TİMDER

Tesisat İnşaat Malzemecileri Derneği Dergisi

Sayı: 121 / Ekim-Aralık 2026



Kapak Konuğu:
İbrahim Polat Holding
Yönetim Kurulu Başkanı
Adnan Polat

GPD Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı
Aret Polat

PH Dizayn Kurucu Ortağı
Pınar Uğuş

DİMSİAD Yönetim Kurulu Başkanı
Halil İbrahim Çerçi

Olcay Yapı Yönetim Kurulu Başkanı
Ahmet Olcay İskender

Dites Mühendislik Kurucu Ortağı
Hikmet Karadağ

timderdergisi.com


YURTBAY
SERAMİK
SAFE
Saf Güzellik
www.yurtbayseramik.com
/ yurtbayseramik

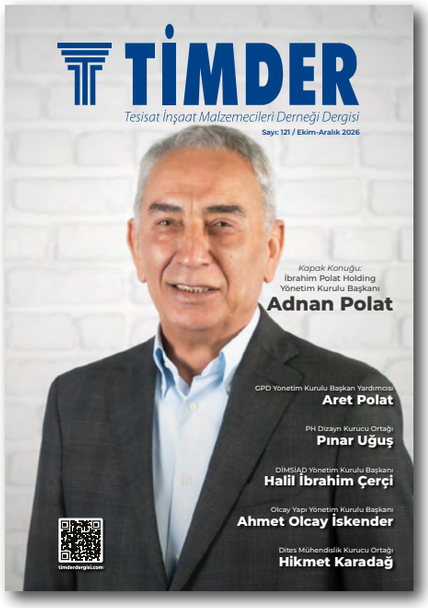


Kalesinterflex 3mm - 5mm

Hafifliğin Gücüyle Zirve Bizim!

3 mm ve **5 mm**'lik incelik seçenekleri, **100x300 cm** ve **120x360 cm** ebatlarındaki ürünlerimizle cephe uygulamalarında liderliğimizi sürdürüyoruz.

Kalebodur



timderdergisi.com

Dergi Adı:
Tesisat İnşaat Malzemecileri Derneği Dergisi

TİMDER Yönetim Kurulu:
Dr. Çiğdem Aras, Deniz Kaya, Sercan Karahan,
Kemal Yıldırım, Ahmet Gediz Tatar, Aydın Eşer, Cemal Kır,
Ilıcan Gaziler, Kemal Çelik, Mehmet Okan Çalışkan,
Muzaffer Saat, N. Begüm Kıratlılar, Özkan Yüksel,
Serdar Dönmez, Yücel Baran.

İmtiyaz Sahibi ve Adresi:
Dr. Çiğdem Aras
baskan@timder.org.tr

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü ve Adresi:
N. Begüm Kıratlılar
dergi@timder.org.tr

Yayın & Tasarım Yönetmeni:
Orhan Hopa
orhan@timder.org.tr

Yönetim Yeri Adresi:
Atatürk Mh. Namık Kemal Cd. Ekincioğlu Sk.
No:44/1 K:1 34758 Ataşehir, İstanbul

Basım Yeri Adresi Telefonu:
Özlem Matbaacılık ve Reklamcılık Ltd. Şti.
Maltepe Mh. Litros Yolu Sk. 2. Matbaacılar Sitesi
No: 2BB4 Topkapı, İstanbul T: 0212 612 0662
Sertifika No: 45257

Basım Tarihi:
Ekim 2026

Yayın Türü:
Yaygın Süreli

Yayın Yürütme Kurulu:
N. Begüm Kıratlılar, Dr. Çiğdem Aras, Deniz Kaya,
Sercan Karahan, Aydın Eşer, Mehmet Okan Çalışkan,
Orhan Hopa.

İletişim Bilgileri:
Atatürk Mh. Namık Kemal Cd. Ekincioğlu Sk.
No:44/1 K:1 34758 Ataşehir, İstanbul
T: (0216) 580 8343
dergi@timder.org.tr
www.timder.org.tr

/timder1988

*Dergimizde yayınlanan yazı ve görsellerden imza sahipleri sorumludur.
Ticari reklamlar, reklam verenlerin sorumluluğundadır. Yayınlanan yazı ve görsellerin
her hakkı saklıdır. İzinsiz ve kaynak gösterilmeden alıntı yapılamaz, kullanılamaz.*

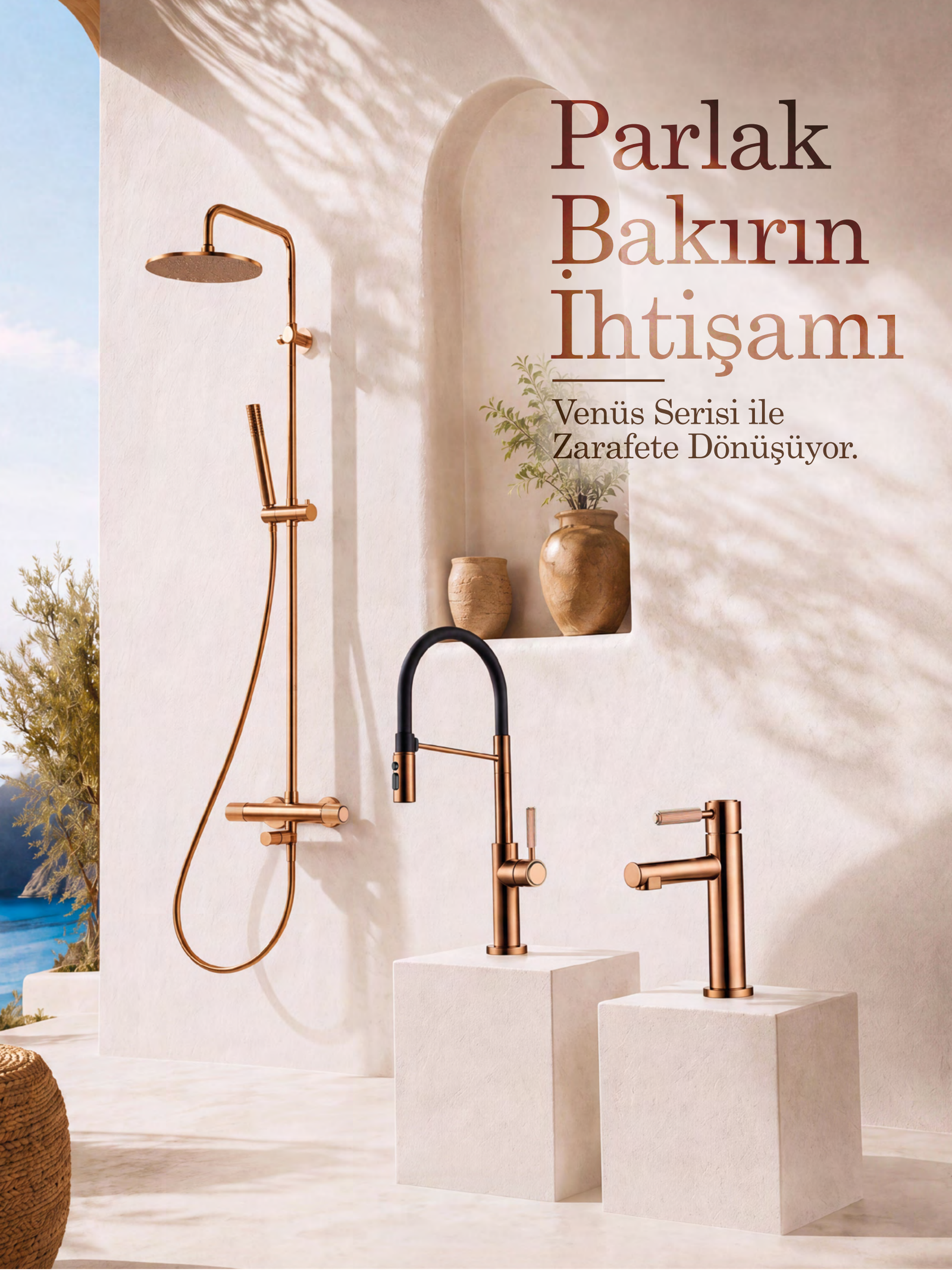
İLAN İNDEKSİ

Arka Kapak:	**Seramiksan**
Ön Kapak İçi:	**Yurtbay Seramik**
Arka Kapak İçi:	**Duratiles**
01	**Kalebodur**
03	**Newarc**
05	**Livea - Motto Banyo**
07	**VitrA**
13	**E.C.A. - Serel**
14-15	**Cybele Tile**
17	**Kalay Banyo**
19	**Baymak**
20-21	**Anatolia**
23	**Orka Banyo**
25	**Delta Stone**
26-27	**Artemis**
29	**Delta Küvet**
31	**Evi Metal**
32-33	**EVDEMA - Soprano & Kobos**
35	**Formina - Ece Seramik**
37	**Delta Küvet - Zenon**
65	**Bosch**
71	**Altınözek Yapı Malzemeleri**
73	**Ege Seramik**
75	**Fırat Boru**
77	**Ge-Ti**
79	**DemirDöküm**
81	**GPD**
83	**Allmax**
85	**Viessmann**
87	**Norm Fixing**
89	**UNICERA İstanbul**
91	**Vaillant**
93	**Kalekim**
95	**Daikin**
99	**Clayton**
101	**GAEN**
103	**KraftBau**
105	**ISH Frankfurt**
107	**Siyam**
109	**Monaqua**

Bu listede yer almak, dergimize reklam vermek için;

Parlak Bakırın İhtişamı

Venüs Serisi ile
Zarafete Dönüşüyor.



newarc.com.tr
NEWARC ARMATÜR SAN. TİC. A.Ş
Adres : Eyüpsultan Mah. Müminler Cad. No:68/1 34885 Sancaktepe- İstanbul
Telefon : +90 216 311 13 14 pbx

newarc®
choose your own style

GÖRÜŞ 06
TOBB BAŞKANI M. RİFAT HİSARCIKLIOĞLU

YÖNETİMDEN 08
TİMDER YÖNETİM KURULU BAŞKANI DR. ÇİĞDEM ARAS

DİPNOT 10
TİMDER SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ BEGÜM KIRATLILAR

EKONOMİNİN NABZI 12
EKONOMİST & STRATEJİST M. FATİH KERESTECİ

TİMDER'DEN 16
TİMDER FAALİYETLERİNDEN HABERLER



İBRAHİM POLAT HOLDİNG YÖN.KUR. BAŞKANI
ADNAN POLAT



GÜL PRES DÖKÜM
YÖNETİM KURULU BAŞKAN YARDIMCISI
ARET POLAT



PH DESIGN
KURUCU ORTAĞI
PINAR UĞUŞ



DİMSİAD
YÖNETİM KURULU BAŞKANI
HALİL İBRAHİM ÇERÇİ



OLCAY YAPI
YÖNETİM KURULU BAŞKANI
AHMET OLCAY İSKENDER



DİTES MÜHENDİSLİK
KURUCU ORTAĞI
HİKMET KARADAĞ

70 HABERLER
94 SAĞLIK KÖŞESİ
96 HUKUKEN
98 PAZARLAMANIN KİMYASI
100 ETKİN YÖNETİM
102 ÇALIŞAN MUTLULUĞU
104 İLETİŞİMDE İLETİŞİM
106 ÜRÜNLER
120 ARAMIZA KATILANLAR

LIVEA®

BATHROOM
FURNITURE § ACCESSORIES



reflect your style



Bir başarının şartları her zaman çok basittir. Çalışın, sabredin her zaman inanın ve hiçbir zaman geri dönmeyin.

motto.banyo
livea.motto
www.livea.com.tr

“DİJİTALLEŞME MAĞAZALARI ORTADAN KALDIRMAYACAK AMA YENİDEN TANIMLAYACAK.”



M. RİFAT HİSARCIKLIOĞLU
TOBB Başkanı

Türkiye’nin büyümesinde perakende sektörünün gelişmesinin payı ve katkısı büyüktür. Zira perakende sektörü bir yandan yerel ekonomiyi büyütüp imalatı artırmakta, bir yandan da yerel kaynakların yerel KOBİ’ler tarafından işlenerek pazarlara sunulmasını sağlamaktadır. Yerel zincirlerimiz de bu sektörün lokomotifidir. Dolayısıyla onları desteklemek, daha güçlü bir ekonomi, daha müreffeh bir toplum demektir. Yerel ekonominin güçlenmesi, yerel istihdamın hareketlenmesi ve yerel küçük işletmelerin ekonomiye doğrudan katılması demektir. Perakende sektörü, ekonominin her alanıyla doğrudan temas ediyor. Üretici ile tüketici arasındaki bağı kuruyor. Bu yönüyle perakende, yalnızca ürünlerin tüketiciye ulaştığı son halka değil; üretimden lojistiğe, istihdamdan teknolojiye kadar geniş bir ekonomik ekosistemin merkezinde yer alıyor.

Bugün sektörde çok hızlı bir dönüşüm süreci var. Tüketicinin beklentileri de bu dönüşümle birlikte değişiyor. Artık tüketici kalite ve uygun fiyatın yansıra daha sağlıklı, çevreye duyarlı ve sürdürülebilir ürünleri tercih ediyor. Kendisine özel, hızlı ve kolay bir alışveriş deneyimi bekliyor. Bu değişimi doğru okumalı ve teknolojiye daha fazla yatırım yapmalıyız. Dijital dönüşümü, rekabet gücümüzün temel unsurlarından biri olarak görmeliyiz. Teknolojiyi, veri ve değişen müşteri davranışlarını doğru okuyarak tüketici deneyimini sürekli geliştirmeliyiz.

Gelişen mobil uygulamalar tüketicilere büyük kolaylık sağlıyor. Firmalara da daha geniş bir müşteri portföyü sunuyor. Ülkemizde internet kullanım oranı %90’a ulaştı. İnternet üzerinden sipariş veren/alışveriş yapanların oranıysa %60’ı geçti. Geçen yıl e-ticaret hacmi %52 oranında artışla 4,5 trilyon lira, yani yaklaşık 115 milyar dolara oldu. E-ticaret’in toplam ticaretteki oranıysa 2020’te %5 iken, 2025’de %20’ye ulaştı. Yani müşteriler mobil uygulamaları giderek daha fazla tercih ediyor. İşte bu tablo bize şunu gösteriyor: İşiniz ne olursa olsun dijitale taşımak zorundasınız. 5 sene önce e-ticaret yapan işletme sayısı 100 bin civarındayken, 2025’te bu sayı 634 bini geçti. Bu trend devam edecek ve gelecekte daha da önemli hale gelecek.

Şirketin veya ürünün mutlaka mobil uygulaması olmalı. Dün perakendede rekabet rafta kalmak içindi, bugünse cep telefonu ekranında yer almak için. Yarınsa, algoritmaların kapsamına girebilmek için olacak. Yani müşteriler ve hedef kitle, sadece insanlardan ibaret olmayacak. Ürün karşılaştırması yapıp, alım tavsiyesi veren yapay zekâ da müşteri olacak. Dijitalleşme mağazaları ortadan kaldırmayacak ama yeniden tanımlayacak.

Dünyada giderek daha fazla önem kazanan konulardan biri de veri madenciliği. Yani ham veriyi anlamlı bilgiye dönüştürmek ve bu bilgiyi etkin bir şekilde kullanmak. Bugün herhangi bir market rafında yer alan ürünlerin %99’u barkodlu. Her gün kasalarda milyonlarca defa barkodlar okutuluyor. Bu barkodları ulaştıran ve sistemin ülkemizde işletilmesini sağlayan kuruluş, TOBB çatısı altında faaliyet gösteren Global Standartlar 1 Türkiye organizasyonudur.

Barkod sistemi, ürünlerin yalnızca kasadan hızlı bir şekilde geçmesini sağlamıyor. Aynı zamanda stok, sipariş ve sevkiyat süreçlerinin çok daha etkin bir biçimde yönetilmesine imkân tanıyor. Elde edilen veriler, ticaretin nereye evrildiğini ve tüketici davranışlarının nasıl değiştiğini bize gösteriyor. Barkod sayesinde ürünün her aşamada izlenebilmesi mümkün hale geliyor.

Dijitalleşirken bir başka önemli gücümüz olan yerel üretimi unutmamalıyız. Yerel markalarımızla ve üreticilerimizle iş birliğimizi daha da güçlendirmeliyiz.

Dünyada tüketicilerin kendi ülkesinde ve kendi bölgesinde üretilen ürünlere ilgisinin arttığını da görüyoruz. Biz de Oda ve Borsalarımızla birlikte yerel ürünlerimize ve yerel değerlerimize sahip çıkıyoruz. Coğrafi işaretle tescil ettirerek koruma altına alıyoruz. Ürünlerin yalnızca ülkemizde değil, Avrupa Birliği nezdinde de tescil edilmesini sağlıyoruz. Yerel perakendecilerimizin bu ürünleri tüketiciyle buluşturma noktasındaki gücünü daha etkin kullanmalıyız.

“BU DEĞİŞİMİ DOĞRU OKUMALI VE TEKNOLOJİYE DAHA FAZLA YATIRIM YAPMALIYIZ.”


VitrA
Plural
Günlük yaşamın zarafeti
reddot award
product design award
GOOD DESIGN
Eczacıbaşı
/ vitraturkiye

BİZDEN ÖNCE BAŞLAYAN BİR HİKÂYE



DR. ÇİĞDEM ARAS
TİMDER Yönetim Kurulu Başkanı
baskan@timder.org.tr

Değerli TİMDER Üyeleri ve sektör paydaşlarımız,

Bazı başarılar kısa sürede ortaya çıkar, bazıları ise yıllar boyunca verilen emeğin, gösterilen kararlılığın ve aynı hedef etrafında buluşan insanların ortak çabasının sonucunda oluşur.

Markalar da böyledir. Bir ismin gerçek anlamda markaya dönüşmesi için zamana, sürekliliğe ve ona inanan insanlara ihtiyacı vardır. Yıllar boyunca korunması, geliştirilmesi ve her yeni dönemde değişen dünyanın şartlarına uyum sağlayarak yoluna devam etmesi gerekir.

Bu yıl 37'nci kez kapılarını açmaya hazırlanan UNICERA İstanbul'un hikâyesine baktığımda, sektörümüz adına tam da böyle bir yolculuk görüyorum.

37 yıl, dile kolay…

Bugün sektörümüzde çalışan genç arkadaşlarımızın birçoğu henüz dünyaya gelmemişken başlayan bir yolculuktan söz ediyoruz. Bu 37 yılın içinde Türkiye'nin değişimi var. Sektörümüzün küçük işletmelerden güçlü markalara, yerel ticaretten dünyanın dört bir yanına ulaşan ihracat ağlarına uzanan gelişimi var. Fabrikalarımızın büyümesi, yeni teknolojiler, yeni tasarımlar, yeni kuşaklar var.

Ama hepsinden önemlisi, bu hikâyenin içinde insanlar var. İlk fuarlarda stant kuranlar, Anadolu'dan İstanbul'a gelen bayiler, ürünlerini ilk kez yabancı bir alıcıya anlatmanın heyecanını yaşayan üreticiler, yıllar sonra babasının yanında geldiği fuara kendi şirketinin yöneticisi olarak katılan ikinci nesiller…

Bugün aramızda olmayan ama UNICERA İstanbul'un bugünkü noktaya gelmesinde emeği bulunan sektör büyüklerimiz de bu hikâyenin bir parçası. Belki de UNICERA İstanbul'u değerli kılan şey tam olarak burada saklı. Hepimizin sektör hayatında bir yerlerde UNICERA İstanbul'a ait bir hatırası var. Bir tanışma, ilk sipariş, yıllar sürecek bir dostluğun başlangıcı, yeni bir marka, yeni bir pazar ya da şirketimizin geleceğini değiştiren bir iş bağlantısı… Bu nedenle 37 yıl, bir fuarın yaşından çok sektörümüzün ortak hafızasını anlatıyor. Bu 37 yıl boyunca UNICERA İstanbul da sektörümüzle birlikte değişti, gelişti ve büyüdü.

Bugün geldiğimiz noktada UNICERA İstanbul, Türkiye'de doğmuş ve uluslararası ölçekte güçlü bir konuma ulaşmış önemli bir sektör markasıdır. Dünyanın farklı ülkelerinden üreticileri, satın almacıları, mimarları, tasarımcıları, bayileri ve sektör profesyonellerini İstanbul'da bir araya getiriyor; Türk seramik ve yapı malzemeleri sektörünün üretim gücünü, tasarım kabiliyetini, bilgi birikimini ve ihracat potansiyelini dünyaya taşıyor. Bence üzerinde durmamız gereken asıl başarı da burada başlıyor.

Türkiye uzun yıllardır dünya markaları yaratmanın önemini konuşuyor. Üretim gücümüzü daha yüksek katma değere dönüştürmeyi, ihracatta daha güçlü olmayı ve Türk markalarının uluslararası pazarlardaki yerini büyütmeyi hedefliyoruz. Sektörümüz bu hedef doğrultusunda çok önemli bir başarıya imza attı: Kendi uluslararası buluşma noktasını oluşturdu. İtalya, İspanya ve Çin gibi güçlü üretici ülkelerin bulunduğu son derece rekabetçi bir dünyada Türkiye, kendi sektörünün uluslararası fuar markasını yarattı ve 37 yıl boyunca büyüterek bugüne taşıdı.

Bunu söylerken UNICERA İstanbul'u meydana getiren büyük ortak emeği de unutmamak gerekiyor. Bugün gördüğümüz güçlü organizasyonun arkasında yıllarca verilen emek, sayısız toplantı, zor dönemlerde dahi devam etme kararlılığı ve her şeyden önemlisi sektörüne inanan insanlar var.

Üreticilerimizin yatırımları, bayilerimizin ve tüccarlarımızın sektöre olan bağlılığı, ihracatçılarımızın dünyaya açılma çabası, mimarlarımızın ve tasarımcılarımızın yaratıcılığı, sektör çalışanlarımızın emeği ve meslek örgütlerimizin yıllar boyunca gösterdiği kararlılık bu hikâyenin parçalarını oluşturuyor.

UNICERA İstanbul hepimizindir. Sektörümüzün ortak vitrini, ortak buluşma noktası ve dünyaya açılan kapısıdır. TİMDER olarak bizler de 37 yıllık bu yolculuğun en başından beri UNICERA İstanbul'a emek veren, sorumluluğu omuzlayan yapılardan biriyiz. Geçmişten bugüne görev yapan başkanlarımızın, yönetim kurullarımızın, üyelerimizin ve sektör paydaşlarımızın bu markanın gelişmesinde büyük emeği bulunuyor.

Bugün bu görevi devralmış olan bizler açısından bunun ayrı bir anlamı olduğunu düşünüyorum. Çünkü bazı görevler bir makamla birlikte gelir ve bir süre sonra sona erer. Bazı sorumluluklar ise sizden önce başlayan bir hikâyeyi sizden sonrakilere daha güçlü bırakmayı gerektirir.

"HEPİMİZİN SEKTÖR HAYATINDA BİR YERLERDE UNICERA İSTANBUL'A AİT BİR HATIRASI VAR."

UNICERA İstanbul'a karşı taşıdığımız sorumluluğu ben biraz böyle görüyorum. Biz bu hikâyenin başlangıcında değildik. Sonunda da olmayacağız. Ama bugün, bu hikâyenin bize emanet edilen bölümünden biz sorumluyuz. Bu nedenle geçmişte oluşturulan değeri korurken UNICERA İstanbul'u geleceğin dünyasına hazırlamak zorundayız.

Çünkü fuarcılık da değişiyor. Artık firmalar ürünlerini tanıtmak için fuar gününü beklemiyor. Yeni koleksiyonlar dijital platformlarda dünyanın her yerine aynı anda ulaşabiliyor. Toplantılar çevrim içi yapılabiliyor, kataloglar saniyeler içinde paylaşılabiliyor, ticari bağlantılar farklı kanallardan kurulabiliyor. Buna rağmen dünyanın en önemli sektörlerinde büyük fuarlar hâlâ insanları bir araya getirmeye devam ediyor. Bunun çok basit bir nedeni olduğuna inanıyorum: Ticaretin merkezinde hâlâ insan var. Yeni bir ürünü ekranda görmekle ona dokunmak aynı şey değil. Bir şirketi internet sitesinden tanımakla o şirketin yöneticileriyle aynı masaya oturmak aynı etkiyi yaratmıyor. Yeni bir iş bağlantısının ilk e-postası dijital ortamda atılabilir; güçlü ve uzun soluklu ticari ilişkiler ise çoğu zaman yüz yüze kurulan bağlarla gelişiyor. Ama fuarları değerli kılan şey bence ticaretin de ötesinde. Yıl boyunca kendi şirketlerimizin gündemi içinde koştururken birkaç günlüğüne aynı çatı altında buluşuyoruz. Uzun zamandır görmediğimiz meslektaşlarımızla karşılaşıyor, sektörümüzde nelerin değiştiğini görüyor, yeni kuşaklarla tanışıyor ve bazen günlük telaşın içinde unuttuğumuz bir şeyi yeniden hatırlıyoruz: Biz büyük bir sektörün parçasıyız…

UNICERA İstanbul'un yarattığı aidiyet duygusunu rakamlarla ölçmek mümkün değil. Kasım ayında İstanbul'da bu büyük buluşmayı yeniden yaşayacağız. Dünyanın farklı coğrafyalarından gelecek ziyaretçiler Türk firmalarının üretim kabiliyetini görecek, yeni ürünlerle ve tasarımlarla tanışacak, yeni ticari ilişkilerin temelleri atılacak. Bizler de dünya pazarlarının beklentilerini, sektörümüzdeki dönüşümü ve önümüzde açılan yeni fırsatları çok daha yakından görme imkânı bulacağız.

Son dönemde sektörümüz açısından kolay olmayan bir süreç yaşıyoruz. Finansmana erişimden artan maliyetlere, iç pazardaki daralmadan uluslararası rekabete kadar birçok başlık şirketlerimizin gündeminde.

Böyle dönemlerde insanın karşısında kendi sektörünün bütün gücünü bir arada görmesinin de başka bir anlamı var. Yüzlerce firmanın yeni ürünlerini sergilediği, yatırım yapmaya, üretmeye, tasarlamaya ve dünyaya açılmaya devam ettiği bir fuar alanında yürürken aslında sektörümüzün geleceğe dair iradesini de görüyoruz.

Bana göre UNICERA İstanbul'un verdiği en güçlü mesajlardan biri budur: Şartlar ne olursa olsun buradayız. Üretiyoruz, geliştiriyoruz ve geleceğe inanmaya devam ediyoruz.

Elbette fuarın ticari tarafı son derece önemli. Yeni bir müşteri, yeni bir pazar, yeni bir iş birliği bazen bir şirketin önündeki yolu değiştirebilir. UNICERA İstanbul bu ihtimallerin çoğaldığı, yeni kapıların açıldığı çok önemli platformlardan biri.

Ancak 37 yıllık bir hikâyeyi geleceğe taşırken hedefimizi daha da büyütmek gerektiğine inanıyorum. 37 yıl önce bu yolculuğu başlatan sektör büyüklerimiz, kendi dönemlerinin şartlarında önemli bir vizyon ortaya koydular. Bugün bize düşen, onların başlattığı yolculuğu daha ileriye taşımaktır.

Daha fazla uluslararası ziyaretçi…

Daha fazla ihracat bağlantısı…

Dünyanın farklı coğrafyalarından daha fazla sektör profesyoneli…

Tasarımın, teknolojinin ve inovasyonun daha güçlü temsil edildiği bir fuar…

Ve dünyanın seramik ve yapı malzemeleri sektöründe İstanbul'u takvimine çok daha güçlü biçimde yazdığı bir UNICERA İstanbul…

Önümüzdeki dönemde hedefimizi tam olarak burada görüyorum.

Her kuşak kendisine bırakılan değeri bir sonraki kuşağa daha güçlü teslim etmekle sorumludur. Bugün sektörümüzde şirketlerinin yönetimini devralmaya hazırlanan gençlerimiz var. Yeni girişimlerle sektöre adım atan, farklı bakış açıları getiren ve iş yapma biçimlerimizi değiştirecek yeni bir nesil geliyor. Onlara bırakacağımız mirasın içinde güçlü şirketlerimiz ve markalarımız kadar, 37 yıldır birlikte büyüttüğümüz UNICERA İstanbul da olacak.

Düşünsenize… Yıllar sonra 50'nci UNICERA İstanbul'un kapıları açıldığında bugün sektörümüze yeni adım atan gençler belki o gün şirketlerinin başında olacaklar. Bugün babalarıyla fuarı gezen çocuklardan bazıları kendi markalarıyla stant açacak. Bizim bugün kurduğumuz uluslararası ilişkiler, attığımız adımlar ve aldığımız kararlar o gün çok daha büyük bir organizasyonun temelini oluşturacak. Tıpkı bugün bizim, 37 yıl önce bu yola çıkanların emeğinin üzerinde yükseliyor olmamız gibi. Sanırım bir sektörün gerçek anlamda kökleşmesi de böyle oluyor. Kuşaklar değişiyor, insanlar değişiyor, şirketlerin başındaki isimler değişiyor; ama ortak değerler yaşamaya devam ediyor.

Kasım ayında yeniden bir araya geldiğimizde her stant, her yeni ürün, her yabancı ziyaretçi, kurulan her yeni bağlantı, yapılan her görüşme ve edilen her sohbet bu 37 yıllık hikâyeye yeni bir satır ekleyecek.

TİMDER olarak sektörümüzden aldığımız güçle UNICERA İstanbul'u geliştirmeye, uluslararası etkisini artırmaya ve gelecek kuşaklara çok daha güçlü bir marka olarak bırakmaya kararlıyız. Bu vesileyle, geçmişten bugüne UNICERA İstanbul'a emek veren herkese özellikle teşekkür etmek istiyorum.

Bugün aramızda olanlara ve bu yolculuğu başlatıp bayrağı bizlere devreden sektör büyüklerimize…

Yıllarca fuar alanlarında emek veren çalışanlarımıza…

Her şartta UNICERA İstanbul'a sahip çıkan üreticilerimize, bayilerimize, üyelerimize ve sektör paydaşlarımıza…

Bu hikâyenin 37 yıldır devam etmesini sağlayan herkese gönülden teşekkür ediyorum.

Şimdi bu hikâyeye yeni bir bölüm ekleme zamanı.

2–6 Kasım'da İstanbul'da yeniden bir araya gelecek, sektörümüzün geçmişinden aldığımız güçle geleceğe birlikte bakacağız. Ve inanıyorum ki yıllar sonra geriye dönüp baktığımızda, 37'nci UNICERA İstanbul'un da bizden sonraki kuşaklara gururla anlatacağımız bu büyük hikâyenin en güzel sayfalarından biri olduğunu göreceğiz.

2-6 Kasım tarihleri arasında İstanbul Fuar Merkezi'nde gerçekleştireceğimiz 37. Uluslararası Seramik Banyo Mutfak Fuarı UNICERA İstanbul'da görüşmek dileğiyle...

TABELANIN ALTINDAKİ EMEĞİ KİM ÖDEYECEK?



N. BEGÜM KIRATLILAR
TİMDER Dergisi
Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
dergi@timder.org.tr

Bugün bir ürün almak isteyen tüketicinin yaptığı ilk şey, muhtemelen, telefonunu eline alıp internette fiyat araştırmak. Birkaç saniye içinde aynı ürünün birçok satıcısını karşılaştırabiliyor, en düşük fiyatı görebiliyor ve çoğu zaman alışverişini mağazaya gitmeden tamamlayabiliyor. Bu, tüketici açısından son derece anlaşılır bir davranış. Ancak madalyonun diğer yüzünde de sokakta tabelası yanan, her ay dükkân kirası ödeyen, personel çalıştıran, ürün stoklayan, elektrik, vergi, sigorta ve diğer işletme giderlerini karşılayan bayiler var. Müşteri ürünü mağazada görüp inceliyor, bilgi alıyor, sorularını soruyor; sonra telefonunu çıkarıp aynı ürünün internette daha ucuz olduğunu gördüğünde ise çoğu zaman şu cümle geliyor: "İnternette daha ucuz."

Bir Ürünün Fiyatı Sadece Etiket Değildir

İnternette görülen fiyat ile fiziksel mağazadaki fiyat arasındaki fark, her zaman bayinin ürünü pahalı sattığı anlamına gelmez. Çünkü bir mağazanın yalnızca sattığı ürünün maliyeti yoktur. O tabelanın arkasında kira, çalışan maaşı, mağaza giderleri gibi birçok finansman maliyeti vardır. Stokta bekleyen ürünün sermaye maliyeti, müşteriye ürünü göstermek, anlatmak, kurulum veya satış sonrası destek sağlamak için harcanan zaman… Kısacası mağazanın kapısını açık tutmanın bir bedeli vardır.

İnternetteki satıcının ise maliyet yapısı aynı olmayabilir. Büyük hacimli satış yapan bir platformun farklı tedarik koşulları, kampanyaları, lojistik anlaşmaları veya farklı operasyon modeli olabilir. Dolayısıyla tüketicinin karşısına çıkan rakam aynı ürün için aynı ekonomik şartların sonucu olmayabilir. Fakat müşteri çoğu zaman bunların hiçbirini görmez. O, ekranda iki fiyat görür ve doğal olarak ucuz olanı tercih etmek ister.

Tabelalı Bayi Neden Zorlanıyor?

Asıl sorun internet satışının varlığı değil. Sorun, aynı ürünün aynı marka tarafından farklı satış kanallarında ortaya çıkan fiyatlarının, geleneksel bayiyi rekabet edemez hale getirmesi. Bir bayi, müşteriye ürünü tanıtır, teknik özelliklerini anlatır, belki deneme imkânı sunar. Yani kısacası, satış öncesi bir danışmanlık verir. Ve hatta çoğunlukla satış sonrasında da müşterinin ilk aradığı kişi olur.

Fakat müşteri bütün bu hizmetleri mağazadan aldıktan sonra ürünü internetten daha ucuza satın alırsa, mağaza aslında ücretsiz danışmanlık hizmeti veren bir vitrine dönüşmüş olur. Bu elbette sürdürülebilir bir ticaret modeli değildir. Bayinin internetteki fiyatın altına inme çabası da yine sürdürülebilir bir çözüm değildir. Çünkü bir noktadan sonra fiyat düşürmek satış yapmak değil, sermayeyi eritmek anlamına gelebilir.

Burada internet satışını suçlamak elbette doğru değil. E-ticaret artık ticaretin mutlak bir parçası. Türkiye'de 2025 yılı verilerine göre, rakamsal olarak, e-ticaret hacmini ve e-ticaret faaliyetinde bulunan işletmelerin sayısını göz önüne alırsak, bu dönüşümün geçici bir trend olmadığını açıkça görebiliriz.

Dolayısıyla mesele "internet mi, mağaza mı?" sorusu değil. Asıl soru şu: "İnternet ve fiziksel mağaza aynı ekonomik sistem içinde nasıl adil biçimde yaşayacak?"

