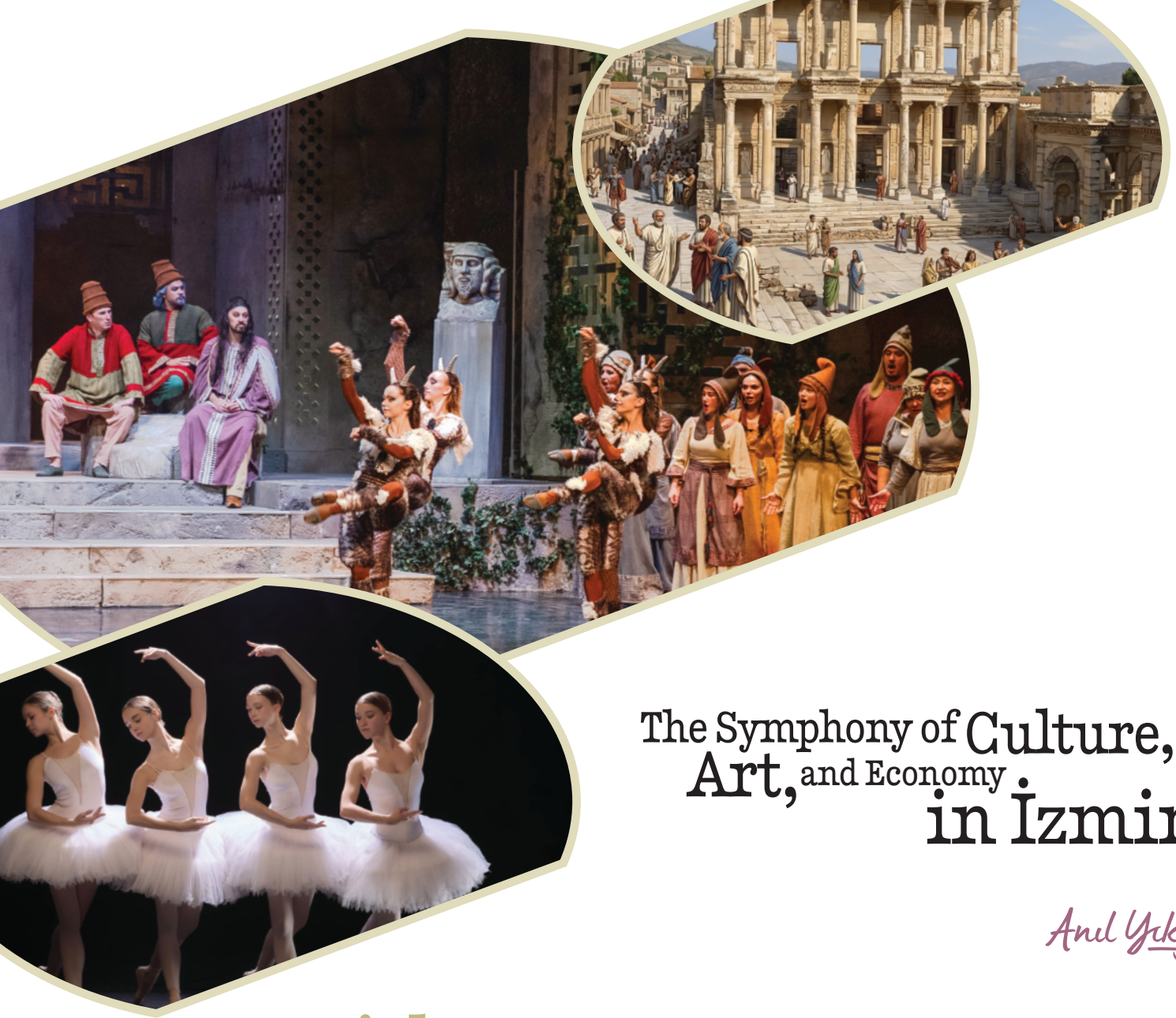
İzmir'in turizm gelirleri 2025 yılında Türkiye genelindeki toplam 65,2 milyar dolar gelirden yaklaşık yüzde 4,5-5 oranında pay aldı. UNESCO mirasları olan Efes ve Bergama, bu gelirlerin en önemli kaynakları olarak karşımıza çıkıyor. İzmir, müze sayısı bakımından Türkiye'nin en zengin şehirlerinden biridir. Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) paylaştığı verilere göre, İzmir'deki müze ve öğren yerlerini 2025 yılında toplam 4 milyon 698 bin 641 kişi ziyaret etti. Efes Antik Kenti, 2025 yılında tek başına 2 milyon 550 bin 458 ziyaretçi ağırlayarak zirvede yer aldı. Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre İzmir'de müzelerin net sayısı dönemsel olarak değişse de il genelinde yaklaşık 30'a yakın tescilli özel müze bulunuyor.

## Sanat limanı olma yolunda ilerliyor

Bugün İzmir, sadece bir ticaret limanı değil, Folkart, Lucien Arkas gibi destekçiler ve yerel yönetimlerin vizyonu ile sanatın da limanı olma yolunda ilerliyor. Adnan Saygun Kültür Merkezi gibi modern mekanlar ve artan festival sayıları, kentin yaratıcı sermayesini ekonomik bir değere dönüştürmeye devam ediyor. Restorasyon sonrası yeniden işlevlendirilen İzmir Kültür Sanat Fabrikası, 2025 yılında 540 etkinliğe ev sahipliği yaptı ve 600 bin ziyaretçiyi ağırlayarak yerel ticaret ve kültür ekonomisine rekor bir katkı sundu.

Kentimiz İzmir Derneği ve İzmir Büyükşehir Belediyesi iş birliğiyle hazırlanan İzmir Festival Stratejisi ve Eylem Planı'na (2022-2024) göre şehirde 271 festival düzenlendi. Türkiye Kültür Yolu Festivali İzmir ayağı, Uluslararası İzmir Festivali, birçok geleneksel ve tematik festival yılın 12 ayına yayılarak önemli ekonomik girdiler oldu. Festivaller ve büyük ölçekli sergiler, ulaşım konaklamaya kadar geniş bir hizmet yelpazesinde ekonomik değer yaratıyor. Kültür sanat yatırımları, sadece bilet satışıyla sınırlı kalmayıp yeme-içme, ulaşım ve konaklama sektörlerinde yarattığı hareketlilikle bölgesel kalkınmayı ve iş olanaklarını destekliyor.

İzmir Kalkınma Ajansı (İZKA) raporlarına göre; mimarlık, tasarım, görsel/gösteri sanatları ve yazılım gibi yaratıcı endüstriler İzmir'de ekonomik performans açısından en yüksek seviyede tanımlanıyor. İzmir; kültürel mirasını ekonomik bir kaldıraç olarak kullanabilen, tarihsel derinliğiyle modern ticareti harmanlayan dünya kentlerinden biri olma yolunda.



## The Symphony of Culture, Art, and Economy in Izmir

*Anıl Yıkgeç*

**With** a settled history spanning more than 8,500 years, Izmir has long served as one of the Mediterranean basin's most significant cultural and commercial crossroads. From ancient Smyrna to the modern metropolis, successive civilizations — Hittite, Ionian, Roman, Byzantine, and Ottoman — have endowed the city with a layered cultural infrastructure that continues to generate measurable economic returns. Levantine merchants alongside Greek, Armenian, and Jewish communities enriched Izmir's artistic life through opera, theatre, and distinctive architectural traditions, establishing a model in which cultural vitality and commercial prosperity have historically reinforced one another.

The Economic Congress of 1923 formalized this relationship, laying the institutional groundwork for Izmir's enduring identity as a center of trade fairs and congresses. The Izmir International Fair, held for the 94th time in 2025, received 776,843 visitors over just 12 days. Across the full year, 30 fairs and major events organized under the auspices of Izmir Metropolitan Municipality and İZFAŞ attracted more than 2 million visitors from over 120 countries, with more than 4,000 domestic and international firms represented. According to Ministry of Trade data, Izmir's total exports reached \$23.6 billion in 2025, sustaining its position as Turkey's third-largest exporting province — a performance to which trade fair activity makes a substantial contribution.

Cultural heritage assets function as equally significant economic drivers. The UNESCO World Heritage Sites of Ephesus and Pergamon, alongside the historic Kemeraltı

Bazaar and the Izmir Historic Port Area, sustain tourism revenues, support local employment, and provide the basis for ongoing urban regeneration initiatives. In the first ten months of 2025, the city received 2,713,961 international visitors, with tourism revenues estimated to account for 4.5 to 5 percent of Turkey's total tourism income of \$65.2 billion. Museums and archaeological sites across the province attracted nearly 4.7 million visitors in 2025, with the Ancient City of Ephesus alone receiving 2.55 million — the highest figure among all sites in the province.

Izmir is also advancing its position as a center of the creative economy, supported by private patrons such as Folkart and Lucien Arkas alongside sustained municipal investment. The Izmir Culture and Arts Factory hosted 540 events and welcomed 600,000 visitors in 2025, generating record contributions to the local cultural economy. A total of 271 festivals were held across the city in recent years, with major events including the Turkey Culture Road Festival and the International Izmir Festival distributing economic activity across hospitality, transport, and retail sectors throughout the calendar year.

According to the Izmir Development Agency, creative industries — encompassing architecture, design, visual and performing arts, and software — rank among the province's highest-performing economic sectors. Izmir is increasingly recognized as a city that deploys its rich cultural heritage as a strategic instrument of broad-based economic development.