Çünkü ticarette her iki kanala da ihtiyaç var. Tüketici internette fiyat karşılaştıracak, mağazada ürünü görmek isteyecek, hızlı teslimat bekleyecek, başka bir yerde uzman tavsiyesi isteyecek, hatta bazen sadece karşısında muhatap bulmak isteyecek. Bu sebeple geleceğin ticareti, interneti yok sayan değil; internet ile mağazanın birbirini tamamladığı bir yapı kurabilenlerin ticareti olacaktır.

Bayinin Değeri Sadece Rafındaki Ürün Değildir

Elbette tabelalı bayilerin de kendilerine sorması gereken şeyler var. Örneğin:
"Müşteri neden benden alsın?"
Bayi farklı bir değer yaratmalı diye düşünüyorum.
Bilgi.
Güven.
Hızlı çözüm.
Satış sonrası hizmet.
Yerinde destek.
Ürünü görme ve deneme imkânı.
İnsan ilişkisi.

Bunlar internette kolayca sunulamayacak değerler. Ancak bunun gerçekleşebilmesi için üreticilerin ve markaların da bayilerini yalnız bırakmaması gerekiyor.

Bir markanın başarısı yalnızca internet üzerindeki satış rakamıyla ölçülmemeli. Çünkü markayı müşterinin karşısına çıkaran o mağazanın tabelası, aynı zamanda markanın güven duygusunu taşıyor.

Bayisiyle internet satış kanalı arasında sağlıklı bir fiyat ve kanal stratejisi kuramayan markalar, kısa vadede daha fazla satış yapıyor gibi görünse bile uzun vadede fiziksel satış ağlarını zayıflatabilir. Oysa güçlü marka ile güçlü bayi ağı birbirinin tamamlayıcısıdır. Bu nedenle üretici, distribütör, bayi ve e-ticaret kanalı arasında daha şeffaf ve sürdürülebilir bir ticaret modeli kurulması gerekiyor.

Ticaret En Ucuz Kim Yarışına Dönüşmemeli

Tüketicinin en uygun fiyatı araması kadar doğal bir durum yok. Ancak ticaret yalnızca "en ucuz kim?" yarışına dönüşürse, sonunda kaybeden yalnızca bayi olmayabilir.

Mahallesindeki mağaza kapanan müşteri, yarın ürünü görebileceği, danışabileceği veya sorun yaşadığında kapısını çalabileceği bir yer bulamayabilir. Çünkü bir mağazanın kapanması sadece bir kepengin inmesi değil, aynı zamanda bir işletmenin, bir ailenin, çalışanların ve yıllar içinde oluşturulmuş bir müşteri ilişkisinin ortadan kalkmasıdır.

Bugün internette birkaç yüz lira daha ucuz görünen ürünün arkasında, belki de yarın ayakta kalamayacak bir bayi vardır. Bu nedenle geleceğin ticaretini sadece "Nerede daha ucuz?" sorusuyla değil, "Bu ticaret modeli ne kadar sürdürülebilir?" sorusuyla da konuşmamız gerekiyor. Çünkü ticarette fiyat önemli olabilir ancak güvenin, hizmetin ve emeğin de bir fiyatı olduğunu unutmamak lazım. Ve tabelanın altında görünmeyen o emeğin değeri yok sayılırsa, bir gün o tabelanın kendisinin de ortadan kalkması kaçınılmazdır.


“Birlik ve beraberlik;
ölümden başka her şeyi
yener.”
Gazi Mustafa Kemal Atatürk

ANTİ-KIRILGAN OLABİLMEK...



M. FATİH KERESTECİ
Ekonomist & Stratejist
fatih@fatihkeresteci.com
www.dngdanismanlik.com

Son dönemde günlük bültenlerimizi, raporlarımızı kaleme alırken sıklıkla tekrara düştüğümüz izlenimine kapılıyoruz. Zira gündem sürekli aynı: Jeopolitik riskler, yapay zeka ile ilgili kafa karışıklıkları ve içeride de ya siyasi gelişmeler ya da Fon Krizi'nin yansımaları...

Bu normal bir durum mu? Tabii ki değil! Kronikleşmiş bir hastalık gibi... Eğer çözüme kavuşmazsa ciddi katılık olacak ve çözümü de gittikçe zorlaşacak.

Bununla tabii ki yaşayabiliriz ancak bağışıklık sistemi sürekli düşük düzeyde kalacağından ötürü her an daha şiddetli bir hastalığa yakalanma riski yüksek olacak. Buna "kırılganlık" diyoruz. Görünen o ki, bizim dışımızda gelişen bu kırılganlık haline yapacağımız pek fazla bir şey yok. Bu da bizi başka bir tedavi yöntemine sevk ediyor: Bağışıklık sistemini kuvvetlendirmek ve daha dirayetli hale gelebilmek. Buna da teknik olarak "dayanıklılık" diyoruz.

Bu durum artık herkesin kabul ettiği bir tedavi yöntemi. Hatta, Ekim ayı ortasında yayımlanan IMF'nin sonbahar dönemi Ekonomik Görünüm Raporu'nun başlığı da "Baskı Altında Dayanıklılık, Acil Tercihler". Gerçi biz anlatımlarımızda dayanıklılık meselesinin de bir adım önüne geçmemiz gerektiğini savunuyoruz ve onu da "Anti-Kırılganlık" olarak nitelendiriyoruz. Vermek istediğimiz ana mesaj, yüksek belirsizlik ortamında iş yapmanın temel gereksinimi, işletmelerimizde veya sorumlu olduğumuz tüm organizasyonlarda anti-kırılganlık anlamında önlemler almamız, adımlar atmamız olacak. Yoksa, acaba kur ne olacak, faizler ne olacak, büyüme ne olacak gibi sorulara verilecek cevapların herhangi bir kıymetiharbiyesi olmadığını düşünüyoruz.

Yazımızın ana hedefi 'Anti-kırılganlık' tesis etmek... Söylemesi kolay ama yapması zor bir iş... Daha somut öneriler verebilir miyiz? 8 ayrı başlıkta nelerin nasıl yapılması gerektiğini özetledik:

1) Strateji & Liderlik: Senaryo Bazlı Çeviklik
Belirsizlik anında şirket içi bürokrasiyi / katmanları azaltıp yetkiyi alt kademelere devreden 'çapraz fonksiyonlu' kriz odaları kurabilmeliyiz.

2) Finans & Sermaye Yönetimi: Halter Stratejisi
Likiditeyi ve nakit akışını muhafazakâr bir biçimde korurken, krizin getirdiği ucuzlayan varlık veya pazar payı fırsatlarını değerlendirmek için küçük ölçekli riskler alabiliriz.

3) Pazarlama & Satış: Müşteri Merkezli Opsiyonellik
Tek bir büyük pazarlama kampanyası yerine küçük bütçeli, hızlı geri bildirim alan dijital testlerle 'yeni müşteri segmentleri' ve 'esnek fiyatlama modelleri' deneyebiliriz.

4) Operasyon & Tedarik Zinciri: Çoklama ve Yedeklilik
Tedarikçi ağını bölgeselleştirelim (nearshoring/friendshoring), kritik girdilerde en az iki veya üç alternatifli kaynak yapısına geçelim.

5) Maliyet & Verimlilik: Sabit Maliyetleri Değişkene Çevirme
Büyüme döneminde biriken gereksiz operasyonel yükleri temizleyelim; yazılım, altyapı, dış kaynak hizmetlerinde sabit kontratlar yerine kullanıma bağlı yapılara geçelim.

6) İnsan Kaynakları & Kültür: Çok Yönlü Yetkinlik
Çalışanlara çapraz yetkinlikler kazandırarak, operasyonel sıkışma yaşanan alanlara hızlıca insan kaynağı kaydırabilecek esnek bir organizasyonel şema oluşturalım.

7) Ürün & Ar-Ge: Küçük Hatalardan Öğrenme
Pazara hızlı bir şekilde sunulabilecek 'Minimum Uygulanabilir Ürünler' geliştirelim; başarısız olanı küçük maliyetle hemen kapatıp, tutan fikre kaynak aktaralım.

8) Teknoloji & Veri: Gerçek Zamanlı Veri ve Yapay Zekâ Bütünleşmesi
Tahminleme algoritmalarını ve yapay zekâ destekli talep senaryolarını karar süreçlerine dahil ederek stok, nakit ve satış sapmalarını anında tespit edelim.

Unutmamalıyız ki, anti-kırılganlık sadece bir kriz yönetimi refleksi değil, belirsizlik çağında hayatta kalmanın ve oyunun kurallarını yeniden yazmanın tek yoludur. Klasik anlamda "dayanıklılık" sadece darbeyi absorbe etmeye çalışırken, bağışıklık sistemini sürekli baskı altında tutar; oysa anti-kırılgan organizasyonlar kaostan beslenir, sarsıntılardan güçlenerek çıkar. Önümüzdeki dönemde küresel ve yerel denklemlerdeki bilinmezlikleri çözmenin başka bir formülü yoktur. Bu dönüşümü cesaretle başarabilenler, sadece varlıklarını korumakla kalmayacak, aynı zamanda pazar paylarını büyüterek lig atlayacaklar. Sistemi okuyamayan, eski ezberlerle yol almaya çalışan ve tedbiri elden bırakanlar ise ne yazık ki değişen ekonomik jeolojinin altında kalmaktan kurtulamayacaklar. Seçim net: Ya kaosu yöneten anti-kırılgan bir akıl, ya da krizin altında ezilen kırık bir yapı... Karar, masanın başına oturanların!

"ANTİ-KIRILGANLIK; SADECE BİR KRİZ YÖNETİMİ REFLEKS DEĞİL, BELİRSİZLİK ÇAĞINDA HAYATTA KALMANIN VE OYUNUN KURALLARINI YENİDEN YAZMANIN TEK YOLUDUR."

Elginkan

E.C.A. SEREL

YILLARCA BERABER

E.C.A. SEREL UNICERA 2026'DA



Yeni koleksiyonlarımızı deneyimlemek için standımıza bekliyoruz.

2-6 Kasım 2026

İstanbul Fuar Merkezi | Hall 4

www.eca.com.tr

CEPHEDE GÜVENİLİR
ÇÖZÜM ORTAĞINIZ

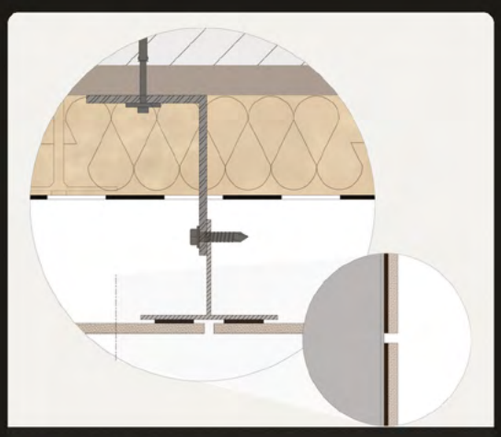
Projelendirmeden uygulamaya, eksiksiz seramik cephe çözümleri.



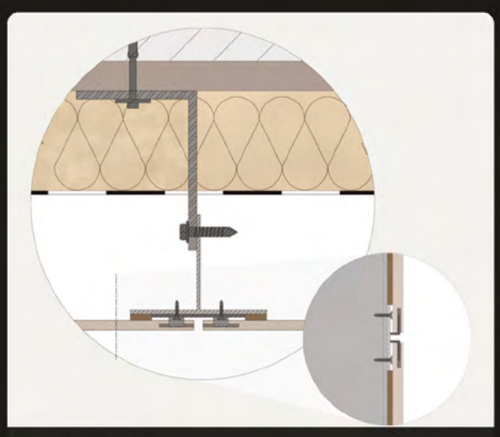




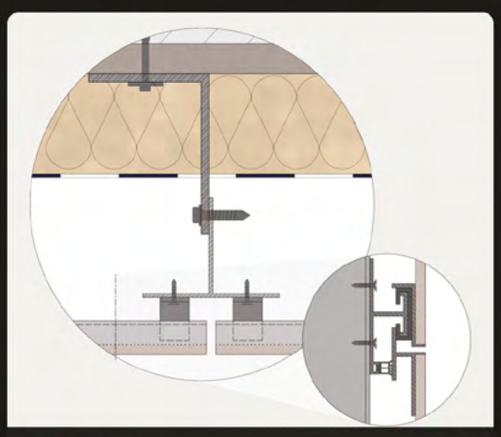
Mühendislik • Sistem Seçimi • Özel Üretim • Uygulama • Teknik Kontrol



YAPIŞTIRMA
AÇIK DERZ



GİZLİ KLİPS
SİSTEM



ASKI
SİSTEMİ

ARAS GLOBAL YAPI

SERAMİK CEPHE
PROJELENDİRME VE UYGULAMA

ceramicfacadeinstallation.com

+90 850 549 98 48 • info@arasglobalyapi.com

UNICERA'DA YILLAR İÇİNDE

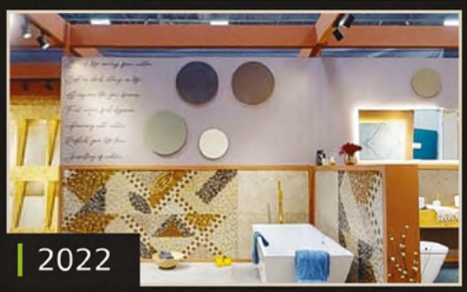
Tasarım, yenilik ve seramiğe duyduğumuz tutkuyla...



2020



2021



2022



2023



2024

GEÇMİŞTEN **GELECEĞE**

Her yıl yenilenen tasarımlar,
aynı değişmeyen tutku.

https://www.cybeletile.com/

CYBELE TILE

Geçmişten geleceğe, yüzeylere değer katıyoruz.









TİMDER'DEN DOSİDER'E ZİYARET

TİMDER Yönetim Kurulu Üyeleri, sektörel temaslarını güçlendirmek adına DOSİDER Yönetim Kurulu Başkanı Ekrem Erkut ve Genel Koordinatörü Meftun Tüfekçioğlu'nu ziyaret etti. İklimlendirme ve tesisat sektörleri ile ilgili güncel görüşmelerin ele alındığı görüşmede sektöre katkı sağlayacak iş birlikleri hakkında da görüş alışverişinde bulunuldu.

TİMDER Yönetim Kurulu Üyeleri, sektörel temaslar kapsamında DOSİDER'i ziyaret etti. Gerçekleştirilen ziyarette, DOSİDER Yönetim Kurulu Başkanı Ekrem Erkut ve Genel Koordinatör Meftun Tüfekçioğlu ile bir araya gelinerek sektörün güncel gelişmeleri ve ortak çalışma alanları üzerine değerlendirmelerde bulunuldu.

Ziyarette, iklimlendirme ve tesisat sektörlerini yakından ilgilendiren güncel gelişmeler ele alınırken, sektörün sürdürülebilir büyümesine katkı sağlayacak iş birliği fırsatları hakkında görüş alışverişinde bulunuldu. Ayrıca, sektör temsilcileri arasındaki iletişimin güçlendirilmesi, ortak sorunlara yönelik çözüm önerilerinin geliştirilmesi ve sektörün geleceğine yön verecek projelerin hayata geçirilmesi konuları değerlendirildi.

Görüşmede, mesleki eğitimin geliştirilmesi, nitelikli insan kaynağının artırılması ve sektörel farkındalığın güçlendirilmesine yönelik yürütülen çalışmalar da gündeme geldi. Dernekler arası iş birliğinin sektörün gelişiminde önemli bir rol üstlendiği vurgulanırken, ortak fayda yaratacak projeler konusunda iş birliğinin artırılmasının önemine dikkat çekildi.

Ziyarete, TİMDER Yönetim Kurulu Başkanı Dr. Çiğdem Aras, Yönetim Kurulu Başkan Yardımcıları Deniz Kaya ve Sercan Karahan, Yönetim Kurulu Üyeleri Aydın Eşer, Kemal Yıldırım ve Baki Kartalkaya ile Genel Sekreter Yeliz Kılıçaslan katılım sağladı.



kalay®
Bath Furniture

www.kalay.com.tr

TİMDER Grafik Servisi







TİMDER'DEN ELMOR'A TEŞEKKÜR ZİYARETİ

TİMDER Yönetim Kurulu Üyeleri, TİMDER Akademi'ye sağladığı katkılar dolayısıyla Elmor Genel Müdürü Enver Öz'ü ziyaret ederek teşekkür plaketi takdim etti. Görüşmede, eğitim faaliyetleri ve sektörün gelişimine yönelik iş birliği alanları ele alındı.

TİMDER Yönetim Kurulu Üyeleri, TİMDER Akademi'ye sağladıkları kıymetli katkılar dolayısıyla sponsorlara yönelik teşekkür ziyaretlerini sürdürüyor. Bu kapsamda, TİMDER Akademi'ye uzun yıllardır destek veren, sektörün önemli kuruluşlarından Elmor'un Genel Müdürü Enver Öz ziyaret edildi.

Gerçekleştirilen ziyarette, TİMDER Akademi çatısı altında yürütülen eğitim faaliyetleri, sektörel gelişime katkı sağlayan projeler ve nitelikli insan kaynağının geliştirilmesine yönelik çalışmalar hakkında görüş alışverişinde bulunuldu. Yapı malzemeleri sektörünün sürdürülebilir gelişiminde eğitimin ve kurumsal iş birliklerinin taşıdığı öneme dikkat çekildi.

Görüşmede ayrıca, sektörün mevcut durumu, geleceğe yönelik beklentiler ve ortak çalışma alanları üzerine değerlendirmelerde bulunuldu. TİMDER Akademi'nin sektöre kazandırdığı eğitim programlarının, mesleki gelişimin desteklenmesi ve sektörün kurumsal kapasitesinin güçlendirilmesi açısından önemli katkılar sağladığı vurgulandı.

Ziyarete, TİMDER Yönetim Kurulu Başkanı Dr. Çiğdem Aras, Yönetim Kurulu Başkan Yardımcıları Deniz Kaya ve Sercan Karahan, Yönetim Kurulu Üyeleri Aydın Eşer, Kemal Yıldırım ve Baki Kartalkaya ile Genel Sekreter Yeliz Kılıçaslan katılım sağladı.

Ziyaret kapsamında, Elmor'un TİMDER Akademi'ye sunduğu değerli destekler dolayısıyla Elmor Genel Müdürü Enver Öz'e teşekkür plaketi takdim edildi.

Samimi bir ortamda gerçekleşen buluşmada, iki kurum arasındaki iş birliğinin önümüzdeki dönemde de güçlenerek devam etmesi yönünde temenniler paylaşıldı.

Baymak Kombiler,
Bir Evi Yuva Yapar.

Baymak Kombiler yüksek performansıyla evinizi ısıtırken
konforu tasarrufla yaşatır!

81 İLDE SERVİS HİZMETİ



Premix Yanma Teknolojisiyle Yüksek Tasarruf

Kompakt Boyutlar

baymak.com.tr baymak

baymak
BDR THERMEA GROUP



NEW PERSPECTIVES ON CONTEMPORARY SURFACES.

SİNTERLENMİŞ PLAKA • PORSELEN KARO

TASARIMDA SINIRSIZ YARATICILIK İÇİN ÜRETİLDİ

Anatolia, ileri üretim teknolojisini doğadan ilham alan tasarımlarla bir araya getirerek yüksek performanslı porselen yüzeyler sunar. Zengin renk, doku ve ebat seçenekleriyle çağdaş mimarinin estetik ve işlevsel ihtiyaçlarına yanıt verir.



Designed in Canada

anatolia







TİMDER'DEN ARMATÜR DERNEĞİ'NE ZİYARET

TİMDER Yönetim Kurulu Üyeleri, sektörel temaslar kapsamında Armatür Derneği'ni ziyaret ederek sektörün güncel dinamikleri, iş birliği olanakları ve ortak çalışmalar üzerine değerlendirmelerde bulundu.

TİMDER Yönetim Kurulu Üyeleri, sektörel temaslar kapsamında Armatür Derneği'ne ziyaret gerçekleştirdi. Ziyarette TİMDER'i temsilen Yönetim Kurulu Başkanı Dr. Çiğdem Aras, Yönetim Kurulu Üyeleri Aydın Eşer, Kemal Yıldırım, Baki Kartalkaya ve Genel Sekreter Yeliz Kılıçaslan yer aldı.

Armatür Derneği Yönetim Kurulu Başkanı Gökhan Turhan ve Yönetim Kurulu Üyeleri ile gerçekleştirilen görüşmede, tesisat ve yapı malzemeleri sektörünün güncel durumu, sektörün gelişimine katkı sağlayacak iş birliği alanları ve önümüzdeki dönemde hayata geçirilebilecek ortak çalışmalar üzerine değerlendirmelerde bulunuldu.

Ziyaret kapsamında, sektör paydaşları arasındaki iletişimin güçlendirilmesi, dernekler arası iş birliği kültürünün geliştirilmesi ve ortak fayda sağlayacak projelerin desteklenmesi konuları ele alındı. Sektörün ihtiyaçlarına yönelik çözüm odaklı yaklaşımların önemine dikkat çekilen görüşmede, kurumlar arası temasların sürdürülebilir şekilde devam etmesinin sektörel gelişim açısından önemli olduğu vurgulandı.

TİMDER, sektörün tüm paydaşlarıyla iletişim ve iş birliğini güçlendirmeye, ortak akıl ve dayanışma kültürüyle sektörün gelişimine katkı sunacak çalışmalar gerçekleştirmeye devam edecek.



ORKA

Mükemmeli Arayanlar için

PROCIDA

Mükemmel Denge

/ ORKABANYO

#banyom**orka** • **orka**banyo.com



TİMDER, TESİDER YÖNETİMİNİ DERNEK MERKEZİNDE AĞIRLADI

TİMDER ve TESİDER temsilcilerinin bir araya geldiği görüşmede, mesleki eğitim faaliyetleri, sektörün nitelikli insan kaynağı ihtiyacı ve iki dernek arasında geliştirilebilecek ortak çalışmalar değerlendirildi.

Tesisat İnşaat Malzemecileri Derneği (TİMDER), sektörel temaslar kapsamında Tesisat Teknolojileri Eğitim ve Araştırma Derneği (TESİDER) Yönetim Kurulu Başkanı Yücel Yorulmaz ve Yönetim Kurulu Üyesi Mehmet Akif Aydın'ı dernek merkezinde ağırladı.

Gerçekleştirilen görüşmede TİMDER'i Yönetim Kurulu Başkanı Dr. Çiğdem Aras ile Yönetim Kurulu Üyeleri Aydın Eşer ve Baki Kartalkaya temsil etti. Sektörün mevcut durumu ve güncel gelişmeler üzerine karşılıklı değerlendirmelerin yapıldığı ziyarette, dernekler arasındaki iletişimin güçlendirilmesi ve geliştirilebilecek iş birliği imkânları ele alındı.

Ziyaret kapsamında sektörün mevcut durumu, nitelikli insan kaynağı ihtiyacı ve mesleki eğitimin sektörün gelişimindeki önemi üzerine değerlendirmelerde bulunuldu. TİMDER ve TESİDER'in eğitim alanında yürüttüğü mevcut çalışmalar hakkında karşılıklı bilgi paylaşılırken, sektör çalışanlarının mesleki bilgi ve yetkinliklerinin artırılmasına yönelik geliştirilebilecek ortak projeler ele alındı.

Görüşmede ayrıca teknik eğitimler, seminerler, sektörel bilgilendirme toplantıları ve gençlerin sektöre kazandırılmasına yönelik çalışmalar kapsamında iki dernek arasında oluşturulabilecek iş birliği imkânları değerlendirildi. Eğitim faaliyetlerinin sektörün güncel ihtiyaçları doğrultusunda geliştirilmesi ve dernekler arasındaki iletişimin güçlendirilmesi konusunda karşılıklı görüş alışverişinde bulunuldu.

TİMDER Yönetim Kurulu Başkanı Dr. Çiğdem Aras, nazik ziyaretleri ve değerli paylaşımları için TESİDER Yönetim Kurulu Başkanı Yücel Yorulmaz ve Yönetim Kurulu Üyesi Mehmet Akif Aydın'a teşekkür etti.

Doğaltaşın Dokusu, Cephenin İmzası.

PARK TERRA SUADİYE — İstanbul · 2026

referans.deltamarble.com



2-6 Kasım, İstanbul Expo Center - Yeşilköy
UNICERA İSTANBUL
2-C01



KIRMIZI TRAVERTEN



SILVER TRAVERTEN

DELTA®
STONE COLLECTIONS

HEADOFFICE AND FACTORY
Organize Sanayi Bölgesi 1. Cadde 11. Sk. No:5
03090 AFYON - TÜRKİYE
Phone : (+90 272) 221 14 40
e-mail : info@deltamarble.com

instagram/deltamarble

www.deltamarble.com

İSTANBUL SHOWROOM
Esenşehir Mahallesi
Necip Fazıl Kısakürek Caddesi
Başarı Sokak No:2
34764 Ümraniye / İSTANBUL - TÜRKİYE

Phone : **444 43 58**
e-mail : dudullu@deltamermer.com



Solid Lavabo: Trude
Duş Kabini: Bendis Luxury 110 YP

ARTÉMIS



Doğanın Kalbinde, Suyun Ritmiyle.

Günün gürültüsünü dışarıda bırakın. Yalın çizgiler ve huzur veren dokunuşlar, Bendis Luxury serisi ile şimdi banyonuzda.

artemis_banyo

artemisbanyo

artemis.com.tr



TİMDER, SEKTÖRÜN DUAYEN İSİMLERİNDEN ADNAN POLAT'I ZİYARET ETTİ

TİMDER Yönetim Kurulu Üyeleri, sektörün duayen isimlerinden Adnan Polat'ı ziyaret ederek yapı malzemeleri sektörünün güncel durumu, gelecek dönem beklentileri, UNICERA İstanbul ve sektörel iş birlikleri üzerine değerlendirmelerde bulundu; TİMDER Akademi'ye sağlanan katkılar dolayısıyla teşekkür plaketi takdim etti.

TİMDER Yönetim Kurulu Üyeleri, sektörel temaslar kapsamında iş dünyasının ve yapı malzemeleri sektörünün duayen isimlerinden, Polat Holding Yönetim Kurulu Başkanı ve CEO'su Adnan Polat'ı ziyaret etti. Gerçekleştirilen ziyarette, Polat Holding Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Eda Polat Gkinosatis ve Ege Seramik Yönetim Kurulu Üyesi Siamak Jalili ile de bir araya gelindi.

Ziyarete, TİMDER Yönetim Kurulu Başkanı Dr. Çiğdem Aras, Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Sercan Karahan, Yönetim Kurulu Üyeleri Aydın Eşer, Kemal Yıldırım, Cemal Kır, Şeref Bulut, Özkan Yüksel, Mehmet Okan Çalışkan ve Ilıcan Gaziler ile Genel Sekreter Yeliz Kılıçaslan katılım sağladı.

Görüşmede, yapı malzemeleri sektörünün mevcut durumu, pazardaki güncel gelişmeler ve önümüzdeki döneme ilişkin beklentiler kapsamlı şekilde değerlendirildi. Uzun yıllara dayanan sektör tecrübesiyle önemli çalışmalara imza atan Adnan Polat'ın değerlendirmeleri doğrultusunda; değişen pazar koşulları, yatırım ortamı, üretim dinamikleri ve sektörün geleceğine yönelik fırsatlar üzerine karşılıklı görüş alışverişinde bulunuldu.

Sektörün en önemli buluşması olan UNICERA İstanbul da konu başlıkları arasında yer aldı. Fuarın sektörün ulusal ve uluslararası görünürlüğüne, yeni iş birliklerinin geliştirilmesine ve ihracat potansiyelinin güçlendirilmesine sağladığı katkılar üzerine değerlendirmelerde bulunuldu. UNICERA İstanbul'un sektör paydaşlarını bir araya getiren stratejik konumu ve gelecek dönemdeki gelişim alanları hakkında karşılıklı görüş alışverişi gerçekleştirildi.

Ziyarette ayrıca, sektörün sürdürülebilir gelişiminde nitelikli insan kaynağının ve eğitimin taşıdığı önem ele alındı. TİMDER Akademi çatısı altında yürütülen eğitim faaliyetleri hakkında değerlendirmelerde bulunulurken, özel sektörün bu çalışmalara sunduğu katkının sektörün kurumsal kapasitesinin güçlendirilmesi açısından önemli bir değer oluşturduğu vurgulandı.

Bu kapsamda, TİMDER Akademi'ye sağladıkları kıymetli destekler dolayısıyla Polat Holding ve Ege Seramik yönetimine teşekkür edilerek plaket takdim edildi. Sağlanan desteğin, sektör profesyonellerinin gelişimine ve eğitim faaliyetlerinin daha geniş kitlelere ulaştırılmasına önemli katkı sunduğu ifade edildi.

27 YIL

PROJELERDE DOĞRU

KÜVET | DUŞ TEKNESİ | HİDROMASAJ | DUŞ KABİN | CAM SİSTEMLERİ
SOLİD YÜZEYLER | KOMPOZİT HAVUZ | LOJİSTİK

YOLUN ORTAĞINIZ



2-6 Kasım, İstanbul Expo Center - Yeşilköy
UNICERA İSTANBUL
6-D03

DELTA WHIRLPOOL BATH
AKRİLİK KÜVET HİDROMASAJ & KABİN SİSTEMLERİ

CORIAN® DESIGN
Yetkili Distribütör

DUPONT Montelli®
Yetkili Distribütör

zenon
Yetkili Distribütör

www.deltakuvet.com







TİMDER'DEN PORCELANOSA ASSOCİATE İSTANBUL'A SEKTÖREL ZİYARET

TİMDER Yönetim Kurulu Üyeleri, sektörel ziyaretler kapsamında Porcelanosa Associate İstanbul yöneticileriyle bir araya gelerek yapı malzemeleri sektörünün mevcut durumu, gelecek dönem beklentileri ve iş birliği alanlarını değerlendirdi.

TİMDER Yönetim Kurulu Üyeleri, sektör paydaşlarıyla iletişimi güçlendirmek ve güncel gelişmeleri değerlendirmek amacıyla gerçekleştirdikleri sektörel ziyaretler kapsamında Porcelanosa Associate İstanbul'u ziyaret etti. Ziyarette, Porcelanosa Associate İstanbul Kurucu Ortakları Sibel Taşpınar, Murat Topuz ve Bayi-Satış Yöneticisi Cemre Tomaç ile bir araya gelindi.

Gerçekleştirilen görüşmede, yapı malzemeleri sektörünün mevcut durumu, değişen pazar dinamikleri ve gelecek döneme ilişkin beklentiler üzerine karşılıklı değerlendirmelerde bulunuldu. Sektörün gelişimini destekleyecek iş birliği alanları ele alınırken, değişen tüketici beklentileri ve sektörde yaşanan dönüşüm üzerine görüş alışverişinde bulunuldu. Ziyarette ayrıca, sektör paydaşları arasındaki iletişim ve iş birliğinin güçlendirilmesinin önemi vurgulandı. Sektörün sürdürülebilir gelişimine katkı sağlayabilecek çalışmalar ve önümüzdeki döneme ilişkin fırsatlar değerlendirildi.

Ziyarete, TİMDER Yönetim Kurulu Başkanı Dr. Çiğdem Aras, Yönetim Kurulu Üyeleri Aydın Eşer ve Mehmet Okan Çalışkan ile Genel Sekreter Yeliz Kılıçaslan katılım sağladı.

UNICERA'DA BULUŞALIM

Salon [2] · Stant [B04]

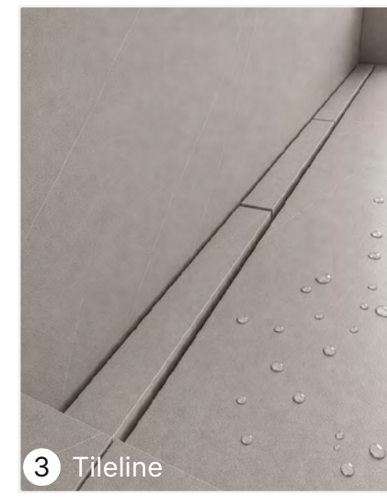
evimetal
Banyo Sistemleri

Evimetal'den Banyolara Yön Veren İnovasyonlar




1 Solid niş


2 Aquacera


3 Tileline

Yeni nesil banyo çözümleriyle tanışın.

Su yalıtımından drenaja, estetikten işlevselliğe.

SOLİD NİŞ · AQUACERA · TİLELİNE

Hayatı sevmek detaylarda başlar.

www.evimetal.com.tr

SOPRANO MUTFAK

SAWOY Exclusive

Zarafetle Tasarlanan Ayrıcalık,
Mutfağınızda Zamansız Bir Şıklık.



2-6 Kasım, İstanbul Expo Center - Yeşilköy
UNICERA İSTANBUL
6-D04

/soprano_mutfak
www.sopranomutfak.com

KOBOS
BANYO

VICTORIA Zamanın Ötesinde Bir Asalet,
Banyoda Eşsiz Zarafet.



/kobosbanyo
www.kobosbanyo.com

EVDEMA®







TİMDER YÖNETİM KURULU ÜYELERİ, ERKAN GÜRAL'I ZİYARET ETTİ

TİMDER Yönetim Kurulu Üyeleri, iş dünyası ve yapı malzemeleri sektörünün öne çıkan isimlerinden, NG Kütahya Seramik Yönetim Kurulu Başkanı Erkan Güral'ı ziyaret etti. Görüşmede sektörel konuların masaya yatırılmasının yanı sıra NG Kütahya Seramik'in TİMDER'in eğitim faaliyetlerine vermiş olduğu değerli destekler dolayısıyla teşekkür edilerek plaket takdim edildi.

TİMDER Yönetim Kurulu Üyeleri, sektörel temaslar kapsamında iş dünyası ve yapı malzemeleri sektörünün öne çıkan isimlerinden, NG Kütahya Seramik Yönetim Kurulu Başkanı Erkan Güral'ı ziyaret etti. NG Kütahya Seramik Başkan Yardımcısı Yüksel Kaya'nın da yer aldığı ziyarete TİMDER heyetinden; Yönetim Kurulu Başkanı Dr. Çiğdem Aras, Yönetim Kurulu Başkan Yardımcıları Deniz Kaya ve Sercan Karahan, Yönetim Kurulu Üyeleri Kemal Yıldırım, Serdar Dönmez, Cemal Kır, Şeref Bulut, Ilıcan Gaziler katılım sağladı.

Görüşmede, son yıllarda gerçekleşen sektörel ve ekonomik gelişmeler, ülke ekonomisi ve sektörün geleceğine dair öngörüler karşılıklı değerlendirmelerle masaya yatırıldı. Sivil Toplum Kuruluşlarında uzun yıllardır aktif ve etkili görevler alan Erkan Güral ile TİMDER Yönetim toplumsal birliktelik sağlayan STK'ların önemine dikkat çekerek sektör paydaşları arasındaki dayanışma ve iletişimin önemini vurguladı. NG Kütahya Seramik'in son dönem yatırımları hakkında bilgi alındı ve hayırlı olsun dilekleri iletildi. TİMDER'in son dönem faaliyetleri hakkında bilgi verildi. Yeni dönem TİMDER Akademi eğitim programlarındaki yenilikler ve eğitim faaliyetlerinin sektörde yarattığı katma değer hakkında bilgi verilirken NG Kütahya Seramik'in TİMDER'in eğitim faaliyetlerine vermiş olduğu değerli destekler dolayısıyla teşekkür edilerek plaket takdim edildi.

Siyah Şampanya Parlak Krom

PROFİL RENK SEÇENEKLERİ

RIGA SERİSİ

ŞIKLIK • FONKSİYON • FERAHLIK

RIGA ile

DAR BANYOLARA ÖZEL

GENİŞ ÇÖZÜMLER

Akıllı tasarımıyla mekana nefes aldıran Riga; siyah, parlak krom ve şampanya renkleriyle banyonuzdaki estetiği yeniden tanımlıyor.

ÇAPRAZ AÇILIR KAPI SİSTEMİ

- Dar alanlarda maksimum giriş genişliği
- 3 farklı alüminyum profil renk seçeneği
- Modern, şık ve dayanıklı tasarım

2-6 Kasım, İstanbul Expo Center - Yeşilköy

UNICERA İSTANBUL

4-C03

Tüm ürünleri incelemek için QR kodu taratınız.

formina® Banyo

TİMDER
Yeni Nesil Yöneticiler için Mentörlük Ağı Programı Başladı!



Deneyimlerden Güç Alın!

Kariyerinizi İleri Taşıyın!

Güçlü Bir Ağın Parçası Olun!

TİMDER'den Sektörel Gelişime Yeni Katkı: Mentörlük Ağı Programı

TİMDER, sektör profesyonelleri arasındaki bilgi ve deneyim paylaşımını güçlendirmek amacıyla Mentörlük Ağı Programı'nı hayata geçirdi. Mentee başvurularının tamamlanmasının ardından mentor-mentee eşleştirme sürecine geçildi.

TİMDER, sektörün gelişimine yönelik çalışmalarına bir yenisini daha ekleyerek TİMDER Mentörlük Ağı Programı'nı başlattı. Üyeler arasındaki bilgi ve deneyim paylaşımını desteklemek amacıyla hayata geçirilen program, farklı kariyer aşamalarındaki sektör profesyonellerini ortak bir gelişim platformunda buluşturuyor.

Program kapsamında, sektörün deneyimli profesyonellerinin yıllar içerisinde edindikleri bilgi ve birikimin yeni nesil yöneticilere ve profesyonellere aktarılması hedefleniyor. Oluşturulacak mentor-mentee ilişkileriyle katılımcıların kariyer gelişimlerinin desteklenmesi, farklı bakış açıları kazanmaları ve profesyonel yetkinliklerini geliştirmeleri amaçlanıyor.

TİMDER Mentörlük Ağı, bireysel gelişimin yanı sıra sektör içerisindeki iletişim ve dayanışma kültürünü de güçlendirmeyi hedefliyor. Farklı uzmanlık ve deneyimlere sahip profesyonellerin bir araya gelmesiyle sektör içerisinde yeni bağlantıların kurulmasına ve ortak öğrenme kültürünün gelişmesine katkı sağlanması öngörülüyor.

Mentee başvurularının tamamlanmasının ardından programda eşleştirme sürecine geçildi. Başvurular, mentörlerin deneyim ve uzmanlık alanları doğrultusunda değerlendirilerek uygun mentor-mentee eşleşmeleri oluşturuluyor. Sürecin tamamlanmasının ardından eşleşmeler duyurulacak ve mentorlar ile menteelerin bir araya gelmeleri sağlanarak programın uygulama aşamasına geçilecek.

zenon
Bath & SPC Surfaces

Tasarımın saf hâli.

Yaşam alanlarına karakter katan koleksiyonlar.



2-6 Kasım, İstanbul Expo Center - Yeşilköy
UNICERA İSTANBUL
6-D03

DELTA®
WHIRLPOOL BATH
AKRİLİK KÜVET HİDROMASAJ & KABİN SİSTEMLERİ

Türkiye yetkili distribütörü

www.deltakuvet.com
www.zenonsurfaces.com



İBRAHİM POLAT HOLDİNG A.Ş.

Yönetim Kurulu Başkanı

Adnan Polat

"BİZİM İÇİN GERÇEK BAŞARI; GELECEK NESİLLERE ÇOK DAHA GÜÇLÜ, KÜRESEL ÖLÇEKTE BİR YAPI BIRAKABİLMEKTİR."

1953 yılında Erzurum Aşkale'de doğdum. İş hayatıyla çok erken yaşlarda tanıştım. Babam ve Kurucumuz İbrahim Polat'ın kurduğu şirketin içinde yetişmek, bana yalnızca iş hayatını değil; çalışmanın, üretmenin, sorumluluk almanın ve uzun vadeli düşünmenin değerini de öğretti.

Işık Lisesi'nin ardından Amerika'da Long Island Üniversitesi'nde İş İdaresi eğitimi aldım. 1976 yılında Türkiye'ye döndüğümde şantiyelerimizde çalışma hayatına başladım. Sahada, üretimin ve işin mutfağında bulunmak benim için çok önemli bir okul oldu. 1981 yılından itibaren şirketin Sanayi Grubu yönetimini üstlendim. O dönemdeki temel hedefimiz, Türkiye'de edindiğimiz bilgi ve tecrübeyi uluslararası ölçekte rekabet edebilen bir yapıya dönüştürmekti. Sanayi grubumuzu zaman içerisinde küresel bir aktör konumuna taşımak, kariyerimdeki en önemli mihenk taşlarından biri oldu.

İş dünyasının yanı sıra sektörümüzün ortak geleceğine katkı sağlamayı her zaman bir borç bildim. Seramik sektörünün gelişimine ve kurumsallaşmasına katkı sağlamak amacıyla SERKAP ve ardından Türkiye Seramik Federasyonu Başkanlığı görevlerini yürüttüm. Bu sorumluluklar bana; yalnızca kendi şirketimizi değil, ekosistemin tamamını ve ülke ekonomisini bütüncül bir anlayışla ele almanın önemini gösterdi.

Ticari diplomasi tarafında ise Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK) bünyesinde uzun yıllar Türkiye-Macaristan İş Konseyi Başkanı olarak görev yaparak iki ülke arasındaki ilişkilerin ve ticaretin çok iyi bir noktaya gelmesine katkı sağladım. Pandemi öncesinde göreve başladığımda 1,3 milyar euro seviyesinde olan dış ticaret hacmimizi, 2025 yılı sonu itibarıyla 5,3 milyar euroya çıkardık. 2026 yılı sonu hedefimiz olan 6 milyar euro seviyesine ulaşıyoruz; şimdiki ortak hedefimiz ise 2030 yılına kadar bu rakamı 10 milyar euro ticaret hacmine taşımak. Yatırımlar tarafında da çok ciddi bir sıçrama yakaladık. Pandemi öncesinde 100 milyon euronun altında olan Türk yatırımlarının tutarı bugün itibarıyla 3,5 milyar euro seviyesinde. 2030 yılı sonunda ise Türk yatırımlarını 6 milyar euro seviyesine çıkarmayı hedefliyoruz.

Bu ekonomik ivme, iki ülke arasındaki turizm ve kültür ilişkilerine de doğrudan yansıdı. Eskiden haftada 1-2 olan uçak seferlerinin bugün günde 7 uçuşa kadar çıkması bu canlılığın en net göstergesi. İki millet arasındaki bu bağın kurulmasında bir Macaristan Devlet Vakfı olan Gül Baba Vakfı da çok kritik bir rol üstlendi. Vakıf, Macaristan'daki Osmanlı mirası eserlerin restorasyonunu yaparak ortak tarihimize ve ülkelerimiz arasındaki olumlu imaja büyük katkı sağlıyor. Osmanlı'nın en batıdaki türbesi olan Gül Baba Türbesi, bugün yılda 100 bine yakın ziyaretçi ağırlıyor. Üstelik Gül Baba, sarı-kırmızı gülleriyle Galatasaray Lisesi'nin ve kulübümüzün renklerine de ilham kaynağı olmuş, camiamız için çok özel bir değerdir.

Macaristan'da yakaladığımız bu başarı ve kurduğumuz güçlü bağların ardından, DEİK / Türkiye-Yunanistan İş Konseyi Başkanlığı göreviyle de bu coğrafyadaki ticari ve ekonomik ilişkilerimizi geliştirmeye devam ediyorum. Yönetimlerde ilgili ülkelerle birebir teması olan kişilerin yer almasını esas alan bu vizyon, ticari diplomasiyi ve ülke ekonomisini bütüncül bir anlayışla ele almamızı sağlıyor.

Galatasaray ise benim için sadece bir spor kulübü ya da yöneticilik görevi değil; hayatımda çok özel yeri olan, bu ülkeye ve camiamıza karşı duyduğum derin bir gönül borcu ve hizmet vesilesi. 1990'lı yıllardan itibaren kulüp bünyesinde Başkan Yardımcılığı ve Futbol Komitesi Başkanlığı dâhil olmak üzere pek çok kritik sorumluluk üstlendim. 2008 ve 2011 yılları arasında ise Galatasaray Spor Kulübü Başkanlığı görevinde bulundum. Bu süreçte kulübümüzün geleceğine yön veren, kurumsal yapısını ve mali geleceğini sağlama alan çok önemli stratejik projelere imza attık. Bu görev benim için her zaman son derece kıymetli bir aidiyet ve gurur kaynağı oldu.

Bugün geriye dönüp baktığımda; sanayiden spora, iş dünyasından toplumsal sorumluluğa kadar üstlendiğim tüm görevlerin birbirini besleyen tecrübeler olduğunu görüyorum. Kariyerim boyunca ana vizyonum; üretmek, kurumları geleceğe taşımak ve ülkemize değer katmak oldu.

"Türkiye'nin potansiyeline inanarak yatırımlarımızı sürdürüyoruz."

Polat olarak sanayicilik anlayışımızı; uzun vadeli değer yaratma, nitelikli üretim, istihdam ve ülkemizin geleceğine yatırım yapma hedefi üzerine kuruyoruz. Babamız İbrahim Polat'ın temellerini attığı bu vizyonla bugün sanayiden enerjiye, gayrimenkulden teknolojiye ve turizme uzanan geniş bir alanda Türkiye'nin potansiyeline inanarak yatırımlarımızı sürdürüyoruz.

Sanayi grubumuzun lokomotif şirketleri Ege Seramik ve Ege Vitrifiye, bugün yurt içi pazarda olduğu kadar uluslararası pazarlarda da güçlü üretim altyapısıyla öne çıkan lider markalarımız. Genç yaşlarda yönetimini üstlendiğim Ege Seramik'te bugün 25 milyon metrekarelik devasa üretim gücümüzle sektörde fark yaratıyoruz. 1972 yılından bu yana teknolojiye, Ar-Ge'ye ve tasarıma yaptığımız yatırımlarla ürünlerimizi 50'yi aşkın ülkeye ihraç ediyor, Türk sanayisinin küresel pazarlardaki bayrak taşıyıcılarından biri olmaktan gurur duyuyoruz.

Enerjide ise Polat Enerji olarak 2000 yılından bu yana tamamen yenilenebilir kaynaklara odaklanıyor, rüzgâr ve güneş yatırımlarımızı ileri teknoloji enerji depolama sistemleriyle destekliyoruz. Türkiye'de 6 rüzgâr, Macaristan'da ise Polat Energy Europe çatısı altındaki 6 güneş santralimizle toplam 12 santralde 1.177 MW'ı aşan bir kurulu gücü yönetiyoruz. Yıllık yaklaşık 2,5 milyar kWh elektrik üretimiyle bir milyondan fazla hanenin enerji ihtiyacını karşılarken, her yıl 1,3 milyon ton CO_2e sera gazı emisyonunun önüne geçiyoruz. 329 MW ile Türkiye'nin operasyonel en büyük rüzgâr santrali olan Soma RES, 132 MWh ile en büyük BESS projesi konumundaki Göktepe RES depolamalı kapasite artışı projemiz ve Türkiye'nin ilk depolamalı rüzgâr yatırımı olan Ege RES ile sektörel "ilklere" ev sahipliği yapıyoruz.

"TÜRKİYE'NİN POTANSİYELİNE İNANARAK YATIRIMLARIMIZI SÜRDÜRÜYORUZ."

Ayrıca rüzgâr, güneş ve depolamayı tek lisans altında birleştiren ilk ve tek santral olan Geycek RES, enerji üretimindeki esneklik vizyonumuzun en somut referans noktası oldu. 2026 yılı sonuna kadar enerji depolamada 500 MWh kapasiteye ulaşmayı; 2030 vizyonumuz doğrultusunda ise yeni coğrafyaları da kapsayarak toplam gücümüzü 2.000 MW'a çıkarmayı hedefliyoruz.

Gayrimenkul sektöründe ise yarım asrı aşan tecrübemizi, nitelikli yaşam alanları inşa etme ve şehirlerin dönüşümüne öncülük etme misyonuyla sürdürüyoruz. Türkiye'nin en büyük özel sektör kentsel dönüşüm projesi olan Piyalepaşa İstanbul ile tarihi bir semte yeniden hayat kazandırırken; karma konsepti, sanat sokakları ve yaşam alanlarıyla örnek bir model ortaya koyduk. Bu vizyonu lüks konut anlayışıyla buluşturan Polat Levent Exclusive projemizle İstanbul'un merkezinde değer yaratmaya devam ediyoruz.

Yurt içi operasyonlarımızdaki bu birikimi uluslararası alana da taşıyarak özellikle Macaristan'ın başkenti Budapeşte'de Duna Pearl, City Pearl ve Seven Pearl projelerimizle Avrupa'da ölçek büyütüyoruz. Budapeşte'de yalnızca konut ve karma projeler geliştirmekle kalmıyor; otel yatırımları, uzun dönemli kiralama ve mülk yönetimi modellerimizle yurt dışında sürdürülebilir bir gayrimenkul ekosistemi inşa ediyoruz. Önümüzdeki dönemde de hem Türkiye'de kentsel dönüşüm ve nitelikli konut projelerinde hem de Avrupa'da yeni gayrimenkul fırsatlarında büyümemizi sürdüreceğiz.

Teknoloji alanında ise stratejik ve milli üretim hamlelerimize kararlılıkla devam ediyoruz. Temmuz 2023'te kurduğumuz çatı şirketimiz Polat İnovasyon ile Ankara Uzay ve Havacılık İhtisas Organize Sanayi Bölgesi'nde (HAB) 40.000 m²'lik alanda projelerimizi şekillendirirken; 2022 yılında %100 yerli sermayeyle hayata geçirdiğimiz Poloptech ile havacılık, uzay ve medikal sektörleri için hassas optik komponent üretimi, optik kaplama ve uydu kamerası tasarımı, entegrasyonu ve test süreçlerinde öncü bir çözüm ortağı olarak konumlanıyoruz. Yüksek güvenlikli belge teknolojileri alanında faaliyet gösteren şirketimiz Polattech ile de pasaporttan kimlik kartlarına, sürücü belgesinden tapuya kadar uçtan uca anahtar teslim sistem entegrasyonu, kişiselleştirme tesisleri ve ham madde tedariki sunarak Afrika'dan Balkanlar'a, Orta Doğu'dan Güney Amerika'ya uzanan geniş bir coğrafyada uluslararası ölçekte küresel projelere imza atıyoruz.

Turizm alanında ise Polat Turizm Otelcilik çatısı altında, uzun yıllara dayanan deneyimimizle Türk ve dünya turizmine üst düzey standartlarda hizmet sunuyoruz. Dünyanın önde gelen otel gruplarından Marriott International ile uzun yıllara dayanan köklü iş birliğimiz kapsamında; İstanbul'un köklü MICE ve şehir otellerinden 433 odalı Renaissance Polat İstanbul Hotel ile Beşiktaş'ta yer alan 214 odalı Renaissance



"KÜRESEL VARLIĞIMIZI HER GEÇEN GÜN GÜÇLENDİRİYORUZ."

İstanbul Polat Bosphorus Hotel'de misafirlerimize ayrıcalıklı konaklama deneyimleri sunuyoruz. Türkiye'nin önde gelen kayak otellerinden 208 odalı Polat Palandöken ile dağ ve kış turizmindeki güçlü konumumuzu sürdürürken, Budapeşte'deki Duna Pearl projemiz kapsamında hayata geçirdiğimiz 105 odalı Four Points by Sheraton Budapest Danube ile otelcilik alanındaki bilgi birikimimizi ve hizmet anlayışımızı Avrupa'ya taşıyoruz. Toplamda 1.000'e yakın oda ve 2.000'i aşan yatak kapasitemiz, geniş kongre, toplantı ve etkinlik alanlarımız ve nitelikli hizmet anlayışımızla operasyonel mükemmeliyeti odağımıza alıyoruz. Bu yaklaşımımızın Marriott International tarafından uluslararası düzeyde ödüllerle taçlandırılması ise bizler için büyük bir gurur kaynağı.

Bizim için yatırım yalnızca ekonomik büyüme anlamına gelmiyor; istihdam yaratmak, yerel ekonomileri güçlendirmek, teknoloji geliştirmek ve Türkiye'nin küresel rekabet gücünü artırmak da vizyonumuzun temel bir parçası. Sürdürülebilirlik ve teknoloji ekseninde ülkemize ve faaliyet gösterdiğimiz tüm coğrafyalara kalıcı değer kazandırmaya devam edeceğiz.

Ege Seramik ve Ege Vitrifiye ile yarım asrı aşan üretim birikimimizi; teknoloji, tasarım, kalite ve sürdürülebilirlik odaklı adımlarla yarınlara taşıyoruz. Ürün gamımızı farklı yaşam alanlarının hem estetik hem de teknik beklentilerine cevap verecek şekilde sürekli geliştiriyor; doğal taş, mermer ve ahşap dokulardan ilham alan koleksiyonlarımızla şıklığı ve fonksiyonelliği bir arada sunuyoruz.

"Yüksek katma değerli çözümler üretiyoruz."

Ar-Ge ve Ür-Ge çalışmalarımız, ürün stratejimizin odağında yer alıyor. Mimari trendleri, tüketici ihtiyaçlarını ve küresel pazarların dinamiklerini yakından takip ederek yüksek katma değerli çözümler üretiyoruz.

Ege Seramik tarafında gerçekleştirdiğimiz 17 milyon euro tutarındaki modernizasyon yatırımıyla 4 üretim hattımızı en son teknolojiyle yeniledik. Bu hamleyle özel yüzey efektlerine imkân tanıyan "Premium Surface" teknolojisini devreye alırken, karbon ve su ayak izini azaltan çevreci bir altyapıyı da tesis ettik. Ege Vitrifiye tarafında ise 3 milyon euro bütçeyle hayata geçirdiğimiz robotik ring yapıştırmalı ve dikey yüksek basınçlı tezgâh yatırımlarıyla üretim kapasitemizi %17,5 oranında artırdık. Tesislerimizdeki bu modernizasyon, birim ürün başına düşen enerji tüketimini uluslararası standartlara çekerek enerji verimliliğimize de doğrudan katkı sağladı. Önümüzdeki dönemde de yenilikçi ve çevreci ürünlerimizle hem yurt içindeki güçlü konumumuzu korumayı hem de küresel pazarlardaki ayak izimizi büyütmeyi sürdüreceğiz.

Ege Seramik ve Ege Vitrifiye olarak ürünlerimizi hem yurt içinde hem de küresel pazarlarda son derece güçlü, yaygın ve çok kanallı bir dağıtım ağıyla tüketicilerimizle buluşturuyoruz.



Türkiye pazarında 150'yi aşkın yetkili satıcımız ve 2 binden fazla tali bayimizden oluşan köklü ağımız sayesinde, ülkemizin dört bir yanındaki perakende ve proje müşterilerine kesintisiz erişim sağlıyoruz.

Satış ve pazarlama stratejimizin temelinde yalnızca ürün sunmak değil; mimarlar, geliştiriciler ve nihai tüketiciler için estetik, fonksiyonel ve sürdürülebilir bütüncül mekân çözümleri üretmek yer alıyor. Tüm pazarların dinamiklerini, değişen yaşam alışkanlıklarını ve mimari trendleri yakından takip ederek koleksiyonlarımızı sürekli güncelliyoruz. Dijitalleşen ticaret kanallarını geleneksel bayi gücümüze entegre eden yapımız sayesinde, müşterilerimizin ihtiyaç duyduğu her noktada güvenilir, yenilikçi ve yüksek katma değerli bir çözüm ortağı olarak yer almaya devam ediyoruz.

Babam İbrahim Polat'ın bizlere bıraktığı girişimcilik mirasını; çalışkanlık, dürüstlük, güvenilirlik, vizyoner bakış açısı ve sürekli gelişim anlayışıyla geleceğe taşımak benim için en büyük sorumluluk. Babamın yalnızca şirketler kurmakla kalmayıp; itibar, yüksek kalite ve uzun vadeli değer yaratma prensibi üzerine inşa ettiği markalar, bugün attığımız her stratejik adımın ve elde ettiğimiz başarının temelini oluşturuyor.

Polat ailesi olarak bu güçlü mirası korurken, değişen dünya dinamiklerine ve yeni nesillerin beklentilerine uyum sağlayarak grup şirketlerimizi geleceğe hazırlıyoruz. Aile değerlerimizi ve köklü kurum kültürümüzü yaşatırken, aynı zamanda tüm operasyonlarımızı çağdaş, şeffaf ve profesyonel yönetim sistemleriyle sürdürülebilir bir yapıya kavuşturmaya büyük önem veriyoruz.

Liyakat, performans ve yetkinlik odaklı insan kaynağı yönetimi, kurumsallaşma, çalışan gelişimi ile teknoloji ve inovasyon yatırımları bu dönüşüm yolculuğumuzun ana sütunlarını oluşturuyor. Bizim için gerçek başarı, geçmişten devraldığımız saygın ismi ve değerleri korumanın ötesine geçerek; yenilikçi adımlarla bu mirasa her gün yeni değerler eklemek ve gelecek nesillere çok daha güçlü, küresel ölçekte bir yapı bırakabilmektir.

Uluslararası pazarlardaki gücümüzü, yalnızca ihracat gerçekleştirdiğimiz ülke sayısıyla değil; en zorlu pazarlarda yakaladığımız kalıcılık ve elde ettiğimiz saygın konumla ölçüyoruz. Bugün Amerika, Fransa, Macaristan ve Almanya başta olmak üzere 50'ye yakın ülkede ürünlerimizi dünya standartlarında kalite arayan tüketicilerle buluşturuyoruz.

Seramik sektörü için rekabetin ve kalite beklentilerinin en yüksek olduğu Kuzey Amerika pazarında 30 yılı aşkın süredir kesintisiz varlık gösteriyoruz. Amerika ve Kanada gibi standartların son derece katı olduğu pazarlarda edindiğimiz derin tecrübe, uluslararası pazarlardaki en güçlü referansımız. Nitekim ABD'nin zemin kaplama sektöründeki dev perakende zinciri müşterimizden global ölçekteki dev rakiplerimizi geride bırakarak aldığımız "Yılın En İyi Karo Tedarikçisi" ödülü; ürün kalitemizin, lojistik disiplinimizin ve satış sonrası hizmetlerimizin küresel çaptaki başarısını tescillemiş oldu.

İhracat stratejimizin temelini, üretimin önemli bir kısmını yüksek katma değerli pazarlara yönlendirmek ve her ülkenin mimari ile estetik ihtiyaçlarına özel çözümler sunmak oluşturuyor.

Büyüme hedeflerimiz doğrultusunda mevcut pazarlarımızdaki payımızı derinleştirirken; Orta Doğu ve Kuzey Afrika gibi potansiyeli yüksek yeni coğrafyaları da odağımıza alıyoruz. Türk seramik ve vitrifiye sektörünü uluslararası arenada başarıyla temsil etmeye, küresel pazarlardaki marka algımızı ve pazar gücümüzü her yıl daha da yukarı taşımaya kararlılıkla devam edeceğiz.

Teknoloji ve dijitalleşme, seramik ve vitrifiye üretimi başta olmak üzere Polat genelinde hem operasyonel gücümüzü hem de ürün niteliğimizi dönüştüren en stratejik kaldıraçlarımızdan biri. Bizim için bu dönüşüm yalnızca yeni makine yatırımı yapmaktan ibaret değil; teknolojiyi iş yapış biçimimizin ve kurum kültürümüzün ayrılmaz bir parçası olarak görmek, insan kaynağımızın yetkinliğiyle birleştirerek üretimde mükemmelliği yakalamaktır.

Ege Seramik'te, 1990'lardan itibaren kullandığımız ERP sistemleri sayesinde üretimden planlamaya, stok yönetiminden satış ve finans süreçlerine kadar operasyonları entegre ve sistematik bir yapı içerisinde yönetiyoruz. Seramik ve vitrifiye sektöründe dijitalleşmeyi üretimin tam kalbine entegre etmiş durumdayız.

2009 yılında Türkiye seramik sektörüne kazandırdığımız dijital baskı teknolojisini, bugün en son nesil dijital baskı sistemleri ve özel yüzey efektlerine imkân tanıyan "Premium Surface" teknolojileriyle çok daha ileri bir noktaya taşıdık. İzmir Kemalpaşa tesislerimizde devreye aldığımız robotik ring yapıştırmalı ve dikey yüksek basınçlı döküm tezgâhları; üretimde hata payını en aza indiren, ürün standartlarını kusursuzlaştıran ve enerji verimliliğini uluslararası normlara çeken dijital otomasyon sistemleriyle çalışıyor.

Üretim hatlarımızda yer alan sensörler ve yapay zekâ destekli görüntü işleme sistemleri sayesinde ham maddeden nihai ürüne kadar tüm süreçleri anlık verilerle kontrol ediyor, karbon ve su ayak izimizi de yine bu dijital altyapıyla izleyip yönetiyoruz.

Teknolojiye bakış açımız, grubumuzun tüm faaliyet alanlarında benimsediği ortak vizyonun bir yansıması. Yapay zekâ, otomasyon ve veri analitiği gibi alanlardaki gelişmeleri yalnızca birer araç değil, tüm operasyonlarımızda verimliliği ve kaliteyi sürekli artıran temel bir iş kültürü olarak benimsiyoruz.

Önümüzdeki dönemde de yapay zekâ ve dijital dönüşüm; ürün tasarımlarımızı, üretim süreçlerimizi ve müşteri deneyimimizi geliştirmeye devam edecek. Bu değişimi yönetirken teknolojinin sunduğu imkânları insan odaklı yaklaşımımızla harmanlamaya, çalışanlarımızın gelişimini desteklemeye ve sektörümüzde teknolojik öncülüğümüzü sürdürmeye kararlıyız.

"Temel önceliğimiz, büyümeyi hacimden ziyade verimlilik, katma değer ve rekabet gücü üzerinden gerçekleştirmek."
Türkiye ekonomisinin önümüzdeki dönemde sürdürülebilir büyüme ile

"TEKNOLOJİYE BAKIŞ AÇIMIZ, TÜM FAALİYET ALANLARINDA BENİMSEDİĞİMİZ ORTAK VİZYONUMUZUN BİR YANSIMASI."

"TİMDER; TİCARETİN ETİK STANDARTLAR ÇERÇEVESİNDE GELİŞMESİNDE YILLARDIR KRİTİK BİR ROL ÜSTLENİYOR."

enflasyonla mücadele arasındaki dengeyi doğru kurması, ekonomik istikrarın kalıcı hale gelmesi açısından belirleyici olacaktır. Enflasyondaki gerileme ve para politikasındaki normalleşme yönündeki adımlar piyasalar açısından olumlu bir zemin oluştururken; yüksek finansman maliyetleri, küresel ekonomik belirsizlikler ve bölgesel jeopolitik riskler, şirketler açısından seçici ve disiplinli bir büyüme yaklaşımını zorunlu kılıyor.

Bu dönemde temel önceliğimiz, büyümeyi hacimden ziyade verimlilik, katma değer ve rekabet gücü üzerinden gerçekleştirmek. Sanayide yüksek katma değerli üretim ve ihracat kapasitemizi güçlendirirken; gayrimenkulde finansman koşullarına ve değişen talep dinamiklerine uyum sağlayan, doğru lokasyonda ve uzun vadeli değer yaratacak projelere odaklanıyoruz. Turizmde ise yüksek hizmet kalitesi ve operasyonel verimlilikle Türkiye'nin güçlü turizm potansiyelini daha yüksek katma değere dönüştürmeyi hedefliyoruz.

Tüm bu alanlarda ortak önceliğimiz verimlilik ve sürdürülebilirlik. Yenilenebilir enerji yatırımları, yeşil dönüşüm, dijitalleşme ve robotik otomasyon artık yalnızca geleceğe yönelik hedefler değil; rekabet gücümüzü doğrudan belirleyen stratejik yatırım alanlarıdır. Bu nedenle operasyonlarımızda enerji verimliliğini artıran, maliyetleri optimize eden, üretkenliği yükselten ve teknolojik altyapımızı güçlendiren yatırımlara öncelik veriyoruz.

2026'yı Polat için kontrollü büyüme, operasyonel verimlilik ve geleceğe hazırlık yılı olarak konumlandırıyoruz. Finansal disiplinimizi koruyarak, yatırım kararlarımızda seçici davranarak ve güçlü olduğumuz alanlarda yeni fırsatları değerlendirerek ilerleyeceğiz. Kısa vadeli dalgalanmalardan bağımsız olarak, Türkiye'nin uzun vadeli ekonomik potansiyeline ve grubumuzun farklı sektörlerde yarattığı deneyim ve birikime güveniyor; sürdürülebilir büyümeyi destekleyecek yatırımlarımıza kararlılıkla devam ediyoruz.

"Türkiye'de STK'ların hem iktisadi hem de sosyal kalkınmadaki rolünün her geçen gün daha da arttığına inanıyorum. "

Sivil toplum kuruluşları, hem sanayimizin ve ekonomimizin sağlıklı gelişimi hem de toplumsal dayanışmanın sürdürülebilirliği açısından ülkemizin en kritik yapı taşlarından biri. Türkiye Seramik Federasyonu gibi kurucusu olduğum veya başkanlığını yürüttüğüm yapılarda yıllar boyunca edindiğim tecrübe bana gösterdi ki; tek bir şirketin veya tekil çabaların gücü bir yere kadardır. Asıl büyük sıçramalar, ortak akılla hareket edildiğinde ve sektörün tüm paydaşları aynı vizyon etrafında birleştiğinde gerçekleşiyor. Sektörel STK'lar; haksız rekabetle mücadeleden uluslararası pazarlarda Türk markalarının konumlanmasına, standartların belirlenmesinden kamu ile olan ilişkilerin yapıcı bir zeminde yürütülmesine kadar hayati bir misyon üstleniyor.

Yardımlaşma, dayanışma ve ortak akılla hareket etme anlayışı, bizim hem ailevi hem de kurumsal kültürümüzün temelini oluşturur. Sektörel alanda edindiğimiz bu örgütlenme ve değer yaratma tecrübesini toplumsal faydaya dönüştürmek amacıyla 2023 yılında Polat Vakfı'nı hayata geçirdik. Temel amacımız; eğitim, spor, çevre ve kültür-sanat alanlarında kalıcı, ölçülebilir ve sürdürülebilir değerler yaratmak.

Kuruluşumuzdan bu yana afet bölgelerindeki acil insani yardım ve rehabilitasyon çalışmalarından gençlerimize yönelik gelişim merkezlerine kadar pek çok insan odaklı projeyi devreye aldık. Türkiye'de STK'ların hem iktisadi hem de sosyal kalkınmadaki rolünün her geçen gün daha da arttığına inanıyorum. Önümüzdeki dönemde kamu, özel sektör ve sivil toplumun kaynaklarını ve deneyimlerini birleştirdiği stratejik iş birlikleri, yaratılan sosyal ve ekonomik etkiyi katlayacaktır. Biz de hem sektörel platformlardaki birikimimizle hem de Polat Vakfı çatısı altındaki çalışmalarımızla ülkemize değer katmaya kararlılıkla devam edeceğiz.

"TİMDER'in, sektörümüzü geleceğe taşımadaki öncü rolünü kararlılıkla sürdüreceğine yürekten inanıyorum."

TİMDER'i, tesisat ve inşaat malzemeleri sektörümüzün üretici, distribütör ve satıcı kanatlarını aynı çatı altında toplayan son derece köklü ve stratejik bir meslek örgütü olarak görüyorum. Üretim ile pazar arasındaki güçlü bağı oluşturan TİMDER; ortak sorunlara çözüm aranmasında, kamu ile sektör ilişkilerinin yapıcı bir zeminde yürütülmesinde ve ticaretin etik standartlar çerçevesinde gelişmesinde yıllardır kritik bir rol üstleniyor. Sektöre ilk adım attığımız yıllarda hem kendi markalarımız hem de diğer banyo ürünlerinin satışı amacı ile kurduğumuz Polat İnşaat Malzemeleri TİMDER'in ilk üyelerindendi. Bu da TİMDER ile önemsediğimiz ve anlamlı bir bağ oluşturdu.

Ege Seramik ve Ege Vitrifiye Yönetim Kurulu Başkanı Murat Polat, sektörel vizyonu ve liderliğiyle dernek çalışmalarımızın en kıymetli mimarlarındandır. Sektörümüzün büyümesi için her türlü imkanı seferber eden Murat Polat, 2004'ten bu yana TİMDER Akademi'ye verdiği kesintisiz destekle, sektörde eğitim standardının yükselmesine büyük bir katkı sunmuştur. Ege Seramik ve Ege Vitrifiye gibi üretim gücü yüksek markalarımız için TİMDER üyesi bayilerimiz ve distribütörlerimiz, sahada bizi temsil eden en kıymetli iş ortaklarımız. TİMDER'in bu paydaşlar arasındaki iletişimi canlı tutmasını, nitelikli iş gücü yetiştirilmesine yönelik mesleki eğitim faaliyetlerini ve sektörümüzün kurumsallaşmasına sunduğu katkıları çok kıymetli buluyorum.

Önümüzdeki dönemde TİMDER'den en büyük beklentimiz; sektörümüzün önündeki yeşil mutabakat, dijital dönüşüm ve sürdürülebilirlik gibi küresel süreçlerde rehberlik rolünü daha da güçlendirmesidir. Üreticiden nihai tüketiciye uzanan tedarik zincirinde bilgi akışını hızlandıran, yeni teknolojilerin sektöre entegrasyonuna öncülük eden ve iş birliği kültürünü pekiştiren çalışmalarıyla TİMDER'in, sektörümüzü geleceğe taşımadaki öncü rolünü kararlılıkla sürdüreceğine yürekten inanıyorum.



“FUARLARA KATILIMI BİR GELENEK DEĞİL, STRATEJİK BİR YATIRIM OLARAK GÖRÜYORUZ”.

“Bayilerimizden en büyük beklentimiz Polat’ın müşteri memnuniyeti, kalite ve etik ticaret anlayışını sahada en üst düzeyde temsil etmeleridir.”