# VS

## VILLASARAY

ILICA ÇEŞME

EGE'NİN  
İNCİSİ  
ÇEŞME'DE

EVİNİZİN  
KONFORUNDA  
SİZE ÖZEL!



- 3 Yatak Odalı
- Tam Donanımlı Mutfak
- Özel Peyzajlı Geniş Bahçe
- Yetişkin ve Çocuk Havuzu
- Resepsiyon Hizmetleri
- Snack Bar, Cafe, Mini Market
- 7/24 Güvenlik Hizmeti
- Jenaratörlü Villalar
- Düzenli Havuz Temizliği
- Farklı Seçenekli Villalar



## Çeşme'de Deluxe Villa Tatili

Ege'nin incisi Çeşme'de, beklentilerinizin ötesinde bir deluxe villa deneyimi sizi bekliyor. Seçkin mimarisi ve üst düzey konforuyla farklı büyüklükteki villa seçeneklerimiz, sevdiğinizlerle geçireceğiniz en özel anlara ev sahipliği yapıyor.

REZERVASYON VE DETAYLI BİLGİ   
**0 232 723 02 66**

villasaray-vip.com  
  villasaraycesme

**VILLASARAY ILICA ÇEŞME**  
İzmir Caddesi, 5072 Sokak, No:2,  
Ilica, Çeşme - İzmir

# Türk sporunda endüstriyel dönüşüm

Seren Kardeşahin



Türkiye's sports economy mirrors the country's broader socio-economic trajectory — from the austerity of the early Republic to a multi-billion dollar industry navigating digital transformation, global competition, and persistent structural challenges. Football has long dominated Turkish sporting culture, but sustained investment and exceptional individual performances across other disciplines have begun to reshape the landscape of both sporting achievement and commercial opportunity.

SEE PAGE FOR THE ABSTRACT

54

## Türkiye'de spor ekonomisi ülkenin sosyo-ekonomik dönüşümünü gösteren

en net tablolardan biri olarak öne çıkıyor. İkinci Dünya Savaşı'ndan çıkmış ve dünyada yeni bir yer edinmek için çabalayan Türkiye, 1940'lı yıllardaki imkansızlık içinde olan genç Cumhuriyet döneminden dijital evrime kafa tutan ve milyar dolarların döndüğü bir spor dünyasına evriliyor.

Spor, Türkiye'deki her evde takip edilen bir alanken bu konuda en aktif olan dal ise futbol. Çocuklar, ilk olarak sokaklarda oynamaya başladığı futbolu en erken yaşlardan öğreniyor ve taraftarlığa ilk adımlarını atıyor. Spor aslında futboldan ibaret olmakla beraber son yıllarda ülkemizde de ciddi spor ataklarıyla diğer branşlara ilgiler de arttı. Özellikle kadın voleybolundaki başarıların "Filenin Sultanları"na dikkati çektiği ve yaklaşık son 10 yıldır verilen azimle gelen başarılarından dolayı Türk voleybolu önemli bir ivme de yakaladı. Atletizmden ata sporu yağlı güreşlere kadar Türk milli sporcularının sarsılmaz azmi takdire şayanken erkek futbolu hep-sinden birkaç adım önde yer alıyor. Son yıllarda resmi olarak büyük başarılar gelmese de 2002 yılında Dünya Kupası üçüncüsü olan Türkiye'de futbol, saç şekillerine bile yön vermişti.

## Okçulukta "Mete Gazoz" başarısı

Takım sporlarında gelen başarıların yanında bireysel sporlarda da ülkemiz önemli başarılarla imza attı. Mete Gazoz, okçulukta elde ettiği başarılarla dikkati bu spora çekti. Gazoz, 2020 olimpiyatlarında ve 2023 Dünya Okçuluk Şampiyonası ile 2024 Avrupa Okçuluk Şampiyonası'nda altın madalya kazanarak Türk okçuluğunda ilk olimpiyat, dünya ve Avrupa şampiyonu oldu.

## Atıcılıkta "Dikeç" ses getirdi

Atıcılıkta da bireysel ve takım olarak başarılarla imza atıldı. Paris 2024 Olimpiyatları'nda Şevval İlayda Tarhan ve Yusuf Dikeç'ten oluşan 10 metre havalı tabanca karma takımı olimpiyat tarihinde Türkiye'ye atıcılıktaki ilk gümüş madalyayı kazandı. Dikeç, 2014 ISSF Tüm Dallar Dünya Atıcılık Şampiyonası'nda 25 metre centre fire tabanca müsabakasında dünya şampiyonu oldu. Paris Olimpiyatları'nda ise "eli cebinde" duruşuyla dünyada ses getirdi. Milli atıcılar İsmail Keleş, Yusuf Dikeç ve Buğra Selimzade'den oluşan erkekler 10 metre havalı tabanca trio takımı Avrupa şampiyonu oldu. Esra Bozabalı ve Şevval İlayda Tarhan, kadınlar 10 metre havalı tabanca takım finalinde Avrupa Şampiyonası'nda altın madalya kazanarak zirveye çıktı.