Sektörde üretici ile nihai tüketici arasındaki en sağlam köprü, hiç şüphesiz güçlü ve güvene dayalı bayi ağıdır. Ege Seramik ve Ege Vitrifiye markalarımızla bugün Türkiye’nin dört bir yanında ve yurt dışında geniş bir bayi ağıyla hizmet veriyoruz. Biz bayilerimizi yalnızca ürünlerimizi satan birer satış noktası olarak değil; Polat markasının sahadaki yüzü, vizyonumuzun taşıyıcısı ve en kıymetli iş ortaklarımız olarak görüyoruz.

Bayi ilişkilerimizde dikkat ettiğimiz en temel husus, karşılıklı güvene, açık iletişime ve sürdürülebilir bir “kazan-kazan” modeline dayanan uzun soluklu birliktelikler inşa etmek. Yarım asra yaklaşan sanayi yolculuğumuzda, nesillerdir bizimle çalışan bayi ailelerimizin bulunması bu anlayışımızın en somut göstergesi. Aslına bakarsanız bu ilişkide iş ortaklığından çok aile kavramı daha fazla öne çıkıyor. Ben her toplantıda, birlikte bu yola ilk adımları attığımız büyüklerinden bayrağı devralan genç kuşaklarla da bir araya gelmekten büyük keyif alıyorum ve gerçekten duygulanıyorum. Bu duygusal bağlar, Ege ailesini geleceğe taşıyan önemli güçlerinden biri.

Biz üretici olarak bayilerimizi kesintisiz lojistik, yüksek ürün kalitesi, güçlü pazarlama desteği ve yenilikçi ürün gamı ile desteklerken; sahanın nabzını tutan bayilerimizin geri bildirimlerini de stratejilerimizin merkezine koyuyoruz.

Bayilerimizden en büyük beklentimiz ise Polat’ın müşteri memnuniyeti, kalite ve etik ticaret anlayışını sahada en üst düzeyde temsil etmeleridir. Günümüz pazar koşullarında tüketiciler artık yalnızca bir seramik veya vitrifiye ürünü değil; yaşam alanları için bir konsept ve mimari çözüm satın alıyor. Bu doğrultuda bayilerimizin teşhir alanlarını sürekli güncel tutmalarını, dijitalleşen satış ve hizmet kanallarına adapte olmalarını ve uzman kadrolarıyla müşterilerimize doğru mimari yönlendirmeleri yapmalarını önemsiyoruz. Bu anlamda son yıllarda pazarlama desteklerimizi arttırarak önemli gelişmeler kaydettik. Değişen tüketici beklentilerine hızlı uyum sağlayan, markamızın değerlerini sahiplenen ve bizimle aynı vizyonu paylaşan bayi ağımızla birlikte büyümeye ve sektördeki lider konumumuzu pekiştirmeye devam edeceğiz.

“Geniş ürün çeşitliliği içinde kalıcı olmak; fonksiyonelliği, estetiği ve sürdürülebilirliği aynı potada eritebilmekle mümkün.”

Pazardaki ürün çeşitliliği, gelişen üretim teknolojileri ve dijitalleşme sayesinde tarihin en yüksek seviyesine ulaşmış durumda. Bugün seramik ve vitrifiye sektörü, yalnızca yapı kaplama veya temel hijyen ihtiyacını karşılayan bir alan olmanın çok ötesine geçerek; mimarinin, iç mekân tasarımının ve kişiselleştirilmiş yaşam tarzlarının ana unsuru haline geldi. Ancak bu geniş ürün çeşitliliği içinde kalıcı olmak, yalnızca sayıca fazla desen ve ebat sunmakla değil; fonksiyonelliği, estetiği ve sürdürülebilirliği aynı potada eritebilmekle mümkün.

Önümüzdeki dönemde pazarda öne çıkacak ve güçlü bir trend haline gelecek ürünlerin başında büyük ebatlı karolar, doğal dokulu yüzeyler ve bütünsel mekân konseptleri geliyor. Bununla beraber küçük ebatlı seramikler, nostaljik dokunuşları modern tasarımla buluşturarak mekânlara daha karakterli, hareketli ve özgün bir atmosfer kazandıran güçlü bir trend olarak öne çıkıyor.

Gelişmiş dijital baskı ve yüzey teknolojilerimizle ürettiğimiz, mermer, ahşap ve beton dokularını birebir hissettiren “Premium Surface” yüzeyler hem konutlarda hem de kamusal projelerde yoğun talep görmeye devam edecektir. Bununla birlikte, tüketicilerin çevre bilincinin artması ve küresel standartların sıkılaşmasıyla birlikte su ve enerji tasarrufu sağlayan, geri dönüştürülmüş ham maddeden üretilmiş ekolojik ürünler ile hijyen öncelikli, anti-bakteriyel yüzey teknolojileri pazarda belirleyici güç olacaktır. Vitrifiye tarafında ise akıllı klozetler, kanalsız (rimless) hijyenik tasarımlar ve su tüketimini en aza indiren teknolojiler standart hale gelecektir.

Buna karşılık, pazarda artık yavaş yavaş geçerliliğini yitirecek ve vazgeçilecek ürün grupları da netleşiyor. Yüksek enerji ve su tüketimine neden olan geleneksel üretim teknolojileriyle imal edilmiş, fonksiyonellikten uzak, standart ve monoton desenli ürünlerin pazar payı hızla daralıyor. Aynı şekilde sürdürülebilirlik kriterlerini karşılamayan, karbon ayak izi yüksek ve çevre dostu olmayan ham maddelerle üretilen ürünlerin geleceğin pazarında yer bulması artık mümkün görünmüyor.

Polat olarak pazarın bu dönüşümünü yakından takip ediyor; Ar-Ge ve tasarım gücümüzü, trend belirleyen, çevreye duyarlı, yüksek kaliteli ve fonksiyonel ürünler geliştirmek üzere konumlandırıyoruz.

“Mevcut ihracat pazarlarımızda derinleşmeyi, yeni müşteri kanalları açarak pazardaki payımızı korumayı ve artırmayı hedefliyoruz.”

Yakın ve orta vadede hem yerel hem de küresel ölçekte son derece dinamik ve temkinli olunması gereken bir dönemden geçiyoruz. Küresel tarafta jeopolitik gerilimler, enerji maliyetlerindeki dalgalanmalar ve küresel pazarlardaki talep daralması en temel risk unsurları arasında yer alıyor. Yerel pazarda ise enflasyonla mücadele süreci, finansman maliyetlerinin yüksekliği ve inşaat/gayrimenkul sektöründeki yavaşlama yakından yönetilmesi gereken riskler olarak öne çıkıyor.

Ancak bu riskler, doğru stratejilerle fırsatlara da dönüştürülebilir. Türkiye’nin stratejik konumu, güçlü imalat altyapısı ve sanayimizin esnek üretim kabiliyeti, küresel pazarlardaki dalgalanmalara karşı bize önemli bir hareket alanı sunuyor. Bu süreçte ayakta kalacak ve öne geçecek olanlar; maliyet yapısını doğru yöneten, kaliteli üretkenlikten ödün vermeyen ve pazardaki değişime hızlı adapte olabilen şirketler olacaktır.

Bu tablo doğrultusunda mikro ve makro hedeflerimizi net bir şekilde belirledik. Mikro hedeflerimizin merkezinde operasyonel verimlilik ve kalite kontrolü yer alıyor. Tesislerimizde otomasyon ve dijitalleşme yatırımlarımıza devam ederek birim üretim maliyetlerimizi düşürmeyi, fire oranlarını en aza indirmeyi ve süreçlerimizi mükemmelleştirmeyi hedefliyoruz. Tasarım ve katma değeri yüksek ürün gruplarımızın payını artırarak pazar gücümüzü korumayı amaçlıyoruz. Makro hedeflerimiz ise finansal bünyemizi güçlü tutarak dengeli büyümeyi sürdürmektir. Mevcut ihracat pazarlarımızda derinleşmeyi, yeni müşteri kanalları açarak pazardaki payımızı korumayı ve artırmayı hedefliyoruz. Enerji, sanayi, gayrimenkul ve turizm gibi farklı alanlardaki portföy yapımız sayesinde riskleri dengeliyor; 2026 yılını ihtiyatlı, verimlilik odaklı ve geleceğe hazırlık yılı olarak değerlendiriyoruz.

Fuarlar, seramik ve yapı malzemeleri sektöründe yalnızca yeni ürünlerin sergilendiği birer teşhir alanı değil; trendlerin belirlendiği, küresel rekabetin şekillendiği ve markaların vizyonunu sahaya yansıttığı en önemli stratejik platformlardır. Dijitalleşen dünyada bile sektörümüz açısından yüz yüze iletişimin, ürüne dokunmanın ve güvene dayalı iş ilişkileri kurmanın yerini başka bir araç tutamıyor.

Öncülük etmekten ve gelişimine katkı sağlamaktan gurur duyduğum UNICERA İstanbul, bugün sadece Türkiye’nin değil, küresel seramik sektörünün en önemli buluşma noktalarından biri haline geldi. UNICERA İstanbul’u kurarken ve büyütürken temel amacımız; Türk seramik ve vitrifiye sektörünün imalat gücünü, tasarım kalitesini ve teknolojik yetkinliğini tüm dünyaya tek bir çatı altında gösterebilmekti. Bugün fuarın geldiği nokta, Türk markalarının dünyadaki konumunu pekiştiren ve sektörümüzün ihracat kaslarını güçlendiren devasa bir platforma dönüştüğünü gösteriyor.

Türkiye’nin seramikte dünyaya söyleyecek hâlâ çok sözü var. UNICERA İstanbul Fuarı da kuşkusuz buna aracılık eden en önemli platformlardan biri. Hangi şartlar altında olursak olalım, üretici firmalar olarak bu fuarın sürdürülebilirliği ve gelişimi için katkı sağlamalıyız.

Yurt içi fuarlar, iç pazardaki bayi ağımızla bağlarımızı tazelemek, sahanın beklentilerini doğrudan dinlemek ve yerel dinamiklere yön vermek açısından büyük önem taşıyor. Yurt dışı fuarlar ise (Cersaie, Coverings gibi) uluslararası pazarlarda markalarımızın bayrağını dalgalandırdığımız, küresel rakiplerimizle aynı vitrinde yer aldığımız ve yeni ihracat kanalları açtığımız kritik sahalar.

Polat olarak hem Ege Seramik hem de Ege Vitrifiye markalarımızla fuarlara katılımı bir gelenek değil, stratejik bir yatırım olarak görüyoruz. Tasarım, teknoloji ve kalite odaklı yeni koleksiyonlarımızı bu platformlarda dünya vitrinine çıkarmaya; sektörümüzün ve ülkemizin gücünü uluslararası pazarlarda temsil etmeye kararlılıkla devam edeceğiz.

Bizim için inovasyon, geçici bir moda ya da dönemsel bir proje değil; Polat’ın kurulduğu günden bu yana üretimin ve iş yapış kültürümüzün merkezinde yer alan sürekli bir geliştirme anlayışıdır. Seramik ve vitrifiye sektöründe yarım asra yaklaşan sanayi tecrübemizi, bugün yeni nesil üretim teknolojileri ve müşteri odaklı çözümlerle geleceğe taşıyoruz. Yakın dönemde odağımızda; ürünün estetiğini, fonksiyonelliğini ve üretim verimliliğini aynı potada eriten inovatif çözümler yer alıyor. Seramik tarafında “Premium Surface” yüzey teknolojilerimizi daha geniş ürün gruplarına yayarak, doğal taş ve mermer dokularını yüzeyde yalnızca görsel olarak değil, dokunsal olarak da birebir hissettiren yeni koleksiyonlarımızı pazara sunuyoruz.

“Ege çatısı altında bütünsel bir banyo deneyimi sunacağımız yeni bir dönemi başlatıyoruz.”

Gündemimizde yer alan önemli projelerden bir tanesi de Ege Seramik ve Ege Vitrifiye markalarımızın seramik ve karo üretimindeki 50 yılı aşkın tecrübesini banyo dolapları, gömme rezervuarlar ve armatürler gibi tamamlayıcı ürün grupları ile birleştirerek “bütünsel banyo deneyimi” sunmak. “Su, Ege ile yeni formunu buluyor” mottosuyla hayata geçen bu konsept, banyoda estetik ve işlevselliği Ege çatısı altında buluşturmayı hedefliyor ve ekiplerimizin bir kısmı tamamen bu projeye odaklanmış durumda. Polat’ın sürekli geliştirme anlayışı çerçevesinde bu projenin de birkaç yıl içerisinde sağlam bir zeminde yükselişe geçeceğine inancım tam. Bununla beraber, ürünlerimizin uygulamasında kullanılan tamamlayıcı malzeme gruplarını da satış kanalımıza dahil ederek, Ege güvenceli yüksek performanslı ürünler sunabilmelerini hedefliyoruz.

Vitrifiye tarafında ise yenilikçiliğimizi hijyen, kullanım kolaylığı ve kaynak verimliliği üzerine kurguluyoruz. Kanalsız (rimless) yıkama teknolojimizi gelişmiş hijyenik yüzey kaplamalarıyla birleştirerek, minimum su kullanımıyla maksimum hijyen sağlayan yeni nesil banyo çözümlerimizi ürün gamımıza entegre ediyoruz. Üretim hatlarımızda ise dikey yüksek basınçlı döküm ve robotik sistemlerle ürün standartlarını kusursuzlaştırırken, enerji ve ham madde kullanımında optimizasyon sağlayan dijital otomasyon altyapımızı sürekli geliştiriyoruz. Özetle, sektöre sunduğumuz her yeni inovasyonda temel amacımız; müşterilerimizin ve mimarlarımızın hayatını kolaylaştıran, yaşam alanlarına değer katan, kaliteli ve sürdürülebilir ürünler geliştirmek. Ailevi sanayi geleneğimizden aldığımız ilhamla, teknoloji ve tasarımı buluşturan yenilikçi adımlar atmaya önümüzdeki dönemde de devam edeceğiz.

“BÜTÜNSEL BANYO DENEYİMİ SUNACAĞIMIZ YENİ BİR DÖNEMİ BAŞLATIYORUZ.”

2-6 Kasım, İstanbul Expo Center - Yeşilköy
UNICERA İSTANBUL
4-A04



Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı

Aret Polat

"1960'LI YILLARDAN BUGÜNE UZANAN GÜÇLÜ BİR ÜRETİM KÜLTÜRÜMÜZ VAR."

1970 İstanbul doğumluyum. İktisat Fakültesi mezunuyum. Eğitim hayatımı tamamladıktan sonra 1990'ların başından itibaren aile şirketimizde farklı görevlerde çalışarak deneyim kazandım. Muhasebe, satın alma ve finans gibi alanlarda görev aldıktan sonra 2004 yılı itibarıyla satış ve pazarlama tarafına geçtim. Profesyonel satış ve pazarlama ekibimizin kurulmasında görev aldım; mimarlarımızdan satış ve pazarlama profesyonellerimize kadar bugünkü organizasyonun oluşumunda aktif rol üstlendim.

Yaklaşık 20 yıldır da Beylikdüzü'ndeki ofisimizde satış ve pazarlama faaliyetlerinin yönetiminden sorumluyum. İşin mutfağından gelmenin büyük bir avantaj sağladığını düşünüyorum. Süreçlere hâkim olduğum için bir hata varsa onu daha hızlı fark edebiliyorum.

"Amatör atölyecilik ruhumuzu kaybetmemeye çalışıyoruz."

Şirketimiz büyüyerek profesyonelleşirken bir yandan da amatör atölyecilik ruhumuzu kaybetmemeye çalışıyoruz. Birinci jenerasyondan, babalarımızdan öğrendiğimiz anlayış da bu, patronluk yapmak yerine ekibin bir parçası olduğumuzu çalışanlarımıza hissettirmeye çalışıyoruz. Bunun hem motivasyonu hem de şirkete bağlılığı güçlendirdiğine inanıyorum.

Üretim tarafındaki tecrübemiz 1960'lı yıllara dayanıyor. Birinci jenerasyon kurucularımız olan amcam Gülbenk Polat ve babam Doğan Polat tornacılıktan yetişme isimler. 1962 yılında kurdukları Polatlar Otomat Sanayi A.Ş. ile pirinç, alüminyum ve karbon çelikten Türkiye'nin önde gelen büyük firmalarına yan sanayi olarak parça üretimi yapmaya başlamışlardı. Daha sonra, 1978 yılında kendi vanamızı üretme düşüncesiyle ilk preshanemizi kurduk ve Gül Pres Döküm Sanayi A.Ş.'yi hayata geçirdik. O günden bu yana GPD markası altında üretimimizi sürdürüyoruz. İlk yıllarda daha küçük ölçekli bir preshanede vana üretiyorduk. Şiber vanayla başlayan serüvenimiz; küresel vanalar, çek valfler ve gaz vanalarıyla genişledi.

1993 yılı sonunda taşındığımız fabrikada döküm ocağımızı ve işleme tezgâhlarımızı kurarak hem kapasitemizi büyüttük hem de armatür üretimine geçtik. O yıllarda Türkiye'de kartuşlu, "aç-kapa" diye tabir edilen sistemleri üreten yalnızca iki büyük firma vardı. 1994 yılının başlarında bu alana girdiğimizde Türkiye'de kartuşlu sistem armatür üreten üçüncü marka olduk.

Sonrasında bu modellerimizi geliştirdik, farklı tasarımlar ürettik, pazarın taleplerini yakından izledik. Değişen trendleri takip ederek yeni ürünler geliştirdik ve ilerleyen dönemde termostatik ve sensörlü çalışan akıllı armatürleri de üretim gamımıza ekledik. Yani yaklaşık 35 yıldır armatür üretiminin içindeyiz. Vana üretimimiz de hâlâ devam ediyor ayrıca farklı firmalara fason olarak özel ürünlerin imalatını da yapıyoruz. Türkiye genelinde birçok şehirdeki su idarelerine ve su şebekesi projelerine yönelik ürünler üretiyoruz.

"Bugün üretim ve ürün geliştirme süreçlerimizin büyük bölümünü kendi bünyemizde yürütüyoruz."

Bugün yaklaşık 8.000-8.500 m^2 kapalı alanda üretim ve depolama faaliyetlerimizi sürdürüyoruz. Fabrikamız geçmişte Rami, Topçular'daydı; zaman içinde büyüyerek üretimimizi Beylikdüzü Bakırcılar Sanayi Sitesi'ndeki tesisimize taşıdık. Yıllık yaklaşık 600-700 ton pirinç işliyoruz. Gerek vana gerek armatür tarafında ana işimiz pirinç üzerine; üretimimizi pres baskı ve döküm yöntemleriyle gerçekleştiriyoruz.

Zamak veya plastik bazı parçaları tedarikçilerden alıyoruz ancak özellikle armatür gövdelerimizin tasarımını Ür-Ge departmanımızda geliştirerek üretimini kendi bünyemizde yapıyoruz. Bir ürün üretime geçmeden önce teknik açıdan ve pazar talepleri açısından farklı toplantı ve değerlendirme aşamalarından geçiyor. Gerekirse tasarım üzerinde değişiklikler yapılıyor; nihai karar verildikten sonra kalıplar hazırlanıyor ve üretime geçiliyor. Kumanda kollarını dışarıdaki tedarikçilerde ürettirdiğimiz durumlar da oluyor ancak onların çizimlerini de yine biz yapıyoruz. Yani dışarıda üretilen parçalar olsa bile tasarım bize ait oluyor; daha sonra burada montajını gerçekleştirerek ürünü tamamlıyoruz.

Ar-Ge ve Ür-Ge tarafında zaman zaman dışarıdan danışmanlık aldığımız oluyor ama çalışmalarımızın yaklaşık %90'ını burada, kendi ürün geliştirme departmanımızda gerçekleştiriyoruz. Mühendislerimizden teknik çizim ekibimize kadar bu konuda ciddi bir kadromuz var.

Bunun güzel örneklerinden biri birkaç yıl önce geliştirdiğimiz Wiser-Q isimli akıllı armatür ürünümüz. Hâlihazırda üretimine ve satışına devam ettiğimiz bir ürün. Çok yüksek adetlerde satan bir ürün değil belki ama bizim için marka değeri ve marka bilinirliği açısından önemli. Elinizi uzattığınızda otomatik olarak köpüklü sabun veriyor, tekrar uzattığınızda su akışını sağlıyor. Üstelik bunu aynı gövde üzerinden farklı kullanım senaryolarına göre programlayabiliyorsunuz.

Bu ürünü geliştirirken İTÜ'den destek aldık, aynı zamanda teşviklerden de faydalandık. Ürünün özel bir yazılımı var. Yazılım üzerinden ne kadar sabun verileceği, ne kadar su akacağı veya kullanıcının el hareketine göre hangi fonksiyonun devreye gireceği ayarlanabiliyor.

"ÜRÜN GELİŞTİRME ÇALIŞMALARIMIZIN YAKLAŞIK %90'INI KENDİ BÜNYEMİZDE GERÇEKLEŞTİRİYORUZ."



“KALİTELİ ÜRETİMİN TEMELİNDE DOĞRU HAM MADDE VAR.”

Dolayısıyla burada yalnızca mekanik bir ürün değil, yazılım ve teknolojinin de işin içine girdiği bir sistem geliştirdik. Ürünün kendi sabun haznesi bulunuyor ve montajı klasik bir armatüre göre biraz daha detaylı. Bu nedenle kullanıcı ve uygulayıcıların daha rahat anlayabilmesi için montaj sürecini anlatan üç boyutlu animasyon videosu da hazırladık. Yaklaşık dört yıldır satışını gerçekleştiriyoruz.

Bunun yanında fotoselli armatür grubunda da farklı tasarımlarımız var. El hareketini algılayarak su akışını başlatan bu ürünler özellikle su tasarrufunun önemli olduğu devlet kurumları, okullar, oteller ve yoğun kullanıma açık alanlarda tercih ediliyor. Bu alanda ciddi bir pazar payımız ve önemli proje satışlarımız bulunuyor.

Kalite konusunda taviz vermiyoruz. Kendi üretim hurdalarımızı yeniden eritip ürün hammaddesi olarak kullanmıyor; bunları ham madde tedarikçisine geri veriyor ve üretimde MS-61 olarak ifade ettiğimiz külçeyi tercih ediyoruz. Bu malzemede yaklaşık %61 bakır bulunuyor.

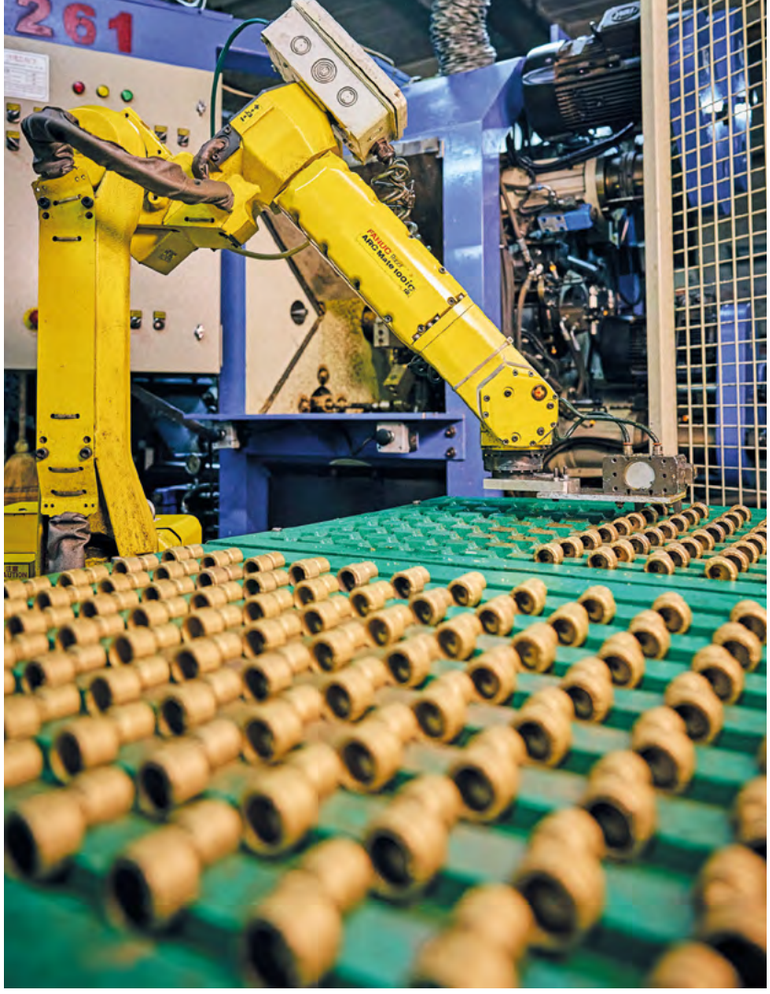
Ürünlerimizde kurşun oranını %1,3 seviyesinde, maksimum %1,5 sınırında tutmaya çalışıyor ve üretimimizi Avrupa normlarına uygun şekilde gerçekleştiriyoruz.

Pazardaki en önemli sorunlardan biri, ürünün kalitesinin dışarıdan bakıldığında her zaman anlaşılmaması. Piyasadaki bazı farklı marka ürünleri kendi bünyemizde Spectro testine tabi tuttuğumuzda, %8-9 seviyesinde kurşun tespit ettiğimiz oldu. Bu nedenle özellikle suyla temas eden ürünlerde malzeme içeriğinin daha sıkı denetlenmesi gerektiğini düşünüyorum. Tüketicinin yalnızca fiyata veya tasarıma değil; ürünün hammaddesine, su tasarrufu özelliklerine, dayanıklılığına ve satış sonrası desteğine de bakması gerekiyor.

Sektörden aldığımız verilere göre, Türkiye’de armatür alanında 400’e yakın marka bulunuyor. Ancak Türkiye’nin önde gelen markalarını da dahil ettiğimizde, tüm üretim süreçlerini kendi fabrikasında yürüten yalnızca 7-8 firma mevcut. Pazarda bunun dışında çok farklı yapılar var. Bazı firmalar parçaları yurt dışından getirip burada montajını yapıyor, bazıları ise bitmiş ürünü doğrudan ithal ederek satışa sunuyor. Biz ise üreticiyiz; ürünün geliştirilmesinden üretimine kadar proseslerin büyük bölümünü burada gerçekleştiriyoruz. Bunun doğal olarak ciddi bir maliyet yükü var. Üretici olarak bu yükü taşırken devlet desteğinin de çok önemli olduğunu düşünüyorum. Çünkü maliyetlerimiz her geçen gün artıyor, buna karşılık kârlılıklarımız giderek düşüyor. Yani ciro büyüyor ama o cironun içinden kalan pay maalesef giderek küçülüyor.

“Bir markanın gerçek kalitesinin ürünü satarken değil, yıllar sonra bir problem çıktığında bile verdiği hizmet ile ortaya çıktığına inanıyorum.”

Pirinç gövdelerimizde 12 yıl garanti sunuyoruz. Bunun ötesinde ürün garanti süresini tamamlamış olsa bile, yıllar sonra ihtiyaç duyulduğunda yedek parça ve teknik servis verebilecek bir yapı kurmaya önem veriyoruz. Türkiye genelinde 100’ü aşkın yetkili servisimiz bulunuyor. Servislerden gelen verileri düzenli takip ediyoruz; üretim kaynaklı arıza oranımız binde 7-8 seviyelerinde ölçülüyor.





Satış sonrası hizmetler konusunda ISO 10002 belgesini 2010 yılında sektörümüzde ilk alan firma biz olduk. Ayrıca üretim hatasından kaynaklanan ve tüketicinin evinde hasar oluşturan durumlarda, gerekli teknik tespitlerin ardından devreye giren bir sigorta sistemimiz var. Bu uygulamayı yıllardır sürdürüyoruz. Bir markanın gerçek kalitesinin ürünü satarken değil, yıllar sonra bir problem çıktığında bile verdiği hizmet ile ortaya çıktığına inanıyorum.

"Satış organizasyonumuzu bayi, ihracat ve yapı market olmak üzere üç ana kanalda yönetiyoruz."

Nihai tüketiciye çoğunlukla bayilerimiz, yapı marketler ve proje kanalları üzerinden ulaşıyoruz. Fiyat politikası ve satış stratejilerini bu kanalların dinamiklerine göre ayrı ayrı yönetiyoruz.

Proje kanalında doğrudan satış yapmaktan ziyade bayi sistemini koruyoruz. Konut, okul, hastane, kamu kurumu veya farklı ölçeklerdeki projelerde talepler bize ulaşsa bile işi bölgedeki bayimiz üzerinden ilerletiyoruz. Türkiye'nin hemen her bölgesinde uzun yıllardır çalıştığımız bayilerimiz ve saha satış ekibimiz bulunuyor. Bu yapı hem yerel ilişkiyi güçlendiriyor hem de ticaretin sürdürülebilir olmasını sağlıyor.

"İhracatta yeni ülkelere girmenin en etkili yollarından biri fuarlar."

İhracatta ağırlıklı olarak Orta Doğu, Körfez ülkeleri, Kuzey ve Orta Afrika ile Balkanlar'da faaliyet gösteriyoruz. Yunanistan, Sırbistan, Kosova ve Makedonya gibi pazarlarda satışlarımız bulunuyor. Bunun yanında Avrupa'dan Latin Amerika'ya kadar farklı pazarlarda fırsatları takip ediyoruz. Marka bilinirliğimizin daha sınırlı olduğu ülkelerde ürünümüzü anlatmak, müşteriyle yüz yüze ilişki kurmak ve bayi oluşturmak büyük önem taşıyor.

Bu noktada fuarların bütün sektörlerde, özellikle de üreticiler açısından çok büyük önemi olduğunu düşünüyorum. O ülkenin güçlü fuarlarına katılıp ürünlerinizi sergilemeniz, anlatmanız ve insanlarla yüz yüze temas kurmanız gerekiyor. Biz de hedeflediğimiz pazarlara göre yıllardır farklı uluslararası fuarlara katılıyoruz. Frankfurt, Paris, Fas, Senegal, Moskova, Dubai ve İtalya'daki fuarlar bunlardan bazıları.

UNICERA İstanbul'a gelirsek, Türkiye'de bizim sektörümüz açısından çok önemli bir fuar. 2004 yılından bu yana katılım sağlıyoruz. Marka olarak sektörde bilinirliğimiz yüksek ve müşterilerimizle çok eskiye dayanan, dostane ilişkilerimiz var. Fuar döneminde Türkiye'nin farklı şehirlerinden bayilerimiz geliyor; mutlaka bizi ziyaret ediyorlar. Orada yalnızca ürün konuşmuyoruz; birbirimizi ağırlıyor, sektörün durumunu değerlendiriyor, uzun zamandır yüz yüze gelemediğimiz müşterilerimizle yeniden bir araya geliyoruz. Bugün hâlâ çalıştığımız birçok yabancı müşterimizle ilk temasımızı UNICERA İstanbul'da kurduk.

"UNICERA İSTANBUL BİZİM İÇİN YALNIZCA BİR FUAR DEĞİL, ÖNEMLİ BİR BULUŞMA NOKTASI."



“ASIL ENDİŞE, BELİRSİZLİĞİN 2027 VE 2028’E KADAR UZAYIP UZAMAYACAĞINI ÖNGÖREMEMEK.”

“UNICERA İstanbul’u diğer yapı fuarlarından ayıran şey, doğrudan bizim sektörümüze hitap etmesi.”
UNICERA İstanbul’un en önemli özelliklerinden biri ihtisas fuarı olması. Banyo ve mutfak sektörüne odaklanıyor; seramik, vitrifiye, aksesuar, batarya ve banyo mobilyası gibi doğrudan bizim işimizin içinde olan ürün gruplarını bir araya getiriyor. Genel bir yapı fuarına gittiğinizde çatıdan pencereye, kapıdan tuğlaya ve izolasyon malzemesine kadar çok geniş bir ürün yelpazesiyle karşılaşıyorsunuz. UNICERA İstanbul ise doğrudan bizim hedef kitlemize hitap ettiği için bizim açımızdan çok daha etkili.

Uluslararası ziyaretçi tarafının daha da geliştirilmesinin fuara ve sektöre ciddi katkı sağlayacağını düşünüyorum. UNICERA İstanbul’un yurt dışı tanıtımı da daha geniş ölçekte yapılır ve farklı iletişim araçları daha yoğun kullanılırsa, hem yabancı ziyaretçi sayısının hem de fuarın uluslararası etkisinin daha da artacağına inanıyorum.

Son yıllarda küresel krizler, savaşlar sebebiyle emtia ve enerji fiyatlarındaki artış üretim ekonomisini ciddi biçimde etkiledi. Özellikle bakır bizim ana hammaddelerimizden biri ve fiyatındaki yükseliş doğrudan maliyetlerimize yansıyor. Elektrikli araçlar, yeni teknoloji yatırımları ve farklı endüstriyel kullanım alanları bakıra olan talebi artırırken arz tarafındaki sıkıntılar da fiyat baskısını güçlendiriyor.

Türkiye’de üretici açısından bir diğer sorun, TL bazında maliyetlerin hızla artmasına karşılık döviz kurunun aynı hızda hareket etmemesi. İhracatta Avrupa’daki güçlü markaların fiyat seviyelerine yaklaşmaya başladığınızda rekabet etmek zorlaşıyor. 2026’nın 2025’ten, 2025’in de 2024’ten daha iyi olmadığını düşünüyorum. Asıl endişe, bu belirsizliğin 2027 ve 2028’e kadar uzayıp uzamayacağını öngörememek.

“Kentsel dönüşüm ve deprem bölgelerindeki yeniden yapılanma sektöre önemli bir hareket alanı sağlıyor.”
Son dönemde konut tarafında arz-talep dengesizliği nedeniyle bir yavaşlama görüyoruz. Buna karşın kentsel dönüşüm ve deprem bölgelerinde yeni konutların yapılması inşaat sektörüne ve dolayısıyla bizim ürün gruplarımıza önemli bir hareket alanı sağlıyor.

Türkiye’nin genç ve büyüyen nüfusu nedeniyle orta ve uzun vadede konut ihtiyacının devam edeceğine inanıyorum. Bugün tamamlanmış olmasına rağmen satılmayı bekleyen çok sayıda konut var.



“ÜÇÜNCÜ JENERASYONA KİŞİLERE DEĞİL, SİSTEMLERE BAĞLI ÇALIŞAN BİR ŞİRKET BIRAKMAK İSTİYORUZ.”

Arz ve talep yeniden dengelendiğinde müteahhitlerin yeni projelere dönmesiyle sektörün tekrar canlanacağını düşünüyorum.

1960’lı yıllardan bugüne gelen üretim tecrübemizi geliştirerek ürün gamımızı, tesislerimizi ve kapasitemizi büyüttük. Bugün GPD; vana, armatür ve musluk gruplarında pazarda söz sahibi bir marka. Bu ölçeği sürdürülebilir biçimde yönetebilmek için profesyonel ekiplerle ve doğru sistemlerle çalışmak gerektiğine inanıyorum.

Son üç yıldır üçüncü jenerasyon da şirket içinde üretim ile satış-pazarlama alanlarında görev almaya başladı. Bizim için en önemli konu, onlara şahsa bağlı bir yapı bırakmamak. Kişi değişse bile kendi kontrol mekanizmalarıyla çalışabilen, kurumsal ve formal süreçlere dayalı bir şirket yapısı oluşturmaya çalışıyoruz. Gençlerin bu yapının üzerine yeni tuğlalar koyarak GPD’yi daha ileriye taşımasını istiyoruz.