Türk ultra-maraton yüzücüsü **Bengisu Avcı**, Ocean's 7'yi bitiren ilk Türk olarak tarihe geçti. Popüler olmayan branşlarda gelen başarılar, iliyi çekerken ekonomik yönden sponsor bazında destekleri de beraberinde getirdi.

## “Filenin Sultanları” tarih yazdı

Kadın voleybol takımının başarıları son yıllarda artarak ilerlerken dünya kadın voleybolunda söz sahibi bir Türkiye ortaya çıktı. Millî takımın elde ettiği ilk önemli uluslararası başarı 2003 Avrupa Kadınlar Voleybol Şampiyonası'nda ikincilik olmuştu. Filenin Sultanları, 2023'te Milletler Ligi Şampiyonluğu kupası, Avrupa Şampiyonluğu kupası ve Dünya Kupası adıyla oynanan Olimpiyat Elemelerinde kazandığı kupa olmak üzere 3 kupa birden kazandı. Türk spor tarihinde millî takım bazında takım sporlarında Avrupa şampiyonu olan ilk takım olarak tarihe geçti. Bu başarılar, kız çocuklarının spora yönelmesi ve voleybol oynamak istemesine sebep oldu. Her kesimden insan, kadın voleybol takımımızın maçlarını kaçırmayarak destek olmaya devam etti. Millî takım özelinde yapılan hamleler yerelde de karşılık buldu.

## Geçmişten günümüze spor ekonomisi

Geçmişten günümüze spor ekonomisinin gelişimine bakıldığında çeşitli süreçlerden geçtiğini görüyoruz. 1940'lı yıllarda spor tek elden yönetilirken, kulüplerin gelir modelleri bugünkü karmaşıklığından daha uzaktaydı. Maç günü elde edilen gelirler, kulüplere can suyu oluyordu. Kulüpler semtin önde gelen isimlerinin bağışlarıyla formalar diktiriyor ve deplasman masraflarını karşılıyordu. Devlet de tesisleşmede finansman sağlarken, kulüplere doğrudan nakit akışı sağlanmasına imkân vermiyordu. Türkiye'de futbolun 24 Eylül 1951 tarihinde profesyonel hale gelmesi sporun bir iş koluna dönüşmesini hızlandırdı. 1951 yılı Türk futbolu için milat olarak kabul edilirken resmen profesyonel statüye kavuşması kâğıt üstündeydi. Transfer ücretleri sembolikti ve futbolcular başka işlerle meşgul oluyordu. Bu tarihten önce futbolculuk amatör ruhla oynanırken, bu tarihten sonra lisanslar ve transfer ücretleri hayata geçti.

## Sanayi spora dahil oluyor

Yıllar ilerlerken Türkiye'nin sanayileşme hamlesi de sporda kendini gösterdi. 1960'lar ve 1970'ler Türkiye'nin sanayileşme hamlesine paralel olarak Eczacıbaşı ve Efes Pilsen gibi holdinglerin spora girdiği dönem olarak öne çıktı. Eczacıbaşı Spor Kulübü, 1966 yılında kurulurken, Efes Pilsen ise 1976 yılında Kadıköy Spor'un devralınmasıyla kuruldu. Bu şirketler, sporu bir sosyal sorumluluk projesi olarak görürken, kulüplere “kurumsal finansman” disiplini getirdi. Bu, Türkiye'de sporun sürdürülebilir finansmanla tanıştığı ilk yerlerden birisi olarak görüldü.

## Serbest piyasa sporda kendini gösterdi

Tarihler 80'leri gösterirken liberalleşme kendini hissettirmeye başladı. 24 Ocak 1980 kararlarıyla Türkiye ekonomisi serbest piyasa modeline geçti. Bu dönemde sponsorluklar öne çıktı. Bu dönüşüm, tamamen sponzor pazarlanabilir bir ürün olarak algılanmasına

neden oldu. Anayasanın 59'uncu maddesi ile sporun devlet tarafından korunması ve desteklenmesi anayasal bir görev haline geldi. Bu durum, özellikle amatör branşlara kamu kaynaklarının aktarılmasını yasallaştırırken asıl devrim, reklam ve sponsorluk alanında yaşandı.

Bu dönem spor yumuşak güç olarak kullanıldı. Turgut Özal'ın yönetim koluğunda olduğu vakitler, Naim Süleymanoğlu gibi başarılı Türk sporcuların dünyada ses getirmesiyle yapılan ülke tanıtımı spora ayrılan bütçeleri etkiledi ve katladı. Daha önceki dönemlerde formalarda sadece kulüp armaları varken artık bankalar ve beyaz eşya markaları reklam vererek formaları süslüyordu. Bu kulüpler dışında taraftarlara satılan biletler dışındaki önemli gelir kaynaklarından oldu. Bu dönemlerde stadyumların kapasiteleri artırılmaya çalışıldı. Zeminler modernize edildi. Spor yavaş yavaş televizyonlara entegre edildi.

## Havuz sistemine geçiş

Yıllar ilerledikçe sistemler değişmeye başladı. Bu dönem Türkiye'de spor ekonomisinin kabuk değiştirdiği ve gerçek anlamda endüstriyelleştiği bir dönem olarak öne çıktı. Televizyonun aktif olarak hayata girmesiyle spor da televizyonun vazgeçilmezi oldu. 1996 yılında hayata geçen naklen yayın havuz sistemi sporun finansal yapısını değiştirdi. Yayın hakları ihalelerinde rakamlar milyon dolarları katladı. Önceden sadece büyük ve yüksek taraftar grubuna sahip kulüpler para kazanırken havuz sistemi sayesinde Anadolu kulüpleri de ciddi bir garanti gelire kavuştu. Spor artık sahadaki oyundan ziyade satılan bir içeriğe dönüştü.

## Spor “yumuşak güç” oldu

Galatasaray'ın 2000 yılında UEFA Kupası'nı ve Süper Kupa'yı kazanması, hemen ardından A Millî Futbol Takımı'nın 2002 Dünya Kupası'nda üçüncü olması, Türk sporcusunun ve kulübünün piyasa değerini küresel ölçekte artırdı. İlhan Mansız ve Nihat Kahveci gibi oyuncuların yüksek bedellerle Avrupa'ya transferi, Türkiye'ye spor üzerinden döviz girdisi sağladı. Özellikle “soft power” dediğimiz Turgut Özal'ın gerçekleştirdiği durum burada da etkisini gösterdi. İlhan Mansız gibi yıldızı parlayan yeteneklerin Dünya Kupası'nda görünmesiyle uluslararası basında ve medyada yer alması ses getirdi. Bu da Türkiye'nin yumuşak gücüne katkı sağladı.

## Kulüpler halka açıldı

Bu dönemde Beşiktaş, Trabzonspor, Fenerbahçe ve Galatasaray'ın dernek yapısından çıkarak sportif anonim şirketler kurması ve Borsa İstanbul'da işlem görmeye başlaması, sporun finans piyasalarına entegrasyonu olarak öne çıktı. Kulüpler artık sadece taraftarlarına değil, yatırımcılarına da hesap vermek zorunda olan ticari işletmelere dönüştü. Bu da artık sadece seyir zevki getirmesi beklenen sporu ticarileştirdi.

Spor Toto Teşkilatı'nın yönettiği bahis sektörü de Türkiye'deki spor finansmanının can damarı haline geldi. Amatör kulüplerden Süper Lig devlerine kadar herkesin bütçesinde isim hakkı bedeli adı altında bahis gelirleri önemli bir pay teşkil etmeye başladı. Transferlerdeki aşırı harcamalar, döviz kurundaki dalgalanmalar ve kısa vadeli borçlanma stratejileri, kulüpleri büyük bir krizin eşiğine getirdi. 2019'da başlayan ve 2020'li yıllarda devam eden Türkiye Bankalar Birliği (TBB) ile gerçekleştirilen yapılandırma anlaşmaları, kulüplerin finansal özgürlüklerini

kısıtladı.

## Sporda blockchain ve yeni medya

2020 sonrası, spor ekonomisinde taraftar etkileşimi bir para birimine dönüştü. Fan tokenlar, hayatlara girdi. Blockchain teknolojisi ile kulüpler, taraftarlarına dijital varlık satarak milyonlarca dolar gelir elde etti. Geleneksel yayıncılığın yanı sıra çevrim içi video platformları sporun yeni gelir kalemi oldu. Sporcuların günlük yaşamları, oynadıkları oyunlar ve maç öncesi komik anlar gibi enstantanelerin yer aldığı videolar, taraftarlara sunulurken buralardan da gelir elde edildi.