Birinci jenerasyondan aldığımız amatör atölyecilik ruhunu kaybetmeden; ekibin bir parçası olduğumuzu hissettiren, insanları motive eden ama aynı zamanda daha profesyonel ve kurumsal bir yönetim anlayışıyla ilerlemek bizim için önemli.

“TİMDER’in sektörün ortak sorunlarında daha güçlü bir birliktelik yaratmasını önemsiyorum.”

GPD olarak uzun yıllardan bu yana TİMDER üyesiyiz. TİMDER’in sektörü geliştirmeye yönelik eğitim ve seminerlerini, sektörel organizasyonlarını çok değerli buluyorum. Türkiye Seramik Federasyonu ile birlikte yürütülen fuar organizasyonunun da sektöre ciddi katkı sağladığını düşünüyorum.

Bunun yanında TİMDER’in yalnızca etkinlik ve eğitim tarafında değil, sektörün yaşadığı ortak sorunlarda da daha aktif bir rol üstlenmesini isterim. Gerektiğinde kamu kurumlarıyla birlikte hareket ederek üreticinin karşılaştığı sorunlara çözüm aranması gerektiğini düşünüyorum. Üretim maliyetleri, vergi yükleri, ihracat tarafındaki zorluklar ve kalitesiz ürünlerle aynı pazarda rekabet etmek zorunda kalmamız tek tek firmaların çözebileceği konular değil. Üreticinin bugün ciddi bir yükü var ve devlet tarafından daha fazla desteklenmesi gerektiğine inanıyorum. Bugün herkes kendi üretimini, satış politikasını ve fiyat politikasını belirleyerek hareket ediyor. Maalesef sektör olarak güçlü bir birliktelik oluşturabilmiş değiliz. Ama en azından sektörün kalitesini düşüren, insan sağlığı açısından risk taşıyan ürünler konusunda ortak hareket edebilmeliyiz. Türkiye’deki tüketicinin de sağlığına zarar vermeyecek, kaliteli ve güvenilir ürün kullanmaya hakkı var. Biz üreticiler zaten bu standartlarda ürün üretmeye çalışıyoruz. Ancak kaliteli üretimin doğal olarak bir maliyeti var ve düşük kaliteli ürünlerle aynı pazarda rekabet ettiğinizde satış tarafında zorlanıyorsunuz. Bu nedenle hem tüketicinin korunması hem de doğru üretim yapan firmaların desteklenmesi açısından sektör olarak daha güçlü bir ortak duruş sergilememiz gerektiğine inanıyorum.

2-6 Kasım, İstanbul Expo Center - Yeşilköy
UNICERA İSTANBUL
5-G01



PH DESIGN

Kurucu Ortağı

Pınar Uğuş

"KISA VADELİ FİYAT REKABETİ YERİNE UZUN ÖMÜRLÜ ÇÖZÜMLERE ODAKLANMALIYIZ."

1977 yılında Tekirdağ'da doğdum. Hacettepe Üniversitesi Fen Fakültesi Kimya Bölümü'nde eğitim aldım. Eşim Hasan Bey'le aynı sınıftaydık. PH Design ismi de aslında üniversite yıllarından beri kullandığımız, hem mesleğimizi ve kimyayı hem de isimlerimizi ifade eden bize özel bir logoydu. Yıllar sonra şirketimizi kurarken bizim için bu kadar anlam taşıyan bir ismi markamıza vermek istedik.

Mezuniyetimin ardından doğrudan kendi mesleğimi yapma fırsatım olmadı. Global bir sigorta şirketinin satış biriminde başladığım kariyerim bilgi teknolojileriyle, ardından da vitrifiye sektörüyle devam etti. Sektöre ilişkin vizyonumun özellikle çalıştığım Alman vitrifiye firmasında şekillendiğini söyleyebilirim. Bugün sektöre yön veren çok değerli yöneticilerle birlikte çalışma fırsatı buldum.

İngilizce kursunda tanıştığım bir arkadaşım o dönem Swarovski'de yöneticiydi. Her bir araya geldiğimizde Etiler'deki showroomda gördüğüm ışıl ışıl kristalleri seramiklerin arasında, banyolarda hayal ederdim. Önce küçük, amatör denemelerle ve neredeyse bir hobi gibi başladı. Çok keyif alıyordum; seramiklerin üzerinde gerçekten çok güzel dekorlar ortaya çıkıyordu.

Bu serüven bir süre sonra beni çalıştığım vitrifiye firmasından ayrılmaya ve kendi işimi kurmaya kadar götürdü. Aslında ben profesyonel hayatta kalmayı isteyen taraftım; eşim ise ticarete daha yatkındı. Ama kararımı destekledi, o da çalıştığı firmadan ayrıldı ve 6 Mart 2006'da PH Desing'i birlikte kurduk.

"İlk üretim yolculuğumuz paslanmaz çelik mozaikle başladı."
Yaptığımız araştırmalar, paslanmaz çelik mozaiğin dünya pazarında yükselen bir trend olduğunu gösteriyordu. Türkiye'de ise bu alanda ciddi anlamda üretime yönelmiş bir firma bulunmadığını gördük. İlk üretim yolculuğumuz böylece paslanmaz çelik mozaikle başladı.

Dünyada ıslak mekânları paslanmaz çelik ürünlerle tanıştıran öncü firmalar arasında yer aldık. Paslanmaz çelik mozaik ve seramikleri Swarovski'nin Bath & Wellness kristalleriyle birleştiren dünyadaki ilk firma olduk. Yenilikçi ürün yaklaşımımızı aslında daha kuruluş yıllarımızda ortaya koymuştuk.

Kuruluşumuzun henüz ilk yıllarında TİMDER'in desteğiyle İtalya'daki Cersaie Fuarı'na çok iyi bir salonda katılma fırsatı yakaladık. Ürünlerimiz fuarda büyük ilgi gördü ve dünya çapındaki önemli markalar tarafından kısa sürede tanınmaya başladık. Burada çok değerli iş birliklerinin de temellerini attık. Cersaie, PH Desing'in uluslararası pazarlara açılmasındaki önemli dönüm noktalarından biri oldu.

"Bugün 40 binin üzerinde ürün çeşidiyle üretime devam ediyoruz."
Paslanmaz çelik mozaikle başlayan ürün yolculuğumuz daha sonra teknik ve dekoratif profillerle devam etti. Bu ürün grubunu Türkiye'de ilk üreten firmalardan biri olduk ve zaman içerisinde dünyanın sayılı markaları arasına girdik.

Islak mekânların ve özellikle duş alanlarının değişmesiyle birlikte ürün gamımıza paslanmaz çelik duş kanalları ve yer süzgeçlerini ekledik. Bu alanda da Türkiye'nin öncü üreticileri arasında yer alma ve dünyanın önemli markalarıyla rekabet etme imkânı yakaladık. Ardından paslanmaz çelik, sonsuz uzunlukta eklenebilen balkon ve teras drenaj sistemlerini geliştirdik.

Bugün üretimimiz; paslanmaz çelik mozaikler, teknik ve dekoratif profiller, duş kanalları, yer süzgeçleri ve eklenebilir balkon-teras drenaj sistemleriyle birlikte 40 binin üzerinde ürün çeşidine ulaşmış durumda. PH Desing'in en önemli güçlerinden birinin, farklı ihtiyaçlara hızlı cevap verebilen üretim kıvraklığı olduğuna inanıyorum.

"Ar-Ge ve Ür-Ge kuruluşumuzdan bu yana farklılaşmamızın temel taşlarından biri."
Ar-Ge ve Ür-Ge, PH Desing'in kuruluşundan bu yana büyümesinin ve farklılaşmasının temel taşlarından biri. Yalnızca mevcut ürünleri üretmekle yetinmedik. Sektörün ihtiyaçlarını, mimari eğilimleri ve uygulamada yaşanan sorunları takip ederek özgün çözümler geliştirmeye çalıştık. Kimya eğitiminin bize kazandırdığı araştırmacı yaklaşımı; malzeme bilgimiz, tasarım ve üretim tecrübemizle birleştirdik. Geliştirdiğimiz yenilikçi ürünleri de patentlerle koruma altına alıyoruz. Bizim için patent yalnızca bir fikri korumak anlamına gelmiyor; araştırmanın, emeğin ve üretim bilgisinin özgün ve katma değerli bir ürüne dönüştüğünü gösteriyor.

Bugün İstanbul Ataşehir Ferhatpaşa'da bulunan 5.000 m^2 kapalı alana sahip üretim tesisimizde 45 kişilik ekibimizle çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Ürünlerimizi 40 farklı ülkeye ulaştırıyoruz. Yurt dışındaki büyük inşaat projelerinde doğrudan ve aktif biçimde yer almak her zaman mümkün olmadığı için uluslararası pazarlarda ağırlıklı olarak distribütörlük modeliyle ilerliyoruz. Distribütör seçiminde satış gücü kadar sektörel bilgiye, teknik yeterliliğe ve markamızı doğru temsil edebilme kabiliyetine de dikkat ediyoruz.

Türkiye'de ise sektörün köklü ve güvenilir bayileriyle uzun yıllara dayanan iş ortaklıklarımız bulunuyor. Bu bayilerin hem perakende hem de proje kanalında güçlü olması bizim için önemli bir avantaj sağlıyor. Paslanmaz çelik profil ve drenaj sistemleri aslında yapı projelerinin tamamlayıcı ama teknik açıdan oldukça önemli ürün grupları. Tek başına bir ürün satmaktan çok, projenin diğer yapı malzemeleriyle uyumlu bir çözüm sunabilmek gerekiyor. Bayilerimizin seramik, vitrifiye ve farklı yapı malzemelerini de bünyelerinde bulundurması sayesinde müşteriye yalnızca tek bir ürün değil, kalite seviyesi birbirine uyumlu ve projeyi bütünleyen çözümler sunabiliyoruz. Bu yapı hem son kullanıcının hem de profesyonel proje tarafının işini kolaylaştırıyor.

Yeni bayiliklerde ise biraz daha seçici davranıyoruz. Markamızın değerlerinin, ürünlerimizin teknik özelliklerinin ve kullanım alanlarının doğru anlatılması bizim için çok önemli.

“UNICERA İSTANBUL’UN SEKTÖRÜMÜZ İÇİN ÖNEMLİ BİR PLATFORM OLDUĞUNU DÜŞÜNÜYORUZ.”

Bayilerimizi yalnızca sipariş alan bir satış noktası olarak görmüyoruz; aslında tüketicinin ve proje müşterisinin PH Desing ile temas ettiği en önemli noktalardan biri olarak değerlendiriyoruz. Bu nedenle karşılıklı güven, ürün bilgisi, doğru yönlendirme ve uzun vadeli iş birliği bayi ilişkilerimizin temelini oluşturuyor.

“Doğru ürün kadar doğru uygulama da sonucun kalitesini belirliyor.”
Özellikle drenaj sistemlerinde ürünün kaliteli olması tek başına yeterli değil. Doğru ürünün doğru projede seçilmesi, uygulamanın ve montajın da doğru yapılması gerekiyor. Aksi halde çok iyi bir ürün dahi beklenen performansı veremeyebilir. Bu nedenle inşaat firmalarının projelerine teknik destek sağlıyor, ihtiyaç duyulduğunda ürün seçimi ve uygulama konusunda sürecin içerisinde aktif olarak yer alıyoruz.

Mimarlık ofisleri de çok değer verdiğimiz paydaşlarımız arasında yer alıyor. Çünkü doğru ürünün daha projenin tasarım aşamasında belirlenmesinin, sonraki bütün süreçleri olumlu etkilediğine inanıyoruz. Dönem dönem özel tanıtım ve bilgilendirme organizasyonları gerçekleştiriyor, ürünlerimizi ve yeni geliştirdiğimiz çözümleri doğrudan anlatma fırsatı buluyoruz. Böylece mimarın tasarım diliyle ürünün teknik gerekliliklerini mümkün olduğunca erken aşamada buluşturabiliyoruz.

“Banyolar artık yalnızca işlevsel mekânlar değil, kişisel dinlenme alanlarına dönüşüyor.”
Banyo tasarımında son yıllarda önemli bir dönüşüm yaşanıyor. Paslanmaz çelik dekoratif profillerin yaygınlaşmasıyla geleneksel seramik bordürlerden; hemzemin duş kanallarıyla birlikte de klasik duş teknelerinden giderek uzaklaşıldı. Kesintisiz yüzeyler, sade detaylar, kullanım kolaylığı ve mimari bütünlük çok daha fazla önem kazandı.

İnsanların gün içerisinde rahatladıkları, kendileriyle baş başa kaldıkları ve düşüncelerinden arındıkları en özel alanlardan birinin duş alanı olduğunu düşünüyorum. Gelecekte banyoların yalnızca işlevsel değil, kişisel dinlenme ve yenilenme alanları olarak tasarlanacağına inanıyorum. Duş kanalının bütünsel bir duş sistemiyle birleştiği; estetik, konfor ve teknolojiyi bir araya getirerek evde spa deneyimi yaşatan çözümler daha fazla öne çıkacaktır.

“Teknolojiyi yalnızca ürünlerde değil, iş yapış biçimimizde de kullanıyoruz.”
Teknolojiye ve dijitalleşmeye şirket olarak büyük önem veriyoruz. Çalışanlarımızın bu alandaki eğitimlerini destekliyor, üretim ve satış birimlerimizde SAP kullanarak süreçlerimizi daha verimli, ölçülebilir ve izlenebilir hale getiriyoruz.

Güncel yapay zekâ uygulamalarını da yakından takip ediyoruz. Yapay zekânın ürün geliştirme süreçlerini hızlandıracağına, üretim verimliliğini artıracağına ve değişen müşteri ihtiyaçlarına daha hızlı cevap vermemize yardımcı olacağına inanıyoruz.

“Global markalarla yaptığımız çalışmalar klasik anlamda fason üretim değil.”
Uluslararası pazarlarda distribütörlerimiz aracılığıyla büyürken, global üretici markalarla paslanmaz çelik drenaj sistemleri alanında önemli iş birlikleri de yürütüyoruz. Bu çalışmalar klasik anlamda bir fason üretim modeli değil. Patentleri ve ürün geliştirme hakları PH Desing’e ait olan özgün ürünleri, global iş ortaklarımızın markaları altında üretiyoruz. Bunu tasarım, mühendislik ve üretim kalitemizin uluslararası ölçekte kabul gördüğünün önemli göstergelerinden biri olarak değerlendiriyoruz.

“Önümüzdeki dönemde en önemli hedef pazarlarımızdan biri Amerika.”
Yakın gelecekte büyümeyi hedeflediğimiz öncelikli pazarların başında Amerika Birleşik Devletleri geliyor. Üç yıldır KBIS Fuarı’na katılıyoruz ve bu pazara yönelik altyapı çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

Amerika’daki teknik standartların ve ölçülerin farklı olması nedeniyle ürün kalıplarımızı dahi bu pazara uygun şekilde revize ettik. Amacımız Amerika’da hızlı ve kısa vadeli bir satış başarısından ziyade, aşamalı ama güçlü ve kalıcı bir yapı kurmak.

“Türk yapı malzemeleri sektörüne duyulan güvenin her geçen gün arttığını görüyoruz.”
Türk yapı malzemeleri sektörünün güçlü üretim altyapısı, geniş ürün çeşitliliği, yenilikçi yaklaşımı ve taleplere hızlı cevap verebilme kabiliyetiyle uluslararası pazarlarda giderek daha güçlü bir konuma ulaştığını düşünüyorum.

Özellikle teknik ürünler ve mühendislik dendiğinde Almanya dünyadaki en güçlü kalite algılarından birine sahip. PH Desing olarak Alman markalarıyla gerçekleştirdiğimiz iş birliklerini de üretim kalitemizin, mühendislik gücümüzün ve patentli ürünlerimizin uluslararası ölçekte kabul görmesinin önemli bir göstergesi olarak görüyoruz. Bu iş birliklerinin artması Türk yapı malzemeleri sektörünün küresel marka değerine de katkı sağlayacaktır.

“Fuarları önemli buluşma noktaları olarak görüyoruz.”
Fuarları, markaların yalnızca ürünlerini tanıttığı organizasyonlar olarak değil; sektörün gelişimini, yeni teknolojileri, değişen mimari eğilimleri ve pazar beklentilerini yakından takip edebildiğimiz önemli buluşma noktaları olarak görüyoruz. Amerika’da KBIS, Almanya’da ISH, İtalya’da Cersaie, Dubai’de Big 5 ve Türkiye’de UNICERA İstanbul fuarlarına katılıyoruz. Özellikle ihracat yaptığımız veya büyümeyi hedeflediğimiz pazarlarda fuarlar, o ülkenin dinamiklerini yerinde görmek açısından da önemli bir fırsat sunuyor. Bugün farklı ülkelerde sahip olduğumuz bazı iş birliklerinin temelinde de fuarlarda kurduğumuz ilişkiler bulunuyor.

“UNICERA İstanbul’un sektörümüz için önemli bir platform olduğunu düşünüyoruz.”
UNICERA İstanbul Fuarı’nın bizim için ayrıca önemli bir yeri var. Bir taraftan Türkiye’de uzun yıllardır birlikte çalıştığımız bayilerimiz, mimarlık ofisleri, uygulamacılar ve sektör



paydaşlarımızla bir araya geliyoruz; diğer taraftan farklı ülkelerden gelen nitelikli ziyaretçilere ve ihracat müşterilerine ulaşma imkânı buluyoruz. Türkiye güçlü bir üretim altyapısına, geniş bir ürün çeşitliliğine ve değişen taleplere hızla cevap verebilen bir yapı malzemeleri sektörüne sahip. UNICERA İstanbul'un da bu üretim gücünü ve Türk markalarının geldiği noktayı uluslararası ziyaretçilere göstermek açısından önemli bir platform olduğunu düşünüyoruz. Özellikle yurt dışından gelen doğru ve nitelikli ziyaretçi sayısının artması, fuarın yalnızca Türkiye pazarı açısından değil, bölgesel ve uluslararası ölçekte de etkisini güçlendirecektir.

"Riskler var ama hem Türkiye'de hem dünyada önemli fırsatlar da görüyoruz."
Sektörün beraberinde getirdiği riskler elbette oluyor. Yerel pazarda artan üretim maliyetleri, finansmana erişimde yaşanan zorluklar ve inşaat projelerindeki yavaşlama önemli riskler oluşturuyor. Küresel pazarda ise ekonomik belirsizlikler, döviz hareketleri, jeopolitik gelişmeler ve lojistik maliyetleri öne çıkıyor. Bununla birlikte Türkiye'deki konut ihtiyacı, kentsel dönüşüm ve yenileme projeleri; dünyada ise kaliteli ve yenilikçi yapı malzemelerine artan talep önemli fırsatlar sunuyor.

Biz de bu tabloya yalnızca riskler açısından değil, doğru stratejiyle değerlendirilebilecek fırsatlar açısından bakıyoruz. Değişen koşullara hızlı uyum sağlayabilmek, üretim kabiliyetimizi geliştirmek ve güçlü olduğumuz alanlara odaklanmak önümüzdeki dönemde bizim için daha da önemli olacak. Bu nedenle kısa ve orta vadeli hedeflerimizi hem şirket içindeki verimliliğimizi artıracak hem de uluslararası büyümemizi destekleyecek şekilde şekillendiriyoruz.

Mikro ölçekte hedefimiz üretim verimliliğimizi artırmak, patentli ürünler geliştirmek ve güçlü bayi yapımızı korumak. Makro ölçekte ise ihracatımızı büyütmeyi, özellikle Amerika pazarında kalıcı olmayı ve PH Desing'in uluslararası marka gücünü daha da ileri taşımayı hedefliyoruz.

"Kısa vadeli fiyat rekabeti yerine kaliteyi ve uzun ömürlü çözümleri konuşmalıyız."
Sektörümüzün geleceğini birlikte şekillendirdiğimize inanıyorum. Üreticisinden bayisine, mimarından uygulamacısına kadar bütün paydaşların kaliteyi, doğru ürünü ve doğru uygulamayı ön planda tutması gerekiyor. Bilgi ve deneyimlerimizi paylaşarak ve iş birliklerimizi güçlendirerek Türk yapı malzemeleri sektörünü dünyada çok daha ileri bir noktaya taşıyabiliriz.

"Emeklilik benim için PH Desing'dan ayrılmak anlamına gelmiyor."
PH Desing'in kuruluşundan bugüne uzanan 20 yıllık yolculuğunda satış ve pazarlama, tasarım, Ar-Ge ve Ür-Ge alanlarında büyük bir emek, heyecan ve gururla görev aldım. Yaklaşık altı ay önce aktif yöneticilik görevimden ayrılarak emekli olma kararı aldım ve şirketin yönetimini, kuruluşundan bu yana aynı vizyonu paylaştığım eşim Hasan Bey'e devrettim.

Ancak emeklilik benim için PH Desing'dan ayrılmak anlamına gelmiyor. Yirmi yıl boyunca edindiğim bilgi ve tecrübeyle şirkete danışmanlık vermeye ve ihtiyaç duyulan konularda destek olmaya devam edeceğim.

PH Design bizim için yalnızca bir şirket değil; ailemizle birlikte büyüttüğümüz, hayatımızın çok önemli bir parçası olan 20 yıllık bir emek yolculuğu. Şirketimiz büyürken bugün 17 yaşında olan ikiz kızlarımız Ayliz ve Dilem de bizimle birlikte büyüdü. Şimdi Ayliz Türkiye'de mimarlık, Dilem ise İngiltere'de işletme eğitimi alacak. Gelecekte kendi tercihleriyle PH Desing yolculuğuna katılmak isterlerse bayrağı onlara güvenle devretmekten büyük mutluluk duyarız. Ama bizim için her şeyden önemlisi, hangi yolu seçerlerse seçsinler severek ve inanarak ilerlemeleri.

"İnsan her yaşta yeni şeyler öğrenebilir ve yeni başlangıçlar yapabilir."
Hayatımın bu yeni döneminde uzun zamandır ilgi duyduğum farklı alanlara da daha fazla zaman ayırıyorum. "Haydi Yazalım" ekibindeki değerli arkadaşlarımla birlikte hikâyeler kaleme alıyor ve yazarlık yolculuğunda yeni deneyimler kazanıyorum. Aynı zamanda arp çalmayı öğrenmeye başladım.

İş hayatında olduğu gibi insanın her yaşta yeni şeyler öğrenebileceğine ve yeni başlangıçlar yapabileceğine inanıyorum. Bu dönemi de üretmeye, öğrenmeye ve kendimi farklı alanlarda geliştirmeye devam ettiğim yeni bir yolculuk olarak görüyorum.



DİMSİAD

Denizli İnşaat Malzemesi Satıcıları İşadamları Derneği

Yönetim Kurulu Başkanı

Halil İbrahim Çerçi

"GÜÇLÜ KURUMLAR KİŞİLER ÜZERİNDEN DEĞİL, SİSTEMLER ÜZERİNDEN BÜYÜR."

1976 yılında Isparta'nın Senirkent ilçesinde doğdum. İlkokul, ortaokul ve lise eğitimimi Senirkent'te tamamladıktan sonra Süleyman Demirel Üniversitesi Isparta Meslek Yüksekokulu İnşaat Teknikerliği Bölümü'nden 1997 yılında mezun oldum. Evliyim ve bir çocuk babasıyım.

Sektöre giriş hikâyem de mezun olduğum 1997 yılında başladı. Isparta'da faaliyet gösteren, kıymetli büyüğüm Süleyman Borucu'nun Boraş firmasında şantiye şefliği görevini üstlendim. Firma o dönemde hem kamu hem de özel sektörde oldukça aktif projeler yürütüyordu. Buradaki iş deneyimim sayesinde, mesleğin teknik yönünün yanı sıra saha disiplinini, iş planlamasını, ekip yönetimini ve sorumluluk almayı da erken yaşta öğrenme fırsatı buldum.

Ardından Şevket Demirel Kalp Merkezi'nin ince imalatlar şantiye şefliğini yaptım. Hastane inşaatında çalışmak, uygulama detaylarını ve farklı disiplinler arasındaki koordinasyonu sahada öğrenmem açısından önemli bir deneyim oldu. Yıllar sonra Denizli'de kendi firmamı kurduğumda üstlendiğimiz hastane projelerinde, o dönemde kazandığım tecrübenin ne kadar değerli olduğunu bir kez daha gördüm. Petra Yapı'yı kuruncaya kadar farklı kurumsal firmalarda çalışarak sektörel tecrübemi geliştirmeye devam ettim.

"Ticari ahlaktan taviz vermeden de büyüyebilmenin mümkün olduğuna inanıyorum."

İş hayatına ve yapı sektörüne baktığımda benim için en önemli kavramın her zaman güven olduğunu söyleyebilirim. Çünkü bizim sektörümüz yalnızca ürün satan, bina yapan ya da ticaret gerçekleştiren bir sektör değil. İnsanların yaşam alanlarını, iş yerlerini, okullarını, hastanelerini ve aslında şehirlerin geleceğini oluşturuyoruz. Attığımız her doğru adımın yıllar boyunca bir karşılığı olduğu gibi, yaptığımız her yanlışın da çok ağır sonuçları olabiliyor. 2010 yılında Petra Yapı'yı kurarak mesleki birikimimi kendi şirketim çatısı altında sürdürmeye başladım. Geçen yıllar içerisinde konuttan iş yerine, otelden okula, hastaneden AVM ve plaza projelerine kadar Türkiye'nin farklı bölgelerinde ve yurt dışında çeşitli çalışmalarda bulunma fırsatımız oldu. İşin uygulama tarafında bulunmak, yapı malzemesinin üreticiden nihai kullanıcıya kadar geçen bütün sürecini görmek ve sahadaki gerçeklerle birebir karşılaşmak bana sektörün yalnızca ticari değil, çok ciddi bir sorumluluk alanı olduğunu öğretti.

Bugün de iş hayatında temel yaklaşımım değişmiş değil: Yaptığınız işi ne kadar büyüttüğünüz kadar, nasıl yaptığınız da önemlidir. Kaliteli malzemeden, iş güvenliğinden, doğru uygulamadan ve ticari ahlaktan taviz vermeden de büyüyebilmenin mümkün olduğuna inanıyorum. Kalıcı şirketlerin ve güçlü markaların temelinde de bu anlayışın bulunduğunu düşünüyorum.

"DİMSİAD, BİR MESLEK ÖRGÜTÜNDEN ÇOK DAHA FAZLASIDIR."

DİMSİAD'ın geçmişine baktığımızda oldukça önemli bir kurumsal miras görüyoruz. 1989 yılında kurulan derneğimiz, 36 yılı aşan geçmişiyle Denizli yapı sektörünün önemli buluşma noktalarından biri. Bugün geldiğimiz noktada DİMSİAD'ın inşaat malzemesi satıcılarının oluşturduğu bir meslek örgütünden çok daha fazlası olduğuna inanıyorum. Aynı sektörde faaliyet gösteren firmaların birbirini yalnızca rakip olarak görmediği; gerektiğinde aynı masa etrafında oturabildiği, sektörün sorunlarını birlikte konuşabildiği, bilgi ve tecrübesini paylaşabildiği bir yapının çok değerli olduğuna inanıyorum. Benim dernekçilik anlayışımın temelinde de bu düşünce var. Sivil toplum kuruluşlarında görev almak bir makam sahibi olmak değildir. Tam tersine, daha fazla sorumluluk almak demektir. Kendi işletmenizin sorunlarının yanında üyelerinizin, sektörünüzün ve şehrinizin sorunlarıyla da ilgilenmek zorunda kalırsınız. DİMSİAD yönetiminde görev aldığım dönemlerden başkanlık sorumluluğunu üstlendiğim bugüne kadar yaklaşımım hep bu yönde oldu. 18 Ekim 2022'de başkanlık görevini üstlendikten sonra, 2024 yılındaki genel kurulumuzda üyelerimizin güveniyle yeniden bu göreve seçilmek benim için ayrıca büyük bir sorumluluk oluşturdu. Bu güvenin karşılığını vermenin yolunun koltukta oturmak değil; sahada olmak, üyeyi dinlemek, kurumlarla görüşmek ve sonuç üretmek olduğunu düşünüyorum.

"Karar süreçlerinde ortak aklı önemsiyoruz."

Yönetim anlayışımı birkaç kelimeyle ifade etmem gerekirse; istişare, şeffaflık, katılımcılık ve sonuç odaklılık derim. Bir başkanın veya yöneticinin her şeyi tek başına bilmesi mümkün değil. Farklı ölçeklerde işletmelerimiz, farklı ürün gruplarında faaliyet gösteren üyelerimiz ve sektörün farklı alanlarında çok ciddi tecrübeye sahip arkadaşlarımız var. Bu nedenle karar süreçlerinde ortak aklı önemsiyoruz. Herkesin fikrini beyan edebildiği, alınan karar sonrasında herkesin aynı hedef doğrultusunda hareket ettiği bir yönetim yapısının doğru olduğuna inanıyorum.

Çünkü güçlü kurumlar kişiler üzerinden değil, sistemler ve kurum kültürü üzerinden büyür. Ben görev sürem sonunda yalnızca belli etkinlikleri gerçekleştirmiş bir DİMSİAD bırakmak istemiyorum. Daha kurumsal, gençlerin içerisinde daha fazla yer aldığı, eğitim faaliyetleri güçlü, üyeleri arasında ticari dayanışmayı artırmış, kamu kurumlarıyla iletişimi kuvvetli ve kendi sektörünün geleceği hakkında söz söyleyebilen bir DİMSİAD bırakmak istiyorum.

"Sektörün ticari standartlarını birlikte yukarı taşıdığı bir sistem oluşturmak istiyoruz."

Sektörümüzde rekabet elbette olacak. Rekabet kaliteyi yükseltir, firmaları geliştirir ve tüketicinin daha iyi hizmet almasını sağlar. Ancak rekabet ile birbirimizi değersizleştirmek arasındaki çizgiyi iyi ayırmamız gerekiyor.



Özellikle ekonomik şartların zorlaştığı dönemlerde firmaların yalnızlaşması yerine daha fazla dayanışmaya ihtiyacımız var. Bilgi paylaşımı, ortak eğitimler, sektörel toplantılar, üretici ve tedarikçi buluşmaları, teknik seminerler ve yeni iş birlikleri bu açıdan çok kıymetli.

DİMSİAD çatısı altında oluşturmak istediğimiz yapı tam olarak bu. Üyelerimizin birbirinden haberdar olduğu, birbirinin tecrübesinden yararlandığı, gerektiğinde ortak sorunlarda birlikte hareket ettiği ve sektörün ticari standartlarını birlikte yukarı taşıdığı bir sistem oluşturmak istiyoruz.

"Tecrübeyle gençliğin enerjisini aynı masada buluşturabilirsek çok daha güçlü bir sektör ortaya çıkarabiliriz."

Bugün yapı sektöründe en önemli sorunlardan birinin nitelikli insan kaynağı olduğunu açık şekilde görüyoruz. Usta, teknik personel ve ara eleman bulmak giderek zorlaşıyor. Üstelik bu yalnızca Denizli'nin değil, Türkiye'nin birçok bölgesinin ortak sorunu. Gençlerimizin yapı sektöründeki meslekleri tercih etmesini sağlamamız gerekiyor. Bunun yolu da yalnızca 'eleman bulamıyoruz' demek değil. Bu meslekleri yeniden itibarlı, geleceği olan ve gelişime açık kariyer alanları haline getirmeliyiz. Bu noktada eğitim en önemli başlıklardan biri. DİMSİAD bünyesinde üzerinde önemle durduğumuz akademi yaklaşımının arkasında da bu düşünce var. Mesleki eğitimlerin, teknik seminerlerin, üretici eğitimlerinin ve sektör profesyonellerinin bilgi paylaşımının sistematik hale gelmesini istiyoruz. Gençlere yalnızca 'derneğimize gelin' demek yeterli değil. Gençlerin fikirlerini ifade edebildiği, sorumluluk alabildiği ve gerçekten karar mekanizmalarının içerisinde bulunabildiği alanlar açmak zorundayız.

Yeni neslin teknolojiye, dijitalleşmeye, sürdürülebilirliğe ve dünyadaki gelişmelere bakışı bizden farklı. Bunu tehdit olarak değil, sektörümüz için büyük bir fırsat olarak görüyorum. Tecrübeyle gençliğin enerjisini aynı masada buluşturabilirsek çok daha güçlü bir sektör ortaya çıkarabiliriz.

"Sektörün geleceğine karamsar bakmıyorum."

Bugün Türkiye'de inşaat sektörü önemli bir dönüşüm döneminden geçiyor. Bir tarafta yüksek finansman maliyetleri, diğer tarafta yükselen malzeme ve işçilik giderleri var. Satın alma gücündeki değişim, konuta erişim, finansmana ulaşım ve üreticinin önünü görebilmesi sektörün bütün oyuncularını etkiliyor. 2026 Haziran ayı itibarıyla Türkiye'de inşaat maliyetlerinin yıllık bazda yaklaşık %29 arttığı bir ekonomik ortamdan söz ediyoruz. Dolayısıyla bugün bir müteahhitten yapı malzemesi satıcısına, üreticiden uygulamacıya kadar herkesin çok daha dikkatli planlama yapması gerekiyor. Ancak ben sektörün geleceğine karamsar bakmıyorum. Türkiye'nin genç nüfusu, şehirleşme dinamikleri, mevcut yapı stokunun yenilenme ihtiyacı ve kentsel dönüşüm zorunluluğu düşünüldüğünde inşaat ve yapı malzemeleri sektörünün uzun vadede stratejik önemini koruyacağına inanıyorum. Denizli açısından baktığımızda da hareketli ancak dikkatli değerlendirilmesi gereken bir piyasa görüyoruz. Temmuz 2026'da Denizli'de 1.521 konut satıldı. Bunun 566'sı ilk el, 955'i ikinci el konutlardan oluştu. Yıllık toplam satışta bir miktar gerileme görülmesine rağmen ilk el konut tarafındaki hareketlilik sektör açısından ayrıca değerlendirilmesi gereken bir gösterge. Bu veriler bize şunu söylüyor: Talep tamamen ortadan kalkmış değil ancak tüketici artık çok daha seçici. Bu nedenle gelecekte doğru lokasyon, güvenli yapı, kaliteli malzeme, enerji verimliliği ve doğru fiyatlama geçmişten çok daha belirleyici olacak.

"Kentsel dönüşüm bir can güvenliği meselesi."