## Yapısal sorunlar devam ediyor

Türkiye'de spor ekonomisi, yaklaşık 2 milyar dolar büyüklüğe ulaşırken, yapısal sorunlar hala devam ediyor. Gelirlerin TL, oyuncu maaşları gibi giderlerin ise döviz bazlı olması, kurlardaki hareketliliği spora yansıtıyor. Gelir artışına rağmen borç stokunun eritememesi de kulüplerin borç yükünü artırıyor. Ayrıca çıkan af ve kredilerle de kulüplerin borçları görmezden gelinerek daha fazla borca itilmesi sağlanıyor. Futbolun pastanın yüzde 80'inden fazlasını alması, voleybol ve basketbol gibi branşların ekonomik olarak hala futbolun gölgesinde kalması da yapısal sorunlardan biri olarak öne çıkıyor.

Türkiye'de sporun 80 yıllık özeti, ekonominin de bir kısa hali gibi görünüyor. Bu süreçte devasa ekonomiye ve sanayiye dönüşen spor, birden fazla kalemin aynı anda yürütülmesini sağlıyor. Bugün bir spor yöneticisinin başarısı artık sadece kazanılan oyunla değil, takımın bir şirket gibi yönetilmesi ve bilanço tabiiyle de ölçülüyor.



# Industrial transformation of sports in Türkiye



“ Türkiye’s Süper Lig 2025-26  
approximate value of all the squad  
€1.037.000.000  
ranks 7<sup>th</sup> In European countries’ value list  
”

*Seren Kardeşahin*

Türkiye's sports economy mirrors the country's broader socio-economic trajectory — from the austerity of the early Republic to a multi-billion dollar industry navigating digital transformation, global competition, and persistent structural challenges. Football has long dominated Turkish sporting culture, but sustained investment and exceptional individual performances across other disciplines have begun to reshape the landscape of both sporting achievement and commercial opportunity.

Archer Mete Gazoz claimed gold at the 2020 Olympics, the 2023 World Championship, and the 2024 European Championship, becoming the first Turkish athlete to hold all three titles simultaneously. At the Paris 2024 Olympics, shooter Yusuf Dikeç attracted global attention with his distinctive one-handed stance, while his mixed 10m air pistol partnership with Şevval İlayda Tarhan secured Türkiye's first Olympic silver medal in shooting. National shooting teams claimed further European titles in both men's and women's categories. Open water swimmer Bengisu Avcı made history as the first Turkish athlete to complete the Ocean's Seven challenge. Each of these achievements has drawn new sponsorship interest to disciplines that had previously attracted limited commercial support.

The women's volleyball team — the "Queens of the Net" — has established Türkiye as a leading force in international volleyball. Having claimed silver at the 2003 European Championship, the team won three major titles in 2023 alone: the Nations League, the European Championship, and the Olympic Qualifier. They became the first Turkish national team in any team sport to win a European title, inspiring a new generation of participants and broadening the sport's commercial base.

## The Evolution of the Sports Economy

Türkiye's sports economy has developed through several distinct phases, each reflecting the wider economic conditions of its time. In the 1940s, clubs operated on match day revenues and local donations, with the state providing facility financing but no direct cash transfers. The professionalization of football on 24 September 1951 was a formal milestone, though transfers remained nominal and players maintained other occupations. The 1960s and 1970s brought industrial conglomerates into the sector: Eczacıbaşı Sport Club was established in 1966, and Efes Pilsen followed in 1976, introducing corporate financial discipline and marking Türkiye's first sustained engagement with institutionalized sports funding.

The economic liberalization of 1980 was transformative. Free market reforms opened sport to sponsorship and advertising revenue, with club kits carrying the names of banks and consumer goods manufacturers for the first time. Article 59 of the Constitution formalized state support for sport, legalizing the allocation of public resources to amateur disciplines. The era of Turgut Özal saw sport deployed as an instrument of public diplomacy, with athletes such as weightlifter Naim Süleymanoğlu serving as international ambassadors for the Turkish state. Stadium capacities were expanded, facilities modernized, and sport was progressively integrated into broadcast media.

The introduction of a centralized broadcast rights pooling system in 1996 was a structural turning point, distributing television revenues across the league and providing Anatolian clubs with guaranteed income for the first time. Sport

was no longer primarily a live spectacle but a content product with substantial commercial value. Galatasaray's UEFA Cup and Super Cup victories in 2000, followed by the national team's third-place finish at the 2002 World Cup, elevated the international market value of Turkish clubs and players. High-profile transfers to European clubs generated foreign currency inflows and enhanced Türkiye's standing as a talent-producing nation.

The subsequent listing of Beşiktaş, Trabzonspor, Fenerbahçe, and Galatasaray on Borsa İstanbul transformed them into commercial entities accountable to shareholders as well as supporters. Betting revenues administered through Spor Toto became a significant funding source across all levels of the game. However, excessive transfer expenditure, exchange rate volatility, and short-term borrowing strategies brought several clubs to the verge of financial crisis. Debt restructuring agreements with the Turkish Banks Association from 2019 onwards imposed constraints on clubs' financial autonomy that persist to the present.

Post-2020, fan tokens and block chain technology opened new digital revenue streams, while online video platforms converted players' daily lives into monetizable content. Türkiye's sports economy has reached an estimated scale of approximately \$2 billion. Structural challenges nonetheless remain: revenues are denominated in Turkish lira while player costs are largely foreign-currency-indexed, creating persistent exchange rate exposure. Football's absorption of more than 80 percent of total sports economy revenues leaves volleyball, basketball, and other disciplines operating under chronic financial constraint. Today, the performance of a sports executive is measured not by sporting results alone, but by balance sheet management.



**Baskıda  
Fark Yaratma  
Sanatı**

# BASBAŞ'ta yatırımlar hızlandı, ihracat hedefi 3 kat arttı

Bir yıl önce faaliyete geçmesine rağmen 2025 yılında yarısı ihracat olmak üzere, 12.8 milyon dolarlık ticaret hacmi gerçekleşen ve 500 kişi istihdam edilen BASBAŞ Batı Anadolu Serbest Bölgesinde yeni fabrikalar hızla üretime hazır hale getiriliyor. 4 firmanın bu yıl üretime başlamak için gün saydığı bölgede, 2026 yılında ihracatın 3 kat, istihdamın ise 2 kat artması hedefleniyor.

BASBAŞ tarafından inşa edilen iki üretim tesisi şimdiden kiraya verildi, diğer ikisinin kiralama süreci devam ediyor. Kendi üretim tesislerini yapacak olan yatırımcılar da inşaatları devam eden fabrikalarını hızla devreye almak için çalışmalarını yoğunlaştırmış durumda.

İdatrim firması bir yıldır otomobil koltuk kılıflarını üreterek bölgeden Mercedes ve Audi gibi lüks segment modeller dahil, dünyanın en büyük otomotiv markalarına ihraç ediyor. Onursan firması fabrikasını tamamlayarak üretime başlayan ikinci firma oldu. Otomotiv sektörüne yönelik üretim yapan firma, yılın ilk çeyreğinde ihracata başlamış oldu. Üç firma ise bu yıl üretime geçmek için gün sayıyor. Endüstriyel raf sistemleri üretecek olan Zenith firması fabrikasını tamamlamış durumda.

Nano ve fiber malzemelerden üretilen teknik tekstili kullanarak sağlık ve kozmetik sektörüne yönelik ürünler üretecek olan Nexture firması da bu yıl üretime başlayacak. Dünyanın ilk ticarileştirilmiş üçüncü nesil ultra düşük atışlı elyaf ürünlerini üreten Hollanda-Çin ortak girişimi Vulcor Soli üretim tesisinin yüzde 60'ını tamamladı. Yılın ilk yarısında faaliyete geçmeyi planlayan firmanın elyaf formunda üreteceği yalıtım malzemeleri çelik metalurjisi, enerji, petrokimya, cam, seramik, yangın güvenliği, elektrik ekipmanları ve güneş enerjisi gibi yüksek ısı ortamlarının bulunduğu pek çok sektörde kullanılacak.

## Yeni fabrikalar ihracata ve istihdama katkı sağlayacak

Yatırımların hızlı bir şekilde ilerlemesinden memnuniyet duyduklarını belirten BASBAŞ Yönetim Kurulu Başkan Vekili ve Yürütme Kurulu Başkanı Dr. Faruk Güler, bölgedeki tesislerin istihdama ve ihracata katkı sağlayacağını vurguladı.

2024 yılında yatırımcı kabul etmeye başlayan BASBAŞ Batı Anadolu Serbest Bölgesinden ilk ihracatın 2025 yılında Ticaret Bakanlığı kayıtlarına geçtiğini ve yıl sonunda 12.8 milyon dolarlık ticaret hacmi gerçekleştiğini aktaran Dr. Faruk Güler, şunları söyledi: "Bu rakamın yarısına tekabül eden 6 milyon doları aşkın tutarı ihracat gelirinden sağlandı. Katma değerli ürünlerin üretim ve ihracatının

hedeflendiği serbest bölgemizde yatırımlar hızla ilerliyor. Bu yıl diğer yatırımcıların üretimleri de başlayacağı için bölgenin ihracatı geometrik bir şekilde artacaktır. BASBAŞ olarak 3 büyük üretim tesisi yaptık ve ikisi doldu, biri için yeni yatırımcılarla görüşüyoruz. 2026 yılında geçen yıl yaptığımız ihracatın 3 katına çıkacağını tahmin ediyorum."