Özellikle üzerinde durduğumuz konulardan biri kentsel dönüşüm. Ben kentsel dönüşümü yalnızca eski binaların yıkılıp yerine yenilerinin yapılması olarak görmüyorum. Bu konu her şeyden önce bir can güvenliği meselesi. Türkiye bir deprem ülkesi. Denizli de deprem gerçeğini göz ardı edebilecek bir şehir değil. Dolayısıyla mevcut yapı stokumuzun doğru şekilde analiz edilmesi, riskli yapıların tespit edilmesi ve dönüşümün geciktirilmeden planlanması gerekiyor. Burada özellikle bütüncül hareket edilmesi gerektiğine inanıyorum. Tek bina ölçeğindeki çalışmalar bazı durumlarda çözüm sağlayabilir; ancak şehircilik açısından mümkün olan yerlerde ada ve bölge bazlı dönüşüm modellerinin değerlendirilmesi çok daha doğru sonuçlar oluşturacaktır. Yollarıyla, otoparkıyla, yeşil alanıyla, altyapısıyla, enerji verimliliğiyle ve sosyal donatılarıyla yeni yaşam alanları oluşturmalıyız. Kentsel dönüşümü yalnızca müteahhidin, belediyenin veya vatandaşın üzerine bırakarak çözmemiz mümkün değil. Merkezi yönetim, yerel yönetimler, meslek odaları, üniversiteler, sivil toplum kuruluşları, finans kuruluşları ve vatandaş aynı sistemin içerisinde yer almak zorunda. DİMSİAD

"DİMSİAD'IN GÜCÜ BAŞKANINDAN DEĞİL, ÜYELERİNDEN VE OLUŞTURDUĞU KÜLTÜRDEN GELMELİDİR."

olarak bu konuda elimizi taşın altına koymaya hazır olduğumuzu geçmişte de ifade ettik, bugün de aynı noktadayız.

"Doğru proje yanlış malzemeyle, kaliteli malzeme yanlış uygulamayla birleştiğinde beklenen sonucu vermez."
Yıllardır özellikle üzerinde durduğum başka bir konu da yapı malzemesinin kalitesi. Depreme dayanıklı yapı yalnızca beton ve demirden ibaret değildir. Projenin hazırlanmasından uygulamasına, yalıtımdan mekanik tesisata, cepheden çatıya kadar bütün sistem bir bütün. Doğru proje yanlış malzemeyle, kaliteli malzeme yanlış uygulamayla birleştiğinde beklenen sonucu vermez.

Dolayısıyla burada üç temel kavramı birlikte düşünmeliyiz: Doğru proje, doğru malzeme ve doğru uygulama. Bunların herhangi birinden taviz verdiğinizde yapının kalitesinden de taviz vermiş olursunuz. Özellikle yapı malzemesi ticaretinde standart dışı ürünlerle mücadele edilmesi, denetimlerin artırılması ve tüketicinin bilinçlendirilmesi son derece önemli. Çünkü bizim sattığımız malzemeler herhangi bir tüketim ürünü değil. Bugün sattığımız bir yapı malzemesi belki 30, 40 veya 50 yıl boyunca bir binanın parçası olacak. Bu nedenle kaliteyi hiçbir zaman yalnızca fiyat üzerinden değerlendiremeyiz.

"Sektörde kalite kadar ticari etik ve kurumsal standartların da yükseltilmesi gerekiyor."
Bugün sektörümüzün kısa ve orta vadede çözülmesini beklediği birkaç önemli başlık bulunuyor. Bunların başında finansmana erişim geliyor. Hem üreticinin hem satıcının hem müteahhidin hem de konut almak isteyen vatandaşın öngörülebilir finansman modellerine ihtiyacı var. İkinci konu maliyetlerdeki belirsizlik. Uzun vadeli projelerin sağlıklı planlanabilmesi için fiyat istikrarı ve öngörülebilir bir ekonomik ortam son derece önemli. Üçüncü önemli konu nitelikli iş gücü. Mesleki eğitim konusunda kamu ile özel sektörün çok daha güçlü bir iş birliği oluşturması gerekiyor. Dördüncü başlık ise kentsel dönüşüm. Burada karar süreçlerinin hızlandırılması, vatandaşın finansal olarak desteklenmesi ve dönüşüm modellerinin uygulanabilir hale getirilmesi gerekiyor. Bir başka önemli konu da haksız rekabet. Vergisini ödeyen, çalışanını kayıtlı istihdam eden, standartlara uygun ürün satan ve bütün yasal yükümlülüklerini yerine getiren işletmelerin kayıt dışı faaliyet gösteren yapılarla aynı şartlarda rekabet etmesini bekleyemeyiz. Sektörde kalite kadar ticari etik ve kurumsal standartların da yükseltilmesi gerekiyor.

"Dönüşümü doğru okuyabilirsek ihracatta da çok önemli fırsatlar yakalayabiliriz."
Önümüzdeki yıllarda sektörümüzü yalnızca ekonomik şartlar değil teknoloji de çok ciddi şekilde değiştirecek. Dijital proje yönetimi, yapay zekâ destekli süreçler, BIM uygulamaları, enerji verimli sistemler, akıllı binalar, yeni nesil yalıtım teknolojileri ve sürdürülebilir yapı malzemeleri sektörümüzde giderek daha fazla yer alacak. Firmalarımızın da bu değişime hazırlanması gerekiyor. Bugün belki bize uzak görünen bazı teknolojiler birkaç yıl içerisinde iş yapış biçimimizin standart bir parçası olacak. Aynı şekilde sürdürülebilirlik artık yalnızca çevresel bir hassasiyet değil, ekonomik bir zorunluluk haline geliyor. Daha az enerji tüketen, daha uzun ömürlü, bakım maliyeti düşük ve çevresel etkisi azaltılmış yapılar hem tüketicinin hem yatırımcının önceliği haline gelecek. Türkiye yapı malzemeleri sektörü olarak bu dönüşümü doğru okuyabilirsek yalnızca iç pazarda değil, ihracatta da çok önemli fırsatlar yakalayabiliriz.

"Bir başka önemli hedefimiz de kurum hafızasını güçlendirmek."
DİMSİAD'daki görev süreme ilişkin en önemli hedefim, bir sonraki yönetime yalnızca iyi ilişkiler değil, güçlü bir kurumsal yapı bırakabilmek. Üyeleri arasındaki bağı daha kuvvetli, gençleri daha aktif, eğitim faaliyetleri sürekli, sektörel veriyi takip eden, gerektiğinde kamu otoritelerine çözüm önerileri sunabilen ve Denizli'deki yapı sektörünün doğal temsil noktalarından biri haline gelmiş bir DİMSİAD hedefliyoruz. Bir başka önemli hedefimiz de kurum hafızasını güçlendirmek. Dernekler kişilerle başlayıp kişilerle bitmemeli. Bizden önce görev yapan büyüklerimizin oluşturduğu değerleri koruyarak, üzerine yenilerini ekleyip bizden sonraki kuşağa devredebilmeliyiz. DİMSİAD'ın gücü başkanından değil, üyelerinden ve oluşturduğu kültürden gelmelidir.

"Bugünkü süreci bir dönüşüm fırsatı olarak görüyorum."
Son olarak sektörümüzdeki bütün paydaşlara vermek istediğim mesaj şu: Önümüzde kolay bir dönem olmadığının hepimiz farkındayız. Ekonomik koşullar, finansman problemleri, maliyetler ve değişen tüketici davranışları hepimizi yeni çözümler üretmeye zorluyor. Ancak Türkiye yapı sektörü geçmişte çok farklı krizlerden geçti ve her defasında kendisini yenileyerek yoluna devam etti. Ben bugünkü süreci de bir dönüşüm fırsatı olarak görüyorum. Daha kurumsal olmalı, daha fazla eğitim almalı, teknolojiyi daha fazla kullanmalıyız. Gençlerin önünü açmalı ve kaliteden taviz vermemeliyiz. Ve en önemlisi, birbirimizle daha fazla konuşmalıyız. Çünkü aynı şehrin, aynı sektörün ve aynı ekonomik ekosistemin içerisindeyiz. Birbirimizin rakibi olabiliriz ancak birbirimizin düşmanı değiliz. Ticarette kazanmak elbette önemlidir; fakat uzun vadede güven kazanmak çok daha değerlidir. Bizler insanların içinde yaşayacağı yapılar oluşturuyoruz. Dolayısıyla yaptığımız işin merkezinde her zaman insan bulunmalıdır. Ben hem iş hayatında hem DİMSİAD'daki görevimde şu anlayışı önemsiyorum: Yalnızca binalarımızı değil; güveni, dayanışmayı ve geleceğimizi de sağlam temeller üzerine inşa etmek zorundayız. Bunu başarabilirsek hem şehrimize hem sektörümüze hem de ülkemize karşı sorumluluğumuzu yerine getirmiş oluruz.



OLCAY YAPI
Malz. Tic. İnş. ve Taah. A.Ş.

Yönetim Kurulu Başkanı

Ahmet Olcay İskender

"ÜRÜNLERİMİZ TİCARİ EMTİA OLMAKTAN ÇIKIP BİR FİNANSMAN ENSTRÜMANINA DÖNÜŞTÜ.

"Mütevazı ve küçük bir dükkânda nalburiye ürünler satarak sektöre ilk adımımı attım."
1960 yılında İstanbul'da doğdum ama memleketim Trabzon. İş hayatına çok küçük yaşlarda, Trabzon'da mütevazı bir bakkal dükkânında başladım. Yapı malzemeleri sektörüne girişim ise İstanbul'a okumaya geldiğim döneme dayanıyor. O zamanlar Güngören Haznedar'da oturuyorduk. Bir gün çevreye baktığımda çok yoğun bir inşaat faaliyeti olduğunu gördüm.

Aslında İstanbul'da böyle bir iş yapmayı başlangıçta düşünmüyorduk. Ancak Trabzon'daki komşularımızın hemen hemen tamamı yapı malzemeleri ticaretiyle uğraşıyor ve bu işte oldukça iyi yerlere geliyorlardı. Bu ister istemez dikkatimi çekmişti. Bu vesileyle 1978 yılında, Güngören'de mütevazı ve küçük bir dükkânda boya, çivi, kürek, kürek sapı, el arabası gibi ürünler satarak sektöre ilk adımımı attım. İki yıl içinde tesisat malzemeleri ve vitrifiye ürünlerinin de portföyümüze ekleyerek ticaretimizi geliştirdik.

İlk bayiliğimizi Elmor'dan aldık. Ardından Ege Yıldız, Haymak ve İzzet Baysal gibi markalar ile ürün portföyümüzü genişlettik. Takibinde Elmor'un E.C.A grubundaki sarı ürünlerini dağıtmak amacıyla Karaköy ve Bahçelievler taraflarında alt bayilikler oluşturduk. Ticaretimizi geliştirdikçe iyi cirolara ulaştık. Para kazandıkça da kazandığımızı yine işimize yatırdık, stok gücümüzü arttırdık.

Bir süre sonra Karaköy'de bir mağaza açtık. O dönem Rusya'ya gemilerle ticaret yapmak için gelen müşterilerin yapı malzemesi ihtiyaçlarını karşılıyorduk. Rus müşterilerin yoğun olduğu bu dönem bize ve sektöre önemli bir gelir kaynağıydı ancak daha sonra ticareti sağlıklı yürütmeyen, kötü niyetli işletmelerin de etkisiyle o müşteri grubunu kaybettik.

"İşimize sarıldık, sabrettik, sebat ettik, istikrarlı ilerledik."
Elbette sıkıntılı dönemlerimiz de oldu. Tahsilat ve stok sorunları yaşadık, çeşitli aksiliklerle karşılaştık. Ama yine işimize sarıldık, sabrettik, sebat ettik, istikrarlı ilerledik. Her zaman güvenli tarafta kalmaya ve kazandığımızı işimize yatırarak büyümeye çalıştık. Şükürler olsun, bugünlere geldik ve işimizden memnunuz.

"Bizim asıl işimiz, yaklaşık 40 yıldır satışını yaptığımız ve emek verdiğimiz Eczacıbaşı Yapı Ürünleri markaları ile ticaretimizi geliştirmek."
1995 yılında Elmor ile iş birliğimizi sonlandırdık ve VitrA ve Artema bayiliği aldık. Stoklarımızı ve dağıtım ağımızı geliştirerek hem tali bayi dağıtım ağımızı hem de proje takibimizi güçlendirdik. Karaköy'deki mağazamız zamanla yetersiz gelmeye başladı. Özellikle showroom alanımız çok kısıtlıydı. Bunun üzerine Levent'te, Kanyon'un karşısında iki katlı bir villayı kiralayarak showroom hâline getirdik. Perakendeye çok inanıyorduk. Ancak orada beklediğimiz sonucu alamadık. Bölgeden geçen insan sayısı fazla olsa da alışveriş amacıyla gelen müşteri sayısı yeterli değildi. Daha sonra Etiler Nispetiye Caddesi'ndeki mevcut mağazamıza taşındık. Burada perakende tarafında istediğimiz sonuçları aldık. Şükürler olsun, mağazamızın performansından memnunuz.

Yaklaşık beş yıl sonra Pendik ve Florya mağazalarımızı açtık. Bugün yapı sektörünün farklı satış kanallarında, toplamda yaklaşık 2.500 m²'lik showroom alanıyla hizmet veriyor, yaklaşık 100 kişiye istihdam sağlıyoruz. Depolama konusunda da yıllar içinde birçok kez ihtiyaçlarımız doğrultusunda yer değiştirdik. Şu anda 5.000m²'si kapalı olmak üzere yaklaşık 30.000 m² bir arazi üzerinde iki depomuz ile hizmet veriyoruz.

Eczacıbaşı Yapı Ürünleri'nin münhasır bayisiyiz. Proje, dağıtım, perakende ve dijital pazarlama kanallarında faaliyet gösteriyoruz. VitrA ve Artema'nın yanında ankastre ürünler de satıyoruz. Franke, Siemens ve Teka gibi markaların ürünleri de portföyümüzde bulunuyor. Ancak bizim asıl işimiz, yaklaşık 40 yıldır satışını yaptığımız ve emek verdiğimiz Eczacıbaşı Yapı Ürünleri markaları ile ticaretimizi geliştirmek.

"Asıl sorun, kur farkının ihracat imkânlarını sınırlaması ve maliyetlerimizin uluslararası rekabette bizi zorlaması."
Yurt dışında da yatırımlarımız bulunuyor. Hollanda Rotterdam'da küçük bir showroom ve ofisimiz var. Azerbaycan Bakü'de de yaklaşık 1.000 m²'lik bir showroomumuz bulunuyor. Bu yatırımları uzun vadeli olarak planladık. Yabancı bir pazarda müşteri kitlesi oluşturmak zaman alıyor. Şimdilik büyük beklentilerimiz yok; mücadele ediyor, Türk ürünlerinin yanı sıra diğer yabancı ürünleri de satarak hizmet vermeye çalışıyoruz.

Türkiye, yapı malzemeleri üretiminde çok iyi bir noktaya geldi. Özellikle seramikte çok ciddi bir üretim kapasite ve tecrübemiz var. Ürün kalitemiz de iyi, her fiyat segmentinde üretim yapılabiliyoruz. Malzeme temini, model geliştirme veya daha teknolojik ürünler üretmede oldukça iyi bir noktada olduğumuzu düşünüyorum. Asıl sorun, kur farkının ihracat imkânlarını sınırlaması ve maliyetlerimizin uluslararası rekabette bizi zorlaması.

Pazaryeri veya kendi internet kanalımızdan satış yapma düşüncemiz yok. Bunun en önemli nedeni; bizden ürün alıp kendi kanallarında satan müşterilerimizin bulunması. Bu arkadaşlarımızın birçoğu internet üzerinden satış yapmaya çalışıyor. Biz neden kendi müşterimize rakip olalım? Zaten mağazalarımız var. Onların faaliyetlerini de düşünmek zorundayız. Bu nedenle kendi internet sitemiz üzerinden doğrudan satışa yönelmedik.

Pazaryerlerindeki sektör varlığına baktığımızda ne yazık ki büyük bir problem gözleniyor. Sektör ürünlerimiz ticari emtia olmaktan çıkıp bir finansman enstrümanına dönüştü. Bu, sektör açısından çok olumsuz bir durum. Müşteri listesiyle mağazamıza geliyor. Ürünleri tek tek internetten araştırıyor ve "Siz bayisiniz, ben bu ürünü sizden daha ucuza almam gerekirken internette %20 daha ucuz." diyor. Bunun nedenlerini müşteriye anlatmak kolay değil. Çünkü dijital ortamda spot ürünler, kaynağı belirsiz mallar ve sağlıklı ticaret koşullarına uymayan satışlar var.

"KÂRLILIKLARIMIZ DİBE VURMUŞ, MASRAFLAR ZİRVEYE ULAŞMIŞ DURUMDA."

Aynı ürünün farklı fiyatlarla karşılaşılması tüketicinin kafasını karıştırıyor, mağazadaki satıcının da işini zorlaştırıyor. Bu soruna çözüm bulmak kolay değil ama tedbirler alınabilir.

"Tüketicinin aklındaki soruya cevap veren bir yaklaşım sergiledik."
Dijital kanalda biz sadece kendimize farklı bir pazar yaratmayı hedefledik. Yaklaşık bir yıl önce sosyal medyada ve dijital ortamda neler yapabileceğimizi araştırmaya başladık. Bunun için bir ekip oluşturduk. VitrA ve Artema ürünlerinden, fiyatı ve kapsamı belli olan paketler hazırladık. Ürünlerin gerçek fiyatlarını belirleyerek yaklaşık 6 ay önce dijital ortamda paylaşmaya başladık. İlk beklentilerimize göre iyi sonuçlar aldık. Çünkü tüketicinin kafasındaki en büyük soru şu: "Ben banyomu değiştireceğim ama bunun bana maliyeti ne olacak?" Biz de tam olarak bu soruya cevap veren bir yaklaşım sergiledik. Hangi ürünleri almak isterse o ürünleri KDV dâhil rakamlarla açıkça gösterdik. Yani yalnızca dikkat çekmek için bir fiyat yazmadık; o fiyat üzerinden gerçekten satış yapmayı hedefledik. Bunun karşılığını da aldık. İyi dönüşler oldu, hatta bu çalışmaların önemli bir bölümü satışa dönüştü.

"Herkes daha az yorularak, daha kolay para kazanmanın peşinde."
Zaman zaman satış, proje veya perakende tarafında personel arıyoruz. İşsizlikten söz ediliyor, ücretlerin düşük olduğundan bahsediliyor ama iş arayan insanların önemli bir bölümünün ilk sorduğu soru şu: "Cumartesi çalışması var mı?" Daha maaşı konuşmadan, işi görmeden bunu soruyorlar. İşçilik tarafında da benzer bir durum var. Bizim sektörümüzde iş kolay değil. Kırıyorsunuz, döküyorsunuz, yapıştırıyorsunuz, taşıyorsunuz. Bir hata olursa söküp yeniden yapmanız gerekiyor. Yorucu ve zahmetli bir iş. Elbette çalışan emeğinin karşılığını almalı. Ancak bu işi yapan insan sayısı azaldıkça işini düzgün yapan, güvenilir usta bulmakta zorlaşıyor. Bu durumun farkında olan ustalar da yüksek fiyatlar isteyebiliyor. Bence temel mesele, bu işleri yapan insanların azalması. Herkes daha az yorularak, daha kolay para kazanmanın peşinde. Oysa bizim işimizde emek vermeden, sabretmeden ve işin başında durmadan bir yere gelmek mümkün değil.

"Öyle dönemler oldu ki iş size adeta "Bırak artık" diyor. Ama ben hiçbir zaman bırakmayı düşünmedim."
Her işte olduğu gibi yaptığınız işe emek vermeniz, sabretmeniz ve istikrarlı olmanız gerekiyor. Öyle dönemler oldu ki iş size adeta "Bırak artık" diyor. Ama ben hiçbir zaman bırakmayı düşünmedim. Bir de her zaman güvenli tarafta kalmaya çalıştık. Borcumuz varsa vadesinde ödeyebilmek için gerekli hazırlığı önceden yapmayı prensip edindik. Fazla borçlanmamaya, krediye mümkün olduğunca bulaşmamaya dikkat ettik. İşimizi büyütmek istedik ama bunu yaparken ödeme gücümüzü ve risklerimizi de gözettik. Bence ticarette sabır, sebat, güvenilirlik ve istikrar çok önemli. Her zaman kazanamayabilirsiniz. Bazen zarar edersiniz, bazen başa baş çıkarsınız. Ama işi bırakmadan, doğru bildiğiniz şekilde devam etmeniz gerekiyor.

Sektörün yakın dönemine baktığımızda açıkçası kısa vadede çok olumlu gelişmeler olacağını düşünmüyorum. İşsizlik de giderek daha büyük bir sorun hâline geliyor. İnsanların satınalma gücü düşüyor. Bu durum ülke açısından büyük bir problem. Dolayısıyla yöneticilerimizin ekonomiyi iyileştirmek, insanların gelirlerini artırmak ve geçimlerini kolaylaştırmak için daha hızlı hareket etmesi gerektiğini düşünüyorum. Bununla birlikte Türkiye'nin bugüne kadar birçok krizden geçtiğini gördük. Ben toplumumuzun kolay kolay dağılacağını düşünmüyorum. İnsanlarımız arasında birbirine yardım etme, borcu olana destek olma, birbirine el uzatma kültürü var. Bizi ayakta tutan unsurlardan biri de bu dayanışma kültürümüzün halen var olması.

Kârlılıklarımız dibe vurmuş, masraflar zirveye ulaşmış durumda. Şunda kestiğimiz her faturanın yaklaşık %12'si masrafa gidiyor. Biz bu işte zamanında para kazandık. Şimdi belki bir süre zarar edeceğiz ya da başa baş çıkacağız ama sabretmekten başka çaremiz yok. Dolayısıyla önceliğimiz büyümekten ziyade mevcut yapımızı korumak. Önemli olan çok satmak değil, sattığınız malın parasını tahsil edebilmek. Müşteriyi tanımıyorsak, geçmişe dayalı bir ticaretimiz yoksa daha dikkatli davranıyoruz. Banka ve piyasa araştırması yapıyoruz. Mümkünse önce parayı alıp sonra malı göndermeyi tercih ediyoruz. Müşteri teminat mektubu verebiliyorsa gerekli indirimi yaparak bu şekilde çalışmayı da değerlendirebiliyoruz. Amacımız tahsilatı güvence altına almak. Vadeli satış yapmak zorunda kaldığımızda da çok hassas davranıyoruz. Ancak ne kadar dikkat ederseniz edin, yıllardır düzgün ticaret yapan basiretli bir tüccarda hata yapabiliyor, para kaybediyor ve istemese de bu durum size yansıyabiliyor. Her zaman kötü niyet söz konusu değil; ekonomik koşullar nedeniyle de ödeme zinciri bozulabiliyor. Bir işletmedeki sıkıntı diğerine, oradan da başkasına aktarılıyor. O yüzden benim yaklaşımım: Az kazanalım ama paramızı ödeyen müşteriyle çalışalım.

"Özellikle bugünkü ekonomik koşullarda küçük ve orta ölçekli müteahhitlere ihtiyacımız var."
Kentsel dönüşüm, özellikle de yerinde dönüşüm sektörümüze önemli fayda sağladı. Büyük projeler tamamen ortadan kalkmadı ama sayıları azaldı. Bunun yerine dönüşüm kapsamında 10, 20 veya 30 dairelik projeler yapılması, bizim gibi işletmeler için çok önemli. Burada devletin "Yarısı Bizden" desteğinin de önemli katkısı var. Üstelik kentsel dönüşüm yalnızca belirli bir fiyat segmentine hitap etmiyor. Her gelir grubuna, her ürün segmentine yönelik iş çıkıyor. Kadıköy'de, Güngören'de, Bahçelievler'de yapılan dönüşümler hem üreticilere hem de bizim gibi satıcılara fayda sağlıyor. Bir de risk dağılımı açısından da daha sağlıklı bir yapı oluşturuyor. Çok büyük tek bir projeye bağlı kalmak yerine farklı ölçeklerde çok sayıda projeyle çalışabiliyorsunuz.

Küçük ve orta ölçekli müteahhitler genellikle esnaf mantığıyla çalışıyor. Çok borçlanmaktan, ödeme yapamamaktan ve itibarlarını



kaybetmekten çekiniyorlar. Bu nedenle işlerini temkinli yürütmeye çalışıyorlar. Elbette her sektörde olduğu gibi riskli davrananlar da var. Ama genel olarak baktığımda, bu işletmelerin sektörde bulunmasını çok değerli görüyorum. Özellikle bugünkü ekonomik koşullarda küçük ve orta ölçekli müteahhitlere ihtiyacımız var. Çünkü yenileme pazarı büyüyor. İnsanlar mevcut evlerinin banyosunu veya mutfağını yenilemekte bile zorlanırken kentsel dönüşüm sayesinde yeni bir inşaat faaliyeti oluşuyor. Bu hareketliliğin devam etmesi sektör için önemli.

"Bence bu mağazalar sektörümüzün önemli bir başarısı."

Türkiye'de yapı malzemeleri alanında gerçekten çok güzel showroomlar oluştu. Bunların benzerlerini Avrupa'da veya başka ülkelerde her zaman göremiyoruz. Bence bu mağazalar sektörümüzün önemli bir başarısı. Müşteri mağazaya geliyor, ürünleri görüyor, karar veriyor. Bu nedenle mağazacılık kültürünün gelişmesini olumlu buluyorum. Ancak burada önemli olan, yapılan yatırımın nasıl değerlendirildiği. Bu kadar büyük ve nitelikli showroomlar işletmelere ciddi bir maliyet de yüklüyor.

Yalnızca perakende amacıyla 500-1.000 m²'lik mağazalar açmak bana çok mantıklı gelmiyor. Çünkü sektörümüzdeki kâr marjları, bu mağazaların yüksek kira ve işletme giderlerini karşılamakta yetersiz kalabiliyor. Biz önce proje tarafında belirli bir müşteri portföyü oluşturduk. Sonra müşterilerimizi showroomlarımıza davet etmeye başladık. Ürünleri burada görmelerini, beğendikleri ürünler üzerinden karar vermelerini istedik. Kendi mağazalarımızın yanı sıra İntema mağazalarını da bu açıdan değerlendirdik. Proje müşterilerimiz ve yurt dışından gelen müşterilerimiz için mağazalarımızın önemli bir işlevi var. Yatırım yaparken yalnızca perakende satışını değil, bu müşterilere hizmet vermeyi de düşünüyoruz.

Sektörümüzde öncelikle ürünün gerçek ticari değerine dönmesi Malımızı ticaret yapmak amacıyla satalım; gerekiyor. yalnızca spot piyasada dolaşan veya finansman aracı olarak kullanılan bir ürüne dönüştürmeyelim. Üretim kapasitemiz var, ürünümüz var. Ama piyasada fiyatların sağlıklı oluşmadığı durumlarla karşılaşıyoruz. Müşteriye bir fiyat veriyorsunuz, sonra aynı ürünü internette çok daha düşük bir fiyata görüyor. O da haklı olarak bunun nedenini sorguluyor. Üstelik bazen kendisi de gördüğü fiyatın sağlıklı olmadığını biliyor ama yine de kafası karışıyor.

Benim prensibim her zaman şudur: kazanmadan mal satmayacaksınız. Sırf peşin para alıp o parayı başka bir yerde kullanabilmek için malı zararına satmanın uzun vadede doğru olmadığını düşünüyorum. Vadeli satarsınız, risk alırsınız ama sonunda para kazanamıyorsanız neden ticaret yapıyorsunuz?

"YÜKSEK FAİZ YALNIZCA KONUT PİYASASINI DEĞİL, BÜTÜN EKONOMİYİ ETKİLİYOR."



"Hareketlilik oluşabilir. Ancak bunun için öncelikle faizlerin düşmesi gerektiğini düşünüyorum."
Benim kişisel tahminim, sektörün 2027 yılının sonlarına doğru toparlanabileceği yönünde. Seçim dönemine yaklaşırken hareketlilik oluşabilir. Ancak bunun için öncelikle faizlerin düşmesi gerektiğini düşünüyorum. Yüksek kredi faizleri ve mevduat faizleri piyasayı önemli ölçüde etkiliyor. İnsanlar konut almak veya yatırım yapmak yerine paralarını bankada tutmayı tercih ediyor. Bu durumda da sektörde önemli bir pazar daralması oluşuyor.

Yüksek faiz yalnızca konut piyasasını değil, bütün ekonomiyi etkiliyor. İnsanların yatırım kararlarını, tüketimlerini ve işletmelerin finansman maliyetlerini değiştiriyor. Bu nedenle faizlerin makul seviyelere inmesi, sektörün yeniden hareketlenmesi açısından çok önemli.

"Bu kadar çok faaliyet gerçekleştiren, katkı sağlamaya odaklanan bir derneğimiz olması sektörümüz için önemli bir değer."
TİMDER, gerçekten iyi çalışmalara imza atıyor. Bu kadar çok faaliyet gerçekleştiren, katkı sağlamaya odaklanan bir derneğimiz olması sektörümüz için önemli bir değer. Etkinliklere çok sık katılamıyorum ama özellikle ekonomi konferansları, akademi eğitimleri gibi faaliyetlerin önemli olduğunu düşünüyorum. Bu toplantılarda akademisyenlerin ve alanında uzman kişilerin yaptığı değerlendirmeler, sektör temsilcilerine farklı bir bakış açısı kazandırabiliyor. Aynı şekilde Futbol Turnuvası, kahvaltı buluşmaları gibi sektörümüzü bir araya toplayan sosyal etkinliklerin de sektör içi iletişime önemli katkıları oluyor. Son Taner – Oğuz – TİMDER Futbol Turnuvası'na da katılmış ve ikinci olmuştuk. O ortamda keyifli, heyecanlı anlar yaşamak, sektörümüzden insanlarla bir araya gelmek bizler için de iyi bir etkileşim sağlıyor.

Üyelik yapısı açısından da; ticaret yapan işletmeler ile sanayicilerin aynı çatı altında olması sektör paydaşlarının birbirleriyle etkileşimini arttırıyor. TİMFED yapılanması ile Türkiye genelinde daha geniş bir iş birliği ve dayanışma ortamı oluşturulması da sektörümüz açısından faydalı. Çalışmalarında başarılarının devamını diliyorum. Genel olarak sektörümüz adına yapılan çalışmaları takdir ediyorum. Bu birlikteliğin devam etmesini ve daha da güçlenmesini isterim.

UNICERA

İSTANBUL

37. ULUSLARARASI

seramik banyo mutfak fuarı

www.unicera.com.tr

37TH INTERNATIONAL

ceramic bathroom kitchen fair

2-6 KASIM NOVEMBER 2026

İSTANBUL EXPO CENTER - YEŞİLKÖY

Organizasyon

Düzenleyen

BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TOBB (TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ) DENETİMİNDE DÜZENLENMEKTEDİR.



DİTES
MÜHENDİSLİK ISI DANIŞMA

Kurucu Ortağı

Hikmet Karadağ

"BUGÜN İŞ YAPMA BİÇİMİMİZ GEÇMİŞE GÖRE DAHA TEMKİNLİ."

Bilgisayar programcılığı ve iktisat mezunuyum. Makine mühendisliği eğitimime de başladım ancak tamamlamadım. Bir dönem çeşitli grup şirketler, Bitlis Holding'de muhasebe ve ihracat departmanlarında çalıştım. Fakat aklımda hep kendi işimi yapmak, daha da önemlisi bir ürün üretmek vardı. Ticaretin içinde olsam bile asıl isteğim üretim yapmaktı. Geçmişte bununla ilgili bazı girişimlerimiz de oldu ancak zamanlama açısından istediğimiz sonuçları alamadık.

"Bu deneyim bana sermayenin ve risk yönetiminin ne kadar önemli olduğunu gösterdi."

1998 yılında Dites'i kurduk. İlk etapta malzeme satışıyla başladık. Isıtma sektöründe faaliyet gösteren önemli markaların bayiliğini yaptık ve çeşitli bölgelerde bayilikler oluşturduk. Çorlu, Çerkezköy, Yalova ve Orhangazi gibi yerlerde de faaliyet gösteriyorduk. O dönem işimizi büyütmüş, sektörde belirli bir konuma gelmiştik.

Ancak 1999 depremi döneminde ciddi kayıplar yaşadık. Deprem bölgesine önemli miktarda malzeme göndermiştik. İşlerin farklı aracılar üzerinden ilerlemesi nedeniyle alacaklarımızı tahsil etmekte büyük sıkıntılar yaşadık. Bizim iş yaptığımız kişi, çoğu zaman asıl işi alan kişi bile değildi; iş birkaç el değiştirdikten sonra bize ulaşıyordu. Böyle zor dönemlerde ticari ilişkilerin nasıl yürütüldüğü de büyük önem taşıyor. Maalesef yaşadığımız sıkıntıların önemli bir bölümünü tahsilat sorunları oluşturdu. O dönemde bize şirketi kapatıp başka bir isimle yeniden başlamamızı önerenler oldu. Bizim ticari anlayışımızda böyle bir yol yoktu. Sorumluluklarımızı yerine getirerek devam etmeyi tercih ettik. Bu süreçte psikolojik ve ekonomik açıdan çok zorlandığımız zamanlar oldu ama yeniden toparlandık.

Daha sonra yurt dışında da iş yapmaya başladık. Yurt dışı şantiyelere malzeme göndermeye başladık bu arada bazı ülkelerde uygulama yapmaya da başladık fakat iş yaptığımız ülkeler genelde doğu bloku ülkelerdi ve çalışma şartları zordu. Ülkelerde yapılan siyasal değişiklikler işleri etkiliyordu. Tam işlerimizi oturtmaya, güzel sonuçlar almaya başladığımız bir dönemde öngöremediğimiz sonuçlardan etkileniyorduk ekonomik anlamda çok güçlü bir yapımız olmamasından buralardan çekilmek zorunda kaldık.

Bu deneyim bana sermayenin ve risk yönetiminin ne kadar önemli olduğunu gösterdi. Sermayesi güçlü şirketler, yaşadıkları sorunlardan daha hızlı toparlanabiliyor. Çünkü iş hayatı yalnızca tecrübe değil, aynı zamanda dayanıklılık meselesi. Bir ülkeye gidip yatırım yaparken oradaki siyasi ve ekonomik riskleri de hesaba katmak gerekiyor. İnsan gençken daha cesur davranabiliyor ama yaşadıkça bazı adımları daha sağlam atmayı öğreniyor.

Üretim yapma isteğim hiç kaybolmadı. Bir arkadaşımızın Rusya'da kullanılan plastik vanalarla ilgili anlattıkları üzerine bu ürünü üretmeye karar verdik. Orada, tesisatın bir bölümünde sorun çıktığında diğer bölümlerin çalışmaya devam etmesini sağlayan bir kullanım alışkanlığı olduğunu öğrendik. Bunun üzerine kalıpçılarla görüştük, ürünü geliştirdik ve üretmeye başladık. Önce çeşitli firmalara verdik, fuarlarda ve farklı kanallarda satışını yaptık. Daha sonra rakiplerimiz de ortaya çıktı. Biz ürünü iki-üç dolara satarken daha büyük üretim kapasitesine sahip firmalar fiyatları aşağı çekebildi. Biz kalıpları dışarıda yaptırıyor, üretimi fason olarak gerçekleştiriyorduk. Buna rağmen ham madde kalitesine ve ürünün niteliğine önem verdik. Bu deneyim de şirketimizin gelişiminde önemli bir yer tuttu.