## Yeni yatırımcılarla görüşmeler sürüyor

Dr. Faruk Güler, BASBAŞ'ı en doğru yerde kurmak için yıllar süren titiz bir çalışma sonucunda Bergama'da kurulmasına karar verdiklerini, lokasyon avantajları ile ülkeye gelecek yeni yatırımlar için cazip bir endüstri merkezi olduklarını vurguladı. Yerli ve yabancı yatırımcılardan gördükleri ilginin bunu gösterdiğini kaydeden Dr. Faruk Güler, "Aliağa'daki limanlara, İstanbul-Izmir Otoyolu ve 1915 Çanakkale Köprüsü'ne yakınlığıyla öne çıkan bölgemiz Avrupa pazarı başta olmak üzere küresel pazarlara açılmak isteyen yerli ve yabancı yatırımcılara büyük fırsatlar sunuyor. Buradan 30 dakikada limana, 4 saatte bir gümrük kapısına, 6 saatte diğer gümrük kapısına ulaşılabilir. Bir yıl içinde 6 yatırımcının daha burada inşaata başlayacağını tahmin ediyoruz" dedi.

## Süreç planlandığı şekilde ilerliyor

Bölgede sürecin BASBAŞ'ın planladığı gibi ilerlediğini kaydeden Dr. Faruk Güler, "Burası Ege ve Marmara'da büyük sanayi yatırımlarına uygun nadir alanlardan biri. Bölge, yalnızca sanayi altyapısıyla değil, çalışanların yaşam kalitesine yönelik planlamalarıyla da öne çıkıyor. BASBAŞ Ortak Sağlık ve Güvenlik Birimi (OSGB), işe giriş sağlık raporlarından periyodik kontrollerine kadar tüm iş sağlığı ve güvenliği hizmetlerini lisanslı biçimde sunuyor, 10 bin kişiye hizmet verecek Gıda Üretim Tesisini hizmete açmış bulunuyoruz" diye konuştu.

Dr. Faruk Güler, İzmir'in kuzeyinin sahip olduğu dinamik çalışan nüfusu sayesinde iş gücü temini açısından elverişli olduğunu, bu özelliklerin hem yatırım hem de düşük işletme maliyetleri açısından bölgeyi cazip kıldığını da sözlerine ekledi.



## Investment Momentum Accelerates at BASBAŞ

Operational since 2024, the BASBAŞ West Anatolia Free Zone recorded a total trade volume of USD 12.8 million in 2025, with exports accounting for approximately half of that figure and the zone sustaining a workforce of 500 personnel. Four additional companies are expected to commence production within the current year, with projections indicating that exports will treble and employment will double by 2026. Two production facilities constructed by BASBAŞ have already been let, leasing processes are under way for a further two, and a new manufacturing complex is nearing completion. Investor-led construction projects are advancing in parallel, with several operators intensifying efforts to bring their facilities online at the earliest opportunity.

Established tenants include İdatrim, which has been exporting automotive seat covers to leading global manufacturers — among them Mercedes and Audi — since the zone's inception, and Onursan, which commenced exports to the automotive sector in the first quarter of 2025. Among incoming operators, Zenith will produce industrial racking systems; Nexture will manufacture health and cosmetics products using nano and fiber-based technical textiles; and Vulcor Soli — a Dutch-Chinese joint venture and the world's first producer of commercialized third-generation ultra-low-shot fiber insulation materials for high-temperature industries including steel, energy, and petrochemicals — has completed 60 per cent of its facility and is scheduled to commence operations in the first half of the year. The zone's strategic location near the Port of Aliağa, the Istanbul-Izmir Motorway, and the 1915 Çanakkale Bridge positions BASBAŞ as a competitive hub for domestic and international investors seeking access to European and global markets.

# Farklı bir dünya görün!

Securitas Güvenlik olarak 81 ilde, 11 bölge müdürlüğümüz ve 22 binden fazla çalışanımızla 29 farklı sektöre öngörülü güvenlik çözümleri sunuyoruz. Güvenlik teknolojileri, uzaktan izleme hizmetleri, insanlı güvenlik, itfaiye hizmetleri, risk yönetimi ve danışmanlık hizmetlerimizle dünyanın daha güvenli hale gelmesine yardımcı oluyoruz.



Daha fazla bilgi için QR kodu okutun.

**GÜVENİLİR YAYINCILIĞI İLE  
TÜRK EKONOMİ BASINININ  
EN SAĞLAM DIŞLİLERİ ARASINDA  
YER ALAN TİCARET GAZETESİ'NİN  
85'İNCİ YILINI KUTLUYORUZ...**



FABRİKA / FACTORY  
Yayla Mahallesi Çayıralan Mevkii, Küme Evler  
No: 5/A 35670 Menemen - İZMİR / TÜRKİYE  
Tel: +90 232 843 90 50 (pbx)  
Fax: +90 232 843 90 54  
e-mail: info@tibetmakina.com