Malzeme satışı yaptığımız yıllarda inşaat firmalarıyla çok iyi ilişkiler geliştirmiştik. Ürünleri yalnızca satmıyor, uygulamalarda hangi sorunların yaşandığını da yakından görüyorduk. Hangi malzemenin nerede kullanılacağını, hangi aşamada ne tür sıkıntılar çıkabileceğini biliyorduk. Zamanla bu tecrübemizi uygulama işlerine de taşıdık. Büyük alışveriş merkezlerinde, otellerde ve çeşitli yapılarda mekanik tesisat uygulamaları gerçekleştirdik.

Bugün iş yapma biçimimiz geçmişe göre daha temkinli. Artık bir işin altından kalkıp kalkamayacağımızı, hangi kaynakları gerektirdiğini ve müşteriye verdiğimiz sözü yerine getirip getiremeyeceğimizi daha ayrıntılı değerlendiriyoruz. Bazen teklif veriyoruz, sonra işin koşullarına bakıp o projeye girmemeye karar veriyoruz. Çünkü bizim belirli bir iş kalitemiz var ve bundan ödün vermek istemiyoruz.

"Bizim için yalnızca işi almak değil, işi doğru yapmak da önemli."

On yıl önce yaptığımız bir işte bile sorun çıktığında gidip müdahale ediyoruz. Bizden hizmet alan müşterinin arkasında durmamız gerektiğine inanıyoruz. İşimizi temiz ve düzgün yapmaya, dürüst insanlarla çalışmaya önem veriyoruz. Çalışanlarımızın sigortasız şekilde şantiyeye sokulmaması, haklarının korunması ve kimseye borç bırakılmaması bizim için önemli ilkeler. Bu yaklaşımın tabi ticari bir bedeli de var. Özellikle kamu ihalelerinde ve TOKİ projelerinde çok fazla yer alamıyoruz. Çünkü bu tür işlerde çoğu zaman fiyat belirleyici oluyor. Oysa bizim için yalnızca işi almak değil, işi doğru yapmak da önemli. Bir işi ucuza yapıp üç yıl sonra her tarafının dökülmesini başarı olarak görmüyorum. Kaliteli iş yapmak, uzun vadede hem müşteriye hem de sektöre fayda sağlıyor.

Yangın sistemleri ve yangın pompaları gibi ürün gruplarında da çalışıyoruz. Ancak bugünkü iş modelimiz geçmişteki malzeme satış dönemimizden farklı. Eskiden daha geniş bir satış ağımız vardı. Radyatör, kombi ve çeşitli tesisat malzemeleri satıyorduk. Bugün ise ağırlıklı olarak uygulama, proje takibi ve danışmanlık hizmetleri veriyoruz. Ayrıca İGDAŞ yetkili firmasıyız ve bu alanda gerekli sertifikalarımız bulunuyor.

Malzeme sattığımız dönemde bir müşteri dükkâna geldiğinde borudan vanaya kadar pek çok konuda oldukça detaylı bilgi verebiliyorduk. Ürünlerin özelliklerini, hangi basınçlarda kullanılabileceğini ve hangi uygulamalarda daha uygun sonuç vereceğini biliyorduk. Çünkü üretici firmalar bize düzenli eğitim veriyordu. Biz de öğrendiğimiz bilgileri müşterilerimize aktarıyorduk. Dolayısıyla satış yapmak, aynı zamanda teknik bilgi sunmak anlamına geliyordu. Bugün ise zaman zaman çok büyük, Türkiye genelinde tanınan firmalarda çalışan kişilerden bile yalnızca ürün kodunu söylememizi isteyenlerle karşılaşıyoruz. Ürünün ne olduğunu, hangi koşullarda kullanılması gerektiğini bilmek yerine kodunu öğrenip fiyat vermeye odaklanabiliyorlar.

"CİHAZIN KALİTESİ KADAR TESİSATIN TASARIMI, DOĞRU UYGULAMA VE SİSTEMİN İŞLETİLMESİ DE ÖNEMLİ."

Bu durum bana sektördeki teknik bilgi ve çalışan niteliğinin gerilediğini düşündürüyor.

Bence sektörümüzün en büyük sorunlarından biri nitelikli insan kaynağı. İnşaat ağır bir iş. Kalıpçılık, demircilik ve benzeri mesleklerde fiziksel güç gerekiyor. Bu işleri genç yaşlarda yapmak daha kolay. Ancak gençler bu mesleklere yönelmiyor. Örneğin bir mühendislik pozisyonu için ilan verdiğinizde çok sayıda başvuru alabiliyorsunuz ama kaynakçı aradığınızda haftalarca tek bir başvuru gelmeyebiliyor. Bu, üzerinde ciddi şekilde düşünmemiz gereken bir durum. Böyle devam ederse ileride bu işleri yapacak insan bulmak daha da zorlaşabilir. Belki gelecekte bazı alanlarda robotlardan ve otomasyondan daha fazla yararlanacağız. Ancak kısa vadede çözüm, eğitim sistemini ve mesleki yönlendirmeyi yeniden düşünmekten geçiyor.

Türkiye'de çok sayıda üniversite açıldı. Fakat herkesin üniversite mezunu olması gerektiği düşüncesiyle hareket edersek diğer meslekleri kim yapacak? Meslek liselerinin ve teknik eğitimin daha güçlü hâle getirilmesi gerekiyor. Her öğrencinin aynı eğitim yolunu izlemesi şart değil. Önemli olan, kişinin yeteneğine ve ilgi alanına uygun bir meslek edinmesi.

"Para piyasadan çekildikçe işler zorlaşıyor, tahsilatlar gecikiyor."
Son dönemde uygulanan ekonomik politikalar nedeniyle piyasada ciddi bir daralma hissediliyor. Enflasyonu düşürmek ve bütçe açıklarını kapatmak amacıyla alınan önlemler, işletmeler açısından bazı olumsuz sonuçlar doğuruyor. Para piyasadan çekildikçe işler zorlaşıyor, tahsilatlar gecikiyor ve herkes kendi giderlerini karşılamaya çalışıyor.

Bizim sektörümüzün diğer bazı alanlara göre bir avantajı var. Türkiye'de kentsel dönüşüm ihtiyacı yüksek. Ayrıca bu alandaki çalışmaların ekonomik ve siyasi açıdan da önem taşıması nedeniyle sektörümüzün tamamen duracağını düşünmüyorum. Ancak para akışındaki yavaşlamanın etkilerini görüyoruz. Biz bir firmaya iş yapıyoruz, o firma başka bir firmaya bağlı çalışıyor, onun da kendi müşterisi var. Zincirin herhangi bir noktasında başlayan kısıtlama diğer bütün taraflara yansıyor. Üst taraftan para akışı yavaşladığında en alt seviyedeki uygulamacı da ödemesini almakta zorlanıyor. Önümüzdeki iki yılın bazı işletmeler için zor geçebileceğini düşünüyorum.

Yüksek faizlerin de bu süreçte etkisi var. Küçük bir işletmenin bile ciddi sabit giderleri oluyor. Yeterince iş alamadığınızda mevcut düzeninizi korumak zorlaşıyor. Bazı işletmeler faaliyetlerini sürdürmek yerine ellerindeki parayı faizde değerlendirerek ayakta kalmaya çalışabiliyor. Bu da piyasadaki yatırımların ve ticari hareketliliğin azalmasına neden oluyor.

"Kentsel dönüşüm çalışmaları oldukça yoğun."
Bizim bulunduğumuz bölgede kentsel dönüşüm çalışmaları oldukça yoğun. Kentsel dönüşüm elbette gerekli. Ancak uygulama biçimi, bizim gibi teknik altyapısı ve çalışan kadrosu bulunan firmalar açısından bazı sorunlar yaratıyor. Özellikle küçük ölçekli dönüşüm projelerinde maliyetleri mümkün olduğunca düşürme eğilimi var. Müteahhitler bazen mahalledeki ustalarla çalışarak veya malzemeyi en düşük fiyatla temin ederek işi tamamlamaya çalışıyor. Bizim gibi iş güvenliği, sigorta, nitelikli personel ve kaliteli malzeme maliyetlerini hesaba katan firmaların fiyatları bu nedenle yüksek kalabiliyor. Malzeme tarafında yine bir hareketlilik oluyor. Fakat uygulama hizmeti bakımından aynı ölçüde fayda sağlayamıyoruz.

Bence kentsel dönüşümün yalnızca bina bazında değil, mümkün olduğunca ada veya bölge bazında ele alınması gerekiyor. Bölge bazında planlama yapılırsa hem daha estetik hem de daha işlevsel şehirler oluşturabiliriz. Yol genişlikleri, kaldırımlar, altyapı ve binalar birlikte düşünülmeli. Aksi hâlde bugün yenilediğimiz yerlerde on yıl sonra yine benzer sorunlarla karşılaşabiliriz.

Şu anda uluslararası proje takip etmiyoruz. Geçmişte yurt dışında işler yaptık ama bugün tercihimizi daha sınırlı ve kontrol edilebilir bir çalışma alanından yana kullanıyoruz. Bizim yaklaşımımız, gücümüzün yettiği işleri almak. Bu yalnızca ekonomik güç anlamına gelmiyor; personel, teknik bilgi ve hizmet kalitesi bakımından da yeterli olmayı gerektiriyor. İşin sonunda müşteriyi mağdur etme ihtimali olduğunda o işe hiç girmemeyi tercih ediyoruz.

Önümüzdeki dönemde biraz daha küçük ölçekli, daha hızlı tamamlanabilen işlere yönelmeyi düşünüyoruz. Az önce de söylediğim gibi, en büyük sorunlarımızdan biri nitelikli personel bulmak. Bu nedenle uzun süreli ve büyük şantiye işleri yerine, daha kısa sürede tamamlanabilecek uygulamalar üzerinde çalışıyoruz.

Örneğin kombi değişimi alanına daha fazla odaklanmayı planlıyoruz. Bu, şu anda temel faaliyet alanımız değil ama daha hızlı tamamlanabilen bir iş. Uygun ekip bulunduğunda bir gün içinde işi bitirmek mümkün olabiliyor. Burada önemli olan, yeterli sayıda iş alarak işletme giderlerimizi karşılayabilmek. Yalnızca birkaç iş yapmakla bu modeli sürdüremeyiz. Belirli bir iş hacmine ulaşmamız gerekiyor. Bunun için bir çalışma hazırlıyoruz ve yakın dönemde uygulamaya geçmeyi hedefliyoruz..

"Cihazın kalitesi kadar tesisatın tasarımı, doğru uygulama ve sistemin işletilmesi de önemli."
Bence enerji tasarrufu denildiğinde Bence enerji tasarrufu denildiğinde ilk olarak yalıtımı düşünmemiz gerekiyor. Özellikle ısıtma ve soğutma sistemlerinde binanın yalıtımı çok önemli. Binaların enerji tüketimini azaltmak için yalnızca cihazlara değil, binanın bütününe bakmak gerekiyor. İklimlendirme cihazları zaten belli bir verimlilik ve kalite çıtasını sağlamış durumda. Dolayısıyla asıl önemli konulardan biri tesisatın doğru yapılması. Boru çaplarının uygun seçilmesi, su sirkülasyonunun sağlıklı olması ve gereksiz dirseklerden kaçınılması gerekiyor. Bunlar doğru yapılmadığında sistem verimli çalışmıyor. Dolayısıyla yalnızca cihazın markasına bakarak karar vermek doğru değil. Cihazın kalitesi kadar tesisatın tasarımı, doğru uygulama ve sistemin işletilmesi de önemli.



"KALİTE DENETİMLERİNİN DAHA GÜÇLÜ OLMASI GEREKİYOR."

Bence bazı ürün gruplarında kalite denetimlerinin daha güçlü olması gerekiyor. Bugün bir ürünün piyasaya sürülmesi, onun her koşulda güvenilir olduğu anlamına gelmemeli. Üretim süreçlerinin, teknik özelliklerin ve dayanıklılığın uygun testlerle doğrulanması gerekiyor. Örneğin yerden ısıtma borusu üretmek için bir makine almak tek başına yeterli değil. Ürünün hangi standartlara uygun üretildiği, hangi testlerden geçtiği ve ne kadar dayanıklı olduğu belirlenmeli. Aksi hâlde birkaç yıl sonra ortaya çıkan bir arıza, yalnızca ürünü üreten firmayı değil, uygulamacıyı ve son kullanıcıyı da mağdur ediyor.

"Ticarette güven, ahlak ve sabır önemli değerler."

Rekabet, yalnızca fiyatı düşürmek değildir. Aynı zamanda daha iyi ürün ve hizmet sunabilmektir. Sadece hedef fiyatlara ulaşmak, müşteriyle anlaşmak için teknik gerekliliklerden bile vazgeçilen durumlar gözleniyor. Böyle bir anlayışı kabullenmek mümkün olmamalı. Ticarette güven, ahlak ve sabır önemli değerler. Bunları yeniden güçlendirebilmek için de eğitimden başlayarak toplumsal bir dönüşüme ihtiyaç var.

Biz İGDAŞ yetkili firmasıyız ve özellikle doğalgaz projeleri tarafında bazı yapısal sorunlar görüyoruz. Örneğin; küçük ölçekli bir projede doğalgaz tesisatının uygulaması bir ekip tarafından yapılıyor, proje çizimi ise başka bir firmaya verilebiliyor. Bazı durumlarda uygulamayı yapan tarafla projeyi hazırlayan taraf arasındaki ilişki, teknik sorumlulukların sağlıklı biçimde yürütülmesini zorlaştırabiliyor. Bence proje hazırlama ve uygulama süreçlerinin daha doğru bir yapıya kavuşturulması gerekiyor. Yetkili firmaların teknik bilgileriyle hizmet sunabildiği, sorumlulukların açık olduğu bir sistem kurulursa hem hizmet kalitesi yükselir hem de sektörde daha sağlıklı bir rekabet oluşur.

Bir başka konu da proje bedelleri. Doğalgaz projesi hazırlamak teknik bilgi, zaman ve sorumluluk gerektiriyor. Buna rağmen proje bedellerinin bazen bu emeği karşılamayacak seviyelerde kaldığını düşünüyorum. Bedeller çok düşük olduğunda firmaların yalnızca proje çizerek geçimlerini sağlamaları zorlaşıyor. Bu konuyla ilgili daha önce çeşitli önerilerde bulundum. Örneğin proje bedellerinin belirli bir seviyede tutulması ve ödeme süreçlerinin buna göre düzenlenmesi düşünülebilir. Benim önerilerimden biri, proje bedelinin gaz açma süreci tamamlanana kadar sistemde bloke edilmesi gibi bir mekanizmaydı. Böyle bir sistemin işlemlerin hızlanmasına ve proje bedellerinin daha sağlıklı oluşmasına katkı sağlayabileceğini düşünüyorum.

TİMDER'in faaliyetlerini genel olarak olumlu buluyorum. Özellikle eğitim çalışmalarına daha fazla katılmak istedim ancak bazı etkinliklerin saatleri iş programımla uyuşmadığı için hepsine katılamadım. Bir dönem çevrim içi eğitimlere de katılma fırsatım oldu. İmkânım oldukça eğitim ve diğer etkinliklere katılmaya özen gösteriyorum.

Bence sektörde eğitim çok önemli. Biz aldığımız eğitimler sayesinde müşteriye daha iyi hizmet verdik, kendi işimizi geliştirirdik. Eğitimin yalnızca teknik konularla sınırlı kalmaması gerektiğini düşünüyorum. Ticaret, insan ilişkileri, meslek ahlakı, çevre bilinci ve toplumsal sorumluluk gibi konular da bu sürecin parçası olmalı. Çünkü bir alanda bilgi tek başına yeterli değil; o bilgiyi doğru biçimde diğer noktaları da harmanlayarak kullanmak da gerekiyor. Bu nedenle TİMDER'in eğitim yoluyla sektörümüzdeki insanlara katkı sağlamasını önemli ve değerli görüyorum. Aynı şekilde ekonomi vb. alanlardaki konferanslarla da bakış açılarımıza katkı sunan organizasyonlar oluyor. Kısacası oldukça aktif bir sivil toplum kuruluşu olan TİMDER ailesinin bir ferdi olmaktan memnunuz.



YAPI SEKTÖRÜNÜN YENİLİKÇİ ÜRÜNLERİ, FİKİRLERİ VE PROJELERİ 32. KEZ **ALTIN ÇEKÜL**'DE BULUŞUYOR!

Yapı sektörünün yenilikçi, nitelikli ve fark yaratan ürünlerini buluşturan Altın Çekül Uluslararası Yapı Kataloğu Ödülleri, 32. kez sektörle buluşuyor. TİMFED & TİMDER Yönetim Kurulu Başkanı Dr. Çiğdem Aras'ın da Jüri Üyeleri arasında olduğu 2026 dönemi için ise başvurular başladı.

1991-2017 yılları arasında Yapı-Endüstri Merkezi bünyesinde gerçekleştirilen ve Türkiye'nin yapı malzemesi alanındaki ilk ürün ödül programı olan Altın Çekül Ödülleri, 2020 yılından bu yana Yapı Kataloğu bünyesinde düzenleniyor.

Yapı sektöründe ürünlerin ve üreticilerin görünürlüğünü destekleyen Altın Çekül Uluslararası Yapı Kataloğu Ödülleri, 32. yılında sektörün yenilikçi ürünlerini bir kez daha değerlendirmeye hazırlanıyor. Yapı sektöründe faaliyet gösteren firmalar, sektöre değer katan ürünleriyle ödül programına başvurabilecek.

Altın Çekül Ödülleri kapsamında ürünler yalnızca sahip oldukları teknik ve fiziksel özelliklerle değil; yenilikçilik, performans, uygunluk, sürdürülebilirlik, Ar-Ge ve üretim süreçleri gibi farklı yönleriyle kapsamlı biçimde değerlendirmeye alınacak.

Yapı Sektörünün Yenilikçi Ürünleri Altın Çekül'de buluşuyor

32 yıllık geçmişiyle Altın Çekül Uluslararası Yapı Kataloğu Ödülleri; yapı malzemesi sektöründe ürün geliştirme, tasarım, teknoloji, performans ve sürdürülebilirlik alanlarında ortaya konan nitelikli çalışmaları görünür kılmayı amaçlıyor.

Ödül programı, yapı sektörünün gelişimine katkı sağlayan yeni fikirleri, teknolojileri ve ürünleri alanında uzman isimlerden oluşan jüri paneliyle buluştururken; katılımcı firmaların ürünlerini ve yenilikçi çalışmalarını sektör profesyonellerine daha geniş ölçekte tanıtabilmelerine de olanak sağlıyor.

Başvurularda Kapsamlı Değerlendirme Süreci

32.Altın Çekül Uluslararası Yapı Kataloğu Ödülleri'ne katılacak firmaların ürünleri, başvuru sırasında sunulan bilgi ve belgeler doğrultusunda çok yönlü bir değerlendirme sürecinden geçecek.

Başvurularda başvuru formu, ürün tescil belgesi, imzalı şartname ve ürünün niteliklerini ortaya koyan fotoğraf, logo, video ve tanıtım materyalleri gibi temel dokümanların sunulması bekleniyor. Firmalar ayrıca ürünlerinin değerlendirilmesine katkı sağlamak amacıyla faydalı model ve tasarım tescil belgeleri, ürün test raporları, TSE ve benzeri uygunluk belgeleri ile Ar-Ge ve üretim süreçlerine ilişkin dokümanları başvurularına ekleyebilecek.

Sürdürülebilirlik alanındaki çalışmalar da değerlendirmeyi destekleyen unsurlar arasında yer alıyor. LCA (Yaşam Döngüsü Analizi), EPD (Çevresel Ürün Beyanı), geri dönüştürülmüş malzeme veya süreç kullanımına ilişkin belgeler, çevresel sertifikalar ve yerel kaynak kullanımını gösteren dokümanlar başvuru kapsamında sunulabilecek.

Her Ürün Kendini Jüriye Anlatacak

Başvuru sürecinin önemli aşamalarından birini, firmaların jüri değerlendirmesi için hazırlayacağı video veya sunumlar oluşturuyor. Bu içerikler sayesinde jüri üyeleri, başvuruda bulunan ürünleri dijital ortamda bireysel olarak inceleyerek ürünlerin öne çıkan özellikleri, geliştirme süreçleri ve sektöre sundukları yenilikler hakkında detaylı bilgi edinebilecek.

Başvuru aşamasında firmalardan fiziksel ürün numunesi talep edilmezken, Kısa Liste'ye kalan firmaların jüri sunumları sırasında ürün numunelerini fiziksel olarak sunmaları tavsiye ediliyor. Böylece ürünlerin teknik, fiziksel ve uygulamaya yönelik özelliklerinin jüri tarafından daha yakından değerlendirilmesi hedefleniyor.

32. Altın Çekül Uluslararası Yapı Kataloğu Ödülleri Yarışma Takvimi

Normal Dönem Katılım:
15 Eylül – 1 Kasım 2026

Geç Dönem Katılım:
1 Kasım – 15 Aralık 2026

Son Teslim Tarihi:
20 Aralık 2026

Jüri Ön Değerlendirme:
Ocak 2027

Kısa Liste Firmaların Jüri Sunumları:
Şubat 2027

Sonuçların Açıklanması:
Nisan 2027

Ödül Töreni:
Mayıs 2027 - Yapı İnovasyon Günleri

32. Altın Çekül'e Başvurun

Yeni ürünlerini, geliştirdikleri yenilikçi çözümleri ve sektöre değer katan çalışmalarını jüri değerlendirmesine sunmak isteyen yapı sektörü firmaları, 32. Altın Çekül Uluslararası Yapı Kataloğu Ödülleri için başvurularını gerçekleştirebilir. Ödül programının kapsamı, katılım koşulları, değerlendirme kriterleri, jüri, partnerler ve tüm süreç hakkında güncel ve detaylı bilgiye **www.altincekul.com** web sitesi üzerinden ulaşılabilirsiniz.

Kale × ALTINÖZEK
Yapı Malz. İnş.Tic. ve San. Ltd. Şti.



AYRINTIDA
MÜKEMMELLİK



BAYMAK HİZMET KALİTESİNİ EĞİTİMLE GÜÇLENDİRİYOR

Baymak, bayilerinin teknik yetkinliklerini ve hizmet kalitesini geliştirmek amacıyla düzenlediği DAB eğitimlerini İstanbul ve Ankara'da başarıyla tamamladı. Şirket, farklı şehirlerde ve farklı konu başlıklarında düzenleyeceği eğitimlerle bayi ve iş ortaklarının gelişimini desteklemeye devam edecek.

Kurumsal eğitimler, şirketlerin bilgi ve deneyimlerini iş ortaklarıyla paylaşarak sektördeki hizmet standartlarının geliştirilmesinde önemli bir rol üstleniyor. Özellikle teknik uzmanlığın doğrudan müşteri deneyimine yansıdığı sektörlerde, güncel bilgiye sahip, doğru ürün ve çözümü sunabilen yetkin iş ortaklarının varlığı büyük önem taşıyor. Bu doğrultuda Baymak, bayi ağına yönelik eğitim çalışmalarını sürdürüyor. Baymak'ın bayi ve iş ortaklarının teknik bilgi birikimini güçlendirmek, ürün ve çözüm hakimiyetlerini artırmak ve müşterilerine daha etkin hizmet sunmalarına katkı sağlamak amacıyla gerçekleştirdiği DAB eğitimleri, 29 Eylül'de İstanbul'da ve 1 Ekim'de Ankara'da 80 kişinin katılımı ile gerçekleşti.

Teknik Yetkinlikten Doğru Çözüme

Eğitim programında 'Isıtma Sistemleri ve Hızlı Pompa Seçimi' ile 'Su Basınçlandırma ve Atık Su Çözümleri' başlıkları ele alındı. Katılımcılara, farklı uygulama ihtiyaçlarına yönelik doğru ürün ve çözümün belirlenmesi konusunda kapsamlı bilgiler aktarılırken, teknik süreçlerin daha etkin ve doğru şekilde yönetilmesine yönelik uygulamalar paylaşıldı.

Baymak'ın gerçekleştirdiği bu eğitimlerle bayilerin ürün ve uygulama bilgilerini güncel tutmaları, müşterilerinin ihtiyaçlarını daha doğru analiz etmeleri ve uygun çözümleri daha hızlı sunmaları hedefleniyor.

Baymak, bayi ağının gelişimini yalnızca ürün bilgisiyle sınırlı görmeyerek, sürekli eğitim ve bilgi paylaşımını sürdürülebilir müşteri memnuniyetinin önemli unsurlarından biri olarak değerlendiriyor. DAB eğitimleri de bu yaklaşımın bir parçası olarak, bayilerin teknik yetkinliklerini desteklerken hizmet süreçlerinin daha verimli ve etkin yürütülmesine katkı sağlıyor.

İstanbul ve Ankara'da gerçekleştirilen eğitimlerin ardından Baymak, farklı şehirlerde ve farklı konu başlıklarında düzenleyeceği eğitimlerle bayi ve iş ortaklarının gelişimini desteklemeye, sektördeki bilgi birikimini artırmaya ve müşterilerine sunulan hizmet kalitesini daha da ileri taşımaya devam edecek.

Mekanlara değer katan detaylar.











2-6 Kasım, İstanbul Expo Center - Yeşilköy
UNICERA İSTANBUL
4-C02

SERAMİK
VİTRİFİYE
ARMATÜR
DUŞ SİSTEMLERİ
BANYO MOBİLYALARI
YAPI KİMYASALLARI

EGESERAMİK | EGE | EGE Fix

BOSCH HOME COMFORT GROUP İŞ ORTAKLARINI ELEKTRİKLİ SİSTEM ÇÖZÜMLERİ EĞİTİMLERİNDE BİR ARAYA GETİRİYOR

Bosch Home Comfort Group, iş ortaklarına yönelik Isı Pompası Eğitimleri serisini 2026 yılında üç şehirde gerçekleştirdi. Haziran ayında Sapanca'da başlayan ve Ağustos'ta Trabzon'da devam eden seri, 24 Eylül'de Adana'da düzenlenen son eğitimle tamamlandı.

Üç şehirle farklı bölgelere erişim

Buluşmaların Sapanca, Trabzon ve Adana'da düzenlenmesi, çevre illerde faaliyet gösteren iş ortaklarının eğitimlere daha kolay katılmasını ve farklı bölgelerden katılımcıların bir araya gelmesini amaçladı. Farklı illerden Bosch ve Buderus iş ortaklarını aynı ortamda buluşturan eğitimler, teknik bilgi aktarımının ötesinde, katılımcıların kendi bölgelerindeki uygulama deneyimlerini paylaşmalarına, birbirlerinin saha tecrübelerinden yararlanmalarına ve iş ortakları arasındaki etkileşimin güçlenmesine olanak sağladı.



Elektrikli Sistem Çözümleri Şehir Buluşmaları, Bosch Home Comfort Group'un ısı pompası çözümlerine ilişkin teknik bilgi birikimini iş ortaklarıyla paylaşma ve farklı bölgelerdeki iş ortaklarıyla doğrudan iletişimi güçlendirme çalışmalarının bir parçasını oluşturuyor.

SAINT-GOBAIN YAPI KİMYASALLARI'NDAN İSTANBUL TUZLA'DA STRATEJİK ADIM

Saint-Gobain Yapı Kimyasalları, küresel standartlardaki üretim gücünü ve Türkiye'deki pazar payını artırma hedefi doğrultusunda İstanbul Tuzla'daki üretim tesisini devreye aldı. Şirketin sürdürülebilir büyüme stratejisinin önemli bir parçası olan bu yeni merkez, yapı kimyasalları sektöründeki yüksek katma değerli ürünlerin yerel üretimine katkı sağlayacak. Uluslararası Çevre, İş Sağlığı ve Güvenliği standartlarına uygun bir altyapıyla faaliyete geçen tesis, Saint-Gobain'in Türkiye genelindeki 12. fabrikası olarak operasyonlarına başladı.

Tuzla üretim tesisi, mevcut ürün portföyünün yanı sıra ileriki dönemlerde yeni nesil teknik ürünlerin de üretileceği, geleceğin yapı kimyasalları çözümlerine yönelik büyüme fırsatlarını destekleyecek şekilde tasarlandı. Stratejik konumuyla he Türkiye pazarına hem de çevre bölgelere hızlı ve etkin hizmet sunacak olan tesis; modern altyapısı, yüksek kalite standartları ve operasyonel verimliliğiyle dikkat çekiyor.



Saint-Gobain Yapı Kimyasalları Türkiye ve Orta Asya Başkan Yardımcısı Osman İlgen, Tuzla yatırımının şirketin sürdürülebilir büyüme, yerel üretim ve inovasyon odaklı uzun vadeli stratejisinin önemli kilometre taşlarından biri olduğunu vurgulayarak şunları kaydetti: "Tuzla'da devreye aldığımız üretim tesisimizle, yapı kimyasalları alanında sahip olduğumuz küresel know-how'ı, ileri teknik yetkinliklerimiz ve yerel üretim gücümüzle buluşturuyor, etki alanımızı genişletiyoruz. Saint-Gobain standartlarıyla yapılandırdığımız bu tesisle, müşterilerimizin yüksek teknik nitelikli ürün ihtiyaçlarına çok daha hızlı yanıt verirken, sektördeki öncü ve referans konumumuzu daha da pekiştireceğiz."

Fıratboru Kombi Setleri

ustanın tercihi, sistemin güvencesi

ısıtma sisteminizin güvenilir ortağı!
kombinizle kusursuz uyum, mükemmel ısı verimliliği



DÜZ

Ø 20 Küresel Vana - 1 Adet
Ø 25 Küresel Vana - 1 Adet
Ø 20 Y Filtre - 1 Adet
Ø 25 Y Filtre - 1 Adet
Ø 20 Oynar Başlıklı Rakor - 2 Adet
Ø 25 Oynar Başlıklı Rakor - 2 Adet

DİRSEKLİ

Ø 20 Küresel Vana - 1 Adet
Ø 25 Küresel Vana - 1 Adet
Ø 20 Y Filtre - 1 Adet
Ø 25 Y Filtre - 1 Adet
Ø 20 Oynar Başlıklı Dirsek - 2 Adet
Ø 25 Oynar Başlıklı Dirsek - 2 Adet

FIRATBORU

www.firat.com



Creavit'in "1. Ulusal Creavit Öğrenci Tasarım Yarışması: Creavit ile Troya Destanı Yeniden Yazılıyor" başlığıyla hayata geçirdiği yarışma, Homeros'un destanlarından Troya'nın kültürel mirasına uzanan binlerce yıllık Anadolu hafızasını çağdaş lavabo tasarımı üzerinden yeniden yorumlamaya davet ediyor. Yarışma, genç tasarımcıları geçmişin anlatılarını günümüzün banyo kültürüyle buluşturan özgün ve cesur ürünler geliştirmeye teşvik ediyor.

Yurt içinde ve yurt dışında 65'i aşkın ülkenin tüketicilerini seramik sağlık gereçleri, banyo mobilyaları, armatürler başta olmak üzere banyo ve ıslak mekân ihtiyaçlarına yönelik geniş ürün gamıyla buluşturan Creavit, genç tasarımcıları Anadolu'nun binlerce yıllık kültürel mirasını çağdaş tasarım diliyle yeniden yorumlamaya davet ediyor. Homeros'un İlyada ve Odysseia destanlarının kalbinde yer alan Troya, yalnızca geçmişe ait bir kent ya da mitolojik bir anlatı olarak değil, yüzyıllar boyunca edebiyattan tiyatroya, sinemadan müziğe, görsel sanatlardan mimariye kadar pek çok yaratıcı disipline ilham veren evrensel bir kültürel miras olarak öne çıkıyor. Creavit'in düzenlediği "1. Ulusal Creavit Öğrenci Tasarım Yarışması: Creavit ile Troya Destanı Yeniden Yazılıyor" da bu güçlü mirası, ürün tasarımının gündelik yaşamla en doğrudan temas eden unsurlarından biri olan lavabo üzerinden yeniden ele alıyor.

Yarışmanın çıkış noktasında Troya'nın yalnızca bir savaş hikayesinden ibaret olmayan çok katmanlı anlatısı bulunuyor. Hektor'un onuru ve aidiyeti, Penthesilea'nın cesareti, Aeneas'ın yurt arayışı ve Odysseus'un eve dönüş yolculuğu gibi anlatılar; var olma, kök salma, direnme ve özüne dönme gibi evrensel temaları bugüne taşıyor. Creavit, genç tasarımcıların bu mitsel hafızayı yalnızca görsel bir referans olarak kullanmak yerine, onun taşıdığı anlamları çağdaş bir ürün tasarım diline dönüştürmesini amaçlıyor.

Troya'nın lavabo tasarımının odağına taşınmasının temelinde ise geçmiş ile bugün arasında yeni bir tasarım ilişkisi kurma fikri yer alıyor. Yarışma kapsamında katılımcılardan yalnızca işlevsel bir lavabo tasarlamaları değil, köklerini hissettiren, anlam derinliği taşıyan ve Anadolu'nun kolektif hafızasını modern yaşam alanlarına aktarabilen bütünsel tasarım fikirleri geliştirmeleri bekleniyor. Böylece lavabo, yalnızca bir banyo ürünü olmaktan çıkarak kültürel hafızayı, coğrafyayı ve çağdaş yaşamı bir araya getiren bir tasarım objesi olarak ele alınıyor.

Yarışmanın dikkat çeken yönlerinden bir diğeri de Troya mirasının vitrifiye seramik sektöründe ele alınış biçimi. Şartnamede de vurgulandığı üzere, sinemadan müziğe, yazılımdan mimariye kadar pek çok alanı besleyen Troya mirası, vitrifiye seramik sektöründe bugüne kadar bu denli derinlikli ve cesur bir şekilde ele alınmadı. Creavit, endüstriyel seramik mühendisliğindeki deneyimini yenilikçi tasarım yaklaşımıyla bir araya getirerek Troya'dan ilhamla vitrifiye ve banyo kültürünü yeniden düşünmeye yönelik bir tasarım alanı açıyor.

Yarışmada tasarımın odağını lavabo oluştururken, katılımcılardan suyun akışına yön veren ve Troya mirasını modern banyo kültürüne taşıyan özgün form yaklaşımları geliştirmeleri bekleniyor. Creavit bu yaklaşım ile gençlerin form, fonksiyon ve seramik mühendisliğinin sınırlarını sorgulamalarını; binlerce yıllık edebi, mitsel ve tarihsel mirasın evrensel kodlarını yeniden yorumlayarak kendilerine özgü bir kültürel tasarım dili geliştirmelerini hedefliyor.

Bu yönüyle yarışma, geçmişin hikayelerini olduğu gibi tekrar etmek yerine, genç tasarımcıların kendi yorumlarıyla yeniden üretmelerine alan açıyor. Anadolu'dan filizlenen Troya anlatısının çağdaş ürün tasarımına aktarılmasıyla geçmiş ve gelecek arasında bir köprü kurmayı hedefleyen Creavit, gençlerin özgür düşünce yapısı ve inovatif yaklaşımlarıyla endüstriyel vitrifiye seramik dünyasına yeni ve dinamik bir perspektif kazandırmayı amaçlıyor.


Geleceğin
Ticareti.
ge-ti
1982
ge-ti
www.ge-ti.com







SERAMİK ONARIM HAREKETİ: KENT PİKSEL, SOKAKTA BAŞLAYAN DÖNÜŞÜMÜ FULYA'DA BULUŞTURDU

Çanakkale Seramik ve Onaranlar Kulübü'nün hayata geçirdiği Seramik Onarım Hareketi: Kent Piksel, Kale Fulya mağazada yapılan lansmanda mimar, tasarımcı ve yaratıcı girişimcileri bir araya getirdi. 90'ların piksel estetiğinden ilham alan proje, üretim fazlası seramikleri İstanbul'un göz ardı edilmiş yüzeylerine taşıyarak tasarım, sanat ve ileri dönüşümü buluşturuyor.

Seramik Onarım Hareketi: Kent Piksel, Çanakkale Seramik'in üretim süreçlerinden çıkan üretim fazlası seramiklerin yeniden değerlendirilmesi fikrinden yola çıkıyor. İstanbul'un Cihangir, Karaköy, Moda ve Kadıköy gibi farklı noktalarında gerçekleştirilen kamusal alan uygulamalarında, yıpranmış ve göz ardı edilmiş yüzeyler 90'lı yılların piksel estetiğinden ilham alan seramik yerleştirmelerle yeniden yorumlanıyor.

Tasarım, sanat, ileri dönüşüm ve şehir yaşamını aynı zeminde buluşturan proje; seramik parçalarını farklı renk, form ve kompozisyonlarla bir araya getirerek gündelik şehir alanlarına yeni bir bakış sunuyor. Kaleseramik'in "İyi Tasarım" yaklaşımı ve "İyi Bak Dünyana" taahhüdü doğrultusunda hayata geçirilen Seramik Onarım Hareketi, üretim fazlası seramiklerin yeniden değerlendirilmesini yaratıcı bir tasarım süreciyle ele alıyor.

90'ların estetiği, bugünün şehirlerinde

Kent Piksel'in görsel dili, 90'lı yıllardan hafızamızda yer etmiş renkli karakterlerden ve popüler kültürün ikonik imgelerinden ilham alıyor. Dönemin dünyasından tanıdık görsel referanslar, piksel estetiğiyle yeniden yorumlanarak seramik yerleştirmelere dönüşüyor.

Bu görsel dil, üretim fazlası seramiklerin farklı renk ve formlarıyla bir araya gelerek İstanbul'un farklı noktalarındaki yıpranmış ve göz ardı edilmiş yüzeylere taşınıyor. Böylece 90'lı yıllardan hafızamızda yer eden karakterler ve imgeler, kamusal alanlarda yeni bir yorumla yeniden karşımıza çıkıyor.

Seramik Onarım Hareketi yaratıcı çevrelerle buluşuyor

Seramik Onarım Hareketi'nin Kale Fulya Showroom'da gerçekleştirilen lansmanı, mimar, tasarımcı, sanatçı, içerik üreticisi, sosyal girişimci ve farklı yaratıcı alanlardan isimleri bir araya getirdi. Buluşmada Onaranlar Kulübü tarafından projenin çıkış noktası, uygulama süreci ve İstanbul'daki yerleştirmeler paylaşılırken, katılımcılar da proje üzerine sohbet etme ve üretim sürecine dahil olma fırsatı buldu.

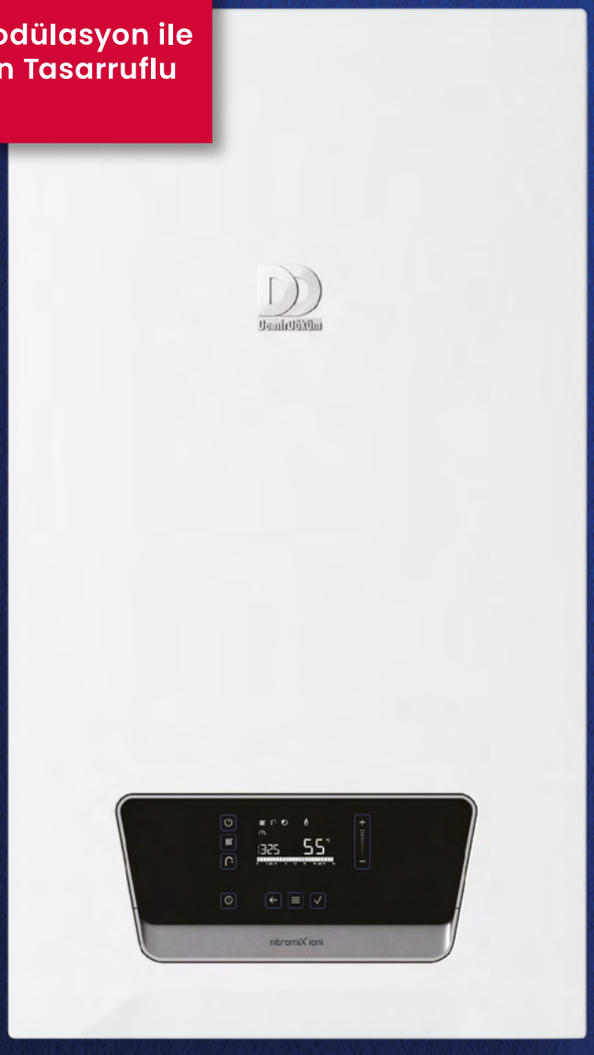
Etkinliğin devamında proje sanatçısı Hilal Arabacıgil eşliğinde gerçekleştirilen atölyede, üretim fazlası seramik parçaları kullanılarak vazolar tasarlandı. Katılımcılar, seramik parçalarının yeniden değerlendirilerek yeni bir tasarımın parçasına dönüşmesini doğrudan deneyimledi.

Bu buluşma, Seramik Onarım Hareketi'nin yalnızca kamusal alanda gerçekleştirilen uygulamalarla değil, farklı yaratıcı çevrelerin bir araya geldiği, birlikte üretmeye ve yeni fikirler geliştirmeye açık buluşmalarla da büyümesini hedefleyen yapısının ilk adımlarından birini oluşturuyor.

Hareket birlikte büyüyor

Seramik Onarım Hareketi: Kent Piksel, yeni kamusal alan uygulamaları ve farklı yaratıcı çevreleri bir araya getiren buluşmalarla devam edecek. Proje, üretim fazlası seramiklerin yeniden değerlendirilmesine yönelik yaratıcı yöntemler geliştirmeyi ve tasarımın yalnızca tasarlanan nesnelerde değil, yaşadığımız şehrin içinde de karşılık bulabileceğini göstermeyi sürdürecek.

1:10
Modülasyon ile
En Tasarruflu



1:10 ile **En Yüksek Modülasyon**

A+ ile **En Tasarruflu***

17 lt/dk ile **En Yüksek Sıcak Su Konforu**

Programlama Özelliği ile **En Teknolojik**

*Migo Connect ile birlikte.
**Yukarıdaki ifadeler DemirDöküm ürün gamı arasındaki “en”leri ifade etmektedir.

Kombinin Dahası **nitromiX ioni**’de var

0850 222 1 833
demirdokum.com.tr

DemirDöküm



DAIKIN, COP31'DE BİNALARIN KARBONSUZLAŞTIRILMASINA YÖNELİK ÇÖZÜMLERİNİ TANITACAK

Daikin, COP31 kapsamında Japonya Çevre Bakanlığı tarafından düzenlenen Japonya standında yer alarak binaların karbonsuzlaştırılmasına yönelik çalışmalarını uluslararası katılımcılarla paylaşacak. Şirket, enerji verimliliği, elektrifikasyon ve soğutucu akışkan yönetimine odaklanan çözümlerini tanıtacak.

Binalardan kaynaklanan emisyonların azaltılmasında iklimlendirme ve ısıtmanın rolü

Bina ve inşaat sektörü, küresel ölçekte enerji kullanımından ve endüstriyel süreçlerden kaynaklanan CO_2 emisyonlarının yaklaşık %37'sini[1] oluşturuyor. Mekân soğutması, mekân ısıtması ve su ısıtmasının ise bu emisyonların yaklaşık yarısından sorumlu olduğu tahmin ediliyor. Bu nedenle binaların yaşam döngüsü boyunca oluşan emisyonları azaltmaya yönelik uluslararası çalışmalar hız kazanıyor. COP28'de başlatılan Buildings Breakthrough girişimi ve ertesi yıl kabul edilen Chaillot Bildirgesi bu çalışmalar arasında yer alıyor.

İklimlendirme alanındaki uzmanlığıyla Daikin, mekân soğutması, mekân ısıtması ve su ısıtmasında kullanılabilecek teknolojileriyle bina ve inşaat sektörünün karbonsuzlaştırılmasına katkıda bulunmayı hedefliyor.

Daikin, COP31'de üç alana odaklanacak

COP31 Başkanlığı kapsamında açıklanan Küresel İklim Eylem Gündemi hedefleri arasında, bina sektöründe enerji tüketim yoğunluğunun 2035'e kadar en az %25 azaltılması ve nihai enerji talebinde elektriğin payının %35'e çıkarılması yer alıyor. Daikin, bu hedeflerle örtüşen enerji verimliliği ve elektrifikasyon teknolojilerinin yanı sıra soğutucu akışkanların toplanmasına yönelik çözümünü tanıtacak.

Yüksek verimli inverter klimalar, çalışma kapasitesini soğutma yüküne göre optimize ederek enerji tüketiminin azaltılmasına katkı sağlayabiliyor. Isı pompaları ise mekân ve su ısıtmasının elektrifikasyonunu yüksek enerji verimliliğiyle destekleyerek CO_2 emisyonlarının azaltılmasına katkı sağlıyor. Klima ekipmanlarının yenilenmesi veya kullanım ömrünü tamamlaması sırasında soğutucu akışkanların uygun şekilde toplanması, soğutucu akışkan kaynaklı emisyonların azaltılmasına katkı sağlıyor. Japonya'nın bu alanda geliştirdiği kurumsal ve operasyonel uygulamalardan yararlanan Daikin, enerji verimliliği ve elektrifikasyonu soğutucu akışkan yönetimiyle bir araya getiren uygulanabilir yaklaşımlar sunacak.

Ziyaretçiler CO_2 azaltım potansiyelini karşılaştırabilecek

Daikin'in etkileşimli sergisinde ziyaretçiler, tanıtılan teknolojilerin ve çözümün uygulandığı senaryoları uygulanmadıkları senaryolarla karşılaştırabilecek. CO_2 emisyonlarını gösteren grafikler, ziyaretçilerin seçtiği koşullara göre değişerek olası azaltımın görülmesini sağlayacak. Global ölçekte ticari uygulamaları bulunan ve yaygınlaştırılma potansiyeli taşıyan bu üç yaklaşımın, önemli ölçüde CO_2 azaltımı sağlaması bekleniyor.

Sergi, binalarda kullanılacak ekipman, teknoloji ve çözümlerin seçiminde yaşam döngüsü boyunca oluşan emisyonların dikkate alınmasının önemini vurgulayacak.

Daikin, çözümlerinin yaygınlaşmasını hedefliyor

Daikin, COP31'e katılımıyla dünya genelinde binaların karbonsuzlaştırılmasına katkıda bulunmayı ve stratejik yönetim planı FUSION30'da yer alan "Çevresel Değer Yaratma" hedefi doğrultusundaki çalışmalarını hızlandırmayı amaçlıyor. Dünya genelinde 170'ten fazla ülke ve bölgede faaliyet gösteren şirket, HVAC (ısıtma, havalandırma ve iklimlendirme) çözümlerindeki küresel birikimiyle çevre teknolojilerinin ve çözümlerinin yaygınlaşmasını desteklemeyi; işini büyütürken toplumsal sorunların çözümüne ve sürdürülebilir bir topluma katkıda bulunmayı hedefliyor.
Daikin Industries, Ltd.'nin sürdürülebilirlikten sorumlu Kıdemli İcra Kurulu Üyesi Katsuyuki Sawai, COP31 katılımına ilişkin şunları söyledi: "Japonya'nın ileri teknolojilerini ve girişimlerini sergileyen Japonya standındaki sergimiz ve seminer sunumlarımız aracılığıyla Daikin, karbon nötrlüğüne ulaşmaya yönelik teknolojileri ve çözümleri hükümet ve uluslararası kuruluş temsilcilerine tanıtacak. İleri teknolojiler geliştirmenin yanı sıra bunların uygulanmasını ve daha geniş ölçekte benimsenmesini teşvik ederek bina sektörünün karbonsuzlaştırılmasına öncülük edeceğiz. Sürdürülebilir bir topluma katkıda bulunmak için uluslararası toplumla birlikte çalışacağız."

GPD®

'Daima Sizlerle'

2-6 Kasım, İstanbul Expo Center - Yeşilköy
UNICERA İSTANBUL
4-A04

BANYO ve MUTFAK ARMATÜRLERİ







GEBERIT INFO SHOWROOM, YAKLAŞIK 300 SEKTÖR PROFESYONELİNİ AĞIRLADI

Geberit; Etiler Nisbetiye ON'da konumlanan Info Showroom'unda Cosentino ve Smeg iş ortaklığıyla özel bir davete ev sahipliği yaptı. 300'e yakın mimar ve sektör profesyonelini bir araya getiren etkinlik, kokteyl ve showroom gezisi eşliğinde gerçekleşti. Etkinlik boyunca katılımcılar, Geberit Info Showroom'u deneyimleyerek markanın tasarım ve mühendisliği bir araya getiren çözümlerini yakından inceleme fırsatı buldu.

Geberit, tasarım ve uygulama deneyim alanı olarak kurguladığı Geberit Info Showroom'da önemli bir davete ev sahipliği yaptı. Cosentino ve Smeg iş ortaklığıyla gerçekleşen ve Etiler Nisbetiye ON'da düzenlenen özel davet, mimarlar başta olmak üzere sektör profesyonellerini ve iş ortaklarını aynı çatı altında bir araya getirdi. Yaklaşık 300 sektör profesyonelinin katılımıyla gerçekleşen davet, Geberit Info Showroom'un sektöre sunduğu deneyim odaklı yaklaşımın önemli bir göstergesi oldu. Hoş geldiniz konuşmalarıyla başlayan etkinlik, davetlilerin showroom alanını gezmesi, ürünleri yakından incelemesi ile devam etti. Info Showroom'un yalnızca dönemsel etkinliklere ev sahipliği yapan bir buluşma noktası değil; tasarım, mühendislik, ürün seçimi ve uygulama süreçlerinde farklı disiplinleri aynı çatı altında bir araya getiren güçlü bir platform olduğunu da ortaya koydu. Mimarların ağırlıklı katılımıyla gerçekleşen buluşma, showroom'un profesyoneller için sunduğu bilgi paylaşımı, deneyimleme ve doğrudan iletişim imkânının sektördeki karşılığını görünür kıldı.

Kapılarını açtığı günden bu yana yeni bir deneyim alanı

Geberit'in Türkiye'deki ilk ve tek bağımsız info showroom olma özelliği taşıyan Geberit Info Showroom, Etiler Nisbetiye ON'da yer alıyor. Showroom, yalnızca ürünlerin sergilendiği bir alan değil; bilgi paylaşımının, profesyonel etkileşimin ve inovasyonun merkezi olarak konumlanıyor. Modern sıhhi çözümlerle yakından tanışmak isteyen herkes için kapsamlı bir buluşma noktası sunan Geberit Info Showroom, farklı uzmanlık alanlarını aynı deneyim çatısı altında bir araya getiriyor.

Tasarım kararlarını teknik bilgiyle destekleyen merkez

Mimarlar ve iç mimarlar için banyo tasarımında estetik, fonksiyon ve konforu bir arada sunan Geberit Info Showroom; ziyaretçilerine Geberit ONE, iCon ve Smyle banyo serilerinden AquaClean akıllı klozetlere, TurboFlush teknolojili çözümlerden hemzemin duş sistemlerine kadar geniş bir yelpazeyi yakından keşfetme fırsatı tanıyor. Merkez, mekanik mühendisler ve tesisat profesyonelleri için de Pluvia çatı drenaj ve SuperTube atık su drenaj sistemleri gibi ileri mühendislik çözümlerini projelerin teknik gereksinimleri doğrultusunda doğrudan deneyimlenebilir hale getiriyor. Tasarım ile mühendislik kararlarının aynı zeminde değerlendirilmesini sağlayan showroom; satın alma profesyonelleri, proje geliştiricileri ve yatırımcılara ise ürün seçim süreçlerini uzun vadeli kullanım değeri, teknik güvenilirlik ve sürdürülebilirlik kriterleriyle ele alma imkânı sunarak farklı karar verici gruplar arasında güçlü ve bilinçli iş birliklerinin kurulmasını destekliyor.

Geberit'in global uzmanlığını İstanbul'daki yerel sektör dinamikleriyle buluşturan Info Showroom, profesyoneller için yeni fikirlerin geliştiği, teknik ihtiyaçların değerlendirildiği ve farklı disiplinlerin bir araya geldiği özel bir platform olarak öne çıkıyor. Geberit, bu deneyim alanı aracılığıyla tasarım ve mühendisliği aynı çatı altında buluşturarak, banyo ve sıhhi tesisat çözümlerinde katma değerli bir iletişim ve iş birliği alanı sunmayı sürdürüyor.

2-6 Kasım, İstanbul Expo Center - Yeşilköy
UNICERA İSTANBUL
4-B03

TÜM MEVSİM KOŞULLARINDA
HIZLI SU YALITIMI

NORMAL HAVA KOŞULLARINDA YAKLAŞIK 4 SAAT SONRA, +5°C DERECEYE KADAR OLAN SICAKLIKLARDA İSE 24 SAAT İÇİNDE FAYANS UYGULAMASINA UYGUN HALE GELİR



BİTÜMLÜ KALIN KAPLAMA SU YALITIM ÖZELLİKLERİNE SAHİP BİTÜM İÇERMEYEN SU YALITIM MALZEMESİ

www.allmax.com.tr

ALLMAX
YAPI KİMYASALLARI







KALE, NOVISO ÜRÜNÜYLE RED DOT DESIGN AWARD 2026'NIN SAHİBİ OLDU

Kaleseramik'in banyo grubu markası Kale, Noviso ürünüyle tasarım dünyasının en prestijli ödüllerinden Red Dot Tasarım Ödülü'nde Ürün Tasarımı kategorisinin kazananı oldu.Bu başarı, Kale'nintasarım ve üretim kabiliyetini uluslararası platformda ortaya koyarken, Türk tasarımının global arenadaki rekabetçiliğini de bir kez daha tescilledi.

Tasarım dünyasının en saygın organizasyonlarından Red Dot Design Award'da Kaleseramik'in köklü markası Kale; minimalist tasarımı mühendislik dehasıyla birleştiren yeni lavabosu Noviso ile uluslararası jürinin takdirini topladı. "Ürün Tasarımı" kategorisinde ödüle layık görülen marka, ödülünü Almanya'nın Essen kentinde düzenlenen prestijli bir törenle aldı.

1955 yılından bu yana küresel tasarım standartlarını belirleyen -Red Dot Award, her yıl binlerce başvuru arasından yalnızca mükemmelliği yakalayan tasarımları ödüllendiriyor. Noviso; estetik, işlevsellik, yenilikçilik ve sürdürülebilirlik kriterlerinde uzman jüriden tam not alarak bu zorlu değerlendirmeden başarıyla geçti. Kısa süre önce iF Design Award 2026'dan ödülle dönen Noviso, şimdi de Red Dot Award'ı kazanarak Kale'ye tasarım dünyasının en prestijli iki ödülünü birden getirdi. Bu çifte başarı; Kale'nin banyo alanındaki üretim kabiliyetini güncel tasarım trendleriyle buluşturan vizyonunu küresel ölçekte tescilledi.

Mühendislik ve Estetiğin Kusursuz Buluşması

Ödüle layık görülen Noviso lavabo, kullanım ihtiyacını teknik bir gereklilik olmaktan çıkarıp duyusal bir dengeye dönüştürüyor. Tasarımın merkezinde yer alan gizli gider sistemi ve geleneksel içbükey formu tersine çeviren hafif dışbükey iç hazne, ürünün en dikkat çekici inovasyonları arasında öne çıkıyor. Su akışını kontrollü yan kanallara yönlendirerek sıçramayı önleyen bu özel yapı, suyun yüzeyde kalmasını engelleyerek hijyen ve temizlik kolaylığını üst seviyeye taşıyor.

Zamansız Tasarım Dili

Teknik gereklilikleri görsel bir sadelikle sunan Noviso, keskin hatları ve yumuşak geçişleriyle mekânlarda güçlü bir mimari bütünlük oluşturuyor. İnce kenar detayları, yüksek yüzey kalitesi ve hassas üretim teknolojisi, yalın bir estetikle birleşiyor. Üç farklı form seçeneği sunan ürün, farklı mimari kurgulara ve banyo konseptlerine kusursuz uyum sağlıyor.

VIESSMANN



Kazan uygulamalarında ideal çözüm

Esnek çözümler için Energydens ile tanışın!

Bluejet teknolojisi ile donatılmış yüksek ısıtma ve kullanım suyu konforuna sahip Energydens, konut ve merkezi sistem kazan uygulamaları için ideal çözümler sunar.

Farklı kapasite seçenekleri ile kaskad uygulamalar için de uygun olan Energydens, güvenilirliği ve sürekli yüksek yoğuşma verimliliğini garanti eder.

Energydens ile duvar tipi yoğuşmalı kazanların geleceğini keşfedin:
www.viessmann.com.tr

Daha fazlası için:



KALESERAMİK, ÇANAKKALE'DE ÖZ KORKMAZ İLE YENİ SATIŞ NOKTASINI AÇTI

Kaleseramik, 69 yıl önce başlayan üretim yolculuğunun simge kenti Çanakkale'de güçlü bir yatırıma daha imza attı. Yetkili bayisi Öz Korkmaz İnşaat ile hayata geçirdiği yeni satış noktası, Çanakkale girişi Atikhisar Caddesi'nde gerçekleşen törenle hizmete girdi.

2025 yılında "İyi Bak Dünyana" ve "Yenilik Budur" sloganlarıyla başlattığı dönüşüm yolculuğunda Adana'dan Konya'ya, Isparta'dan Bodrum'a, İzmir'den Antalya'ya, İstanbul'dan Bakü'ye kadar açtığı ve dönüştürdüğü satış noktalarıyla "Yaşayan Mekânlar" vizyonunu hayata geçiren Kaleseramik, bu yaklaşımı Çanakkale'de de somutlaştırdı.

Açılış törenine; TBMM Başkanı Numan Kurtulmuş, Kale Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Zeynep Bodur Okyay ve Başkan Vekili Osman Okyay, Çanakkale Milletvekilleri Ayhan Gider ve İsmet Güneşhan, Çanakkale Valisi Doç. Dr. Ömer Toraman, önceki dönem valilerinden Güngör Azim Tuna, Çanakkale Belediye Başkanı Muharrem Erkek, ilçe ve belde belediye başkanları, Tarihi Alan Başkanı İsmail Kaşdemir, ÇOMÜ Rektörü Prof. Dr. Cüneyt Erenoğlu, ÇTSO Yönetim Kurulu Başkanı Selçuk Semizoğlu, Biga TSO Başkanı Şadan Doğan, siyasi parti temsilcileri, iş insanları ve sivil toplum kuruluşu yöneticileri katıldı.

TBMM Başkanı Kurtulmuş: "Çanakkale'ye Değer Katan Bir Yatırım"

Açılışta konuşan TBMM Başkanı Numan Kurtulmuş, kendisinin de çeyrek asırdır fahri bir Çanakkaleli olduğunu ifade ederek kentin tarihi değerine değindi. Açılışı yapılan showroom'un Çanakkale ekonomisine değer katan önemli bir yatırım olduğunu kaydeden Kurtulmuş, yatırımı hayata geçiren Öz Korkmaz Ailesini ve desteğini esirgemeyen Kale Grubu yönetimini kutladığını belirtti.

Zeynep Bodur Okyay: "Çanakkale'den Doğan Kale'nin Kökü ve Kalbi Hep Burada"

Çanakkale'nin tarihi, tarımı, gıda sanayi, turizmi ve Kale Grubu ile başlayan üretim kültürü, yenilenebilir enerji kaynakları ve her yıl gelişen üniversitesi ile stratejik konumuyla yalnızca Kale Grubu için değil, Türkiye için de önemli bir il olduğunu vurgulayan Kale Grubu Başkanı ve CEO'su Zeynep Bodur Okyay, Çanakkale'nin Kale için özel anlamını vurgulayarak şunları söyledi: "Çanakkale bizim için hiçbir zaman yalnızca bir şehir olmadı. Biz Çanakkale'de doğduk. Üretmeyi, paylaşmayı ve birlikte kalkınmanın değerini bu topraklarda öğrendik. 1957'de rahmetli babam İbrahim Bodur'un attığı o ilk adım, bugün Türkiye'nin lider, Avrupa'nın ve dünyanın sayılı seramik üreticilerinden biri olmamızın temelini oluşturdu. Çanakkale'den doğan Kale'nin kolları bugün dünyayı sarıyor; ama kökümüz burada, kalbimiz hep bu topraklar için atıyor."

Öz Korkmaz Ailesi: Güven, Emek ve Nesiller Arası Aktarım

Zeynep Bodur Okyay, açılışın en büyük mimarının cesur bir karar alarak yatırımı gerçekleştiren Öz Korkmaz ailesi olduğunu vurgulayarak şunları söyledi: "2000'li yılların başından bu yana bizimle yürüyen Öz Korkmaz ailesiyle aramızdaki bağ, bir iş ilişkisinden çok daha fazlasını ifade ediyor. Bu yolculukta birbirimize duyduğumuz güveni, dayanışmayı ve ortak heyecanı her zaman koruduk. Sevgili Göksel'in bu mağazaya verdiği emeği ve gösterdiği özeni yakından takip ettim. Her detayı tek tek düşündü, en ince ayrıntısına kadar üzerine titredi. Öyle ki bu heyecanı beni, pazarlama ekibimizi de içine aldı ve ortaya çıkan sonuca bugün hep birlikte memnun olduk.

Öz Korkmaz ailesine, başta tüm çocuklarını büyük bir özveri ile yetiştiren anneleri olmak üzere tüm aileye Kale markasına duydukları güven ve yıllara dayanan iş birlikleri için gönülden teşekkür ediyorum. Açılışını yaptığımız bu yeni mağazanın Öz Korkmaz ailesine, Grubumuza, Çanakkale'mize ve tüm hemşerilerimize hayırlı ve uğurlu olmasını diliyorum."

700 m²'lik Modern Mağaza Bölgeye Hizmet Verecek

Çanakkale Seramik, Kalebodur, Kale ve T-One markalarının zengin ürün gamını bir araya getiren 700 metrekarelik yeni mağaza, evini yenilemek isteyen tüketicilerden mimar ve inşaat profesyonellerine kadar bölgedeki tüm yapı ve tasarım ihtiyaçlarına yanıt verecek. Ürün sergilemenin ötesine geçen bu yeni alan; projelerine yön vermek, doğru malzemeyi yerinde deneyimlemek ve yaşam alanlarına değer katmak isteyen herkes için ilham dolu bir buluşma noktası sunuyor.

NORM

BAĞLANTI ve TESBİT ELEMANLARI











Norm Bağlantı ile
Paslanmaz Tesisatlar

Daha Güvenli

Norm Bağlantı
Paslanmaz Boru
(304 - 316L) Sistemlerinde
Stoklarından Hızlı ve
Güvenli Çözüm Sunar.

FM APPROVED · UL LISTED · TÜV SÜD · IQR · SQ TEST · REACH · TSEK · Fraunhofer IBP

www.normfixing.com



KOMBİ KLİMA SHOP & TEKA KLİMA
İSTANBUL LANSMANI GERÇEKLEŞTİ

Kombi Klima Shop, Teka Klima Lansman Toplantıları kapsamında düzenlediği ikinci organizasyonunu 16 Haziran 2026 tarihinde İstanbul'da, Sheraton Levent Hotel'de gerçekleştirdi.

Etkinlikte, Mayıs ayında Türkiye pazarına sunulan Teka klima ürünleri ile dünyanın önde gelen iklimlendirme teknolojileri üreticilerinden Midea Group'un global gücü, vizyonu ve sektöre yönelik stratejileri katılımcılarla paylaşıldı.

Toplantının açılış konuşmaları ve sunumları, Kombi Klima Shop Kurucu Ortağı Yeliz Kaya ile Klima Satış Müdürü Ramazan Yalçın tarafından gerçekleştirildi. Organizasyona, Midea Türkiye CCO'su Barış Orbay, Türkiye İş Geliştirme Direktörü Can Topakoğlu, Satış Sonrası Hizmetler Yöneticisi İsa Güleç ve Kurumsal Strateji ve İş Geliştirme Mühendisi Ceren Sevik de katılarak sektöre ve ürünlere ilişkin önemli değerlendirmelerde bulundu.

Can Topakoğlu sunumunda Midea Güvencesiyle TEKA Klimanın Türkiye'de Güçlü Büyüme Hedefi başlığı altında bilgilendirmeler yaptığı konuşmasında şunlara değindi:

"Dünyanın önde gelen iklimlendirme ve beyaz eşya üreticilerinden Midea Group, global üretim gücünü ve ileri mühendislik yetkinliklerini Türkiye pazarına taşıyarak Teka markalı klimalar ile iddialı bir büyüme sürecine giriyor. 2025 yılı itibarıyla 57 milyar ABD doları ciroya ulaşan ve milyonlarca kullanıcıya hizmet sunan Midea, sahip olduğu yüksek Ar-Ge kapasitesi ve inovasyon gücü ile klima üretiminde dünya lideri durumundadır."

2026 Hedefi: Güçlü Pazar Konumu

"Standart WiFi özelliği ve 10 yıllık kompresör garantisi ile Mayıs ayında pazara sunulan yüksek enerji verimli TEKA markalı klimalar tüketiciler tarafından yoğun talep görmüştür. Midea Türkiye, TEKA markalı klimalar ile 2026 yılında pazarda güçlü bir konum elde etmeyi ve satış hacminde önemli büyüklüklere ulaşmayı hedefliyor. Yüksek teknoloji, kullanıcı odaklı tasarım ve servis avantajlarını bir araya getiren TEKA klimalar, Türkiye'de iklimlendirme sektöründe yeni bir alternatif olarak konumlanıyor."

Akıllı Teknoloji, Gerçek Verimlilik

"Yeni nesil TEKA klimalar, kullanıcı deneyimini üst seviyeye taşıyan akıllı teknolojilerle donatıldı. Standart Wi-Fi özelliği sayesinde cihazlar mobil uygulama üzerinden uzaktan kontrol edilebilirken, yapay zekâ destekli Eco+ modu ile enerji tüketimi optimize edilerek maksimum verimlilik sağlanıyor. 3D hava akışı ve ±0,5°C hassasiyetli sıcaklık kontrolü sayesinde yaşam alanlarında homojen ve sürekli konfor sunulurken, düşük ses seviyesi ile sessiz bir kullanım deneyimi sağlanıyor."

Servis ve Montajda Yeni Standart

"Midea'nın mühendislik yaklaşımı, yalnızca performansa değil, servis ve montaj süreçlerinde hız ve verimliliğe de odaklanıyor."

"TEKA klimalar: Kritik bileşenlere hızlı erişim sağlayan modüler tasarım, fan motoru ve iç bileşenlerde kolay müdahale imkânı, askı sacı üzerinde entegre su terazisi gibi detaylarla hızlı ve hatasız kurulum özellikleriyle yetkili servisler için önemli avantajlar sunuyor."

Dayanıklılık ve Uzun Ömürlü Güvence

"TEKA klimalar, 10 yıl kompresör garantisi ile uzun ömürlü kullanım sunarken, yeni nesil bakır boru yapısı sayesinde korozyona karşı yüksek dayanıklılık sağlıyor. Kendi kendini temizleme ve gelişmiş hijyen teknolojileri ile cihaz performansı uzun süre korunuyor."

100 Yıllık Marka Mirası, Yeni Nesil İklimlendirme

"1924 yılından bu yana kullanıcıların hayatında yer alan TEKA markası, 100 yılı aşkın köklü geçmişini ve bilgisini şimdi iklimlendirme alanına taşıyor. Midea'nın üretim gücü ile birleşen bu güçlü marka algısı, TEKA klimaları Türkiye pazarında farklılaştıran önemli unsurlar arasında yer alıyor."

UNICERA

İSTANBUL

37. ULUSLARARASI

seramik banyo mutfak fuarı

www.unicera.com.tr

37TH INTERNATIONAL

ceramic bathroom kitchen fair

2-6 KASIM NOVEMBER 2026

İSTANBUL EXPO CENTER - YEŞİLKÖY

Organizasyon

Düzenleyen

BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TOBB (TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ) DENETİMİNDE DÜZENLENMEKTEDİR.



NG KÜTAHYA SERAMİK'İN İLERİ TEKNOLOJİ YATIRIMLARINDAKİ GLOBAL BAŞARISI TECNAWARDS'TA ÖDÜLLENDİRİLDİ

NG Kütahya Seramik, İtalya'nın Rimini kentinde 23 Eylül 2026 tarihinde düzenlenen ve seramik sektöründeki en iyi teknolojik yatırımları uluslararası ölçekte ödüllendiren TECNAwards'ta, 'Italian Technology Ambassador' (İtalyan Teknolojisi Elçisi) ödülüne layık görüldü. Şirketin ileri teknoloji yatırımlarına verdiği önemin uluslararası seramik sektörü tarafından takdir edildiğini ortaya koyan ödül, İtalyan teknoloji ekosistemiyle geliştirdiği güçlü iş birliğinin de bir göstergesi oldu.

NG Kütahya Seramik, İtalya'nın Rimini kentinde katıldığı TECNAwards 2026'dan prestijli bir ödülle döndü. Marka; Rimini Expo Centre'da 22–25 Eylül 2026'da düzenlenen ve seramik üretim teknolojileri, makineler, prosesler ve yüzey teknolojilerine odaklanan TECNA 2026 Fuarı kapsamında 23 Eylül 2026 tarihinde düzenlenen TECNAwards'ta 'Italian Technology Ambassador' (İtalyan Teknolojisi Elçisi) ödülüne layık görüldü.

İtalyan teknoloji ekosistemiyle kurulan güçlü bağı ve sektördeki en iyi teknolojik yatırımları uluslararası ölçekte ödüllendiren TECNAwards 2026'ta alınan bu ödül, NG Kütahya Seramik'in ileri teknoloji yatırımlarına verdiği önemin uluslararası seramik sektörü tarafından takdir edildiğini ortaya koydu. Ödül, İtalyan teknoloji ekosistemiyle geliştirdiği güçlü iş birliğinin de bir göstergesi oldu. TECNAwards 2026'ta markaların 2024-2026 döneminde gerçekleştirdiği teknolojik yatırımlar değerlendirildi.

Seramik sektörünün geleceğinin ele alındığı panele Erkan Güral da katıldı

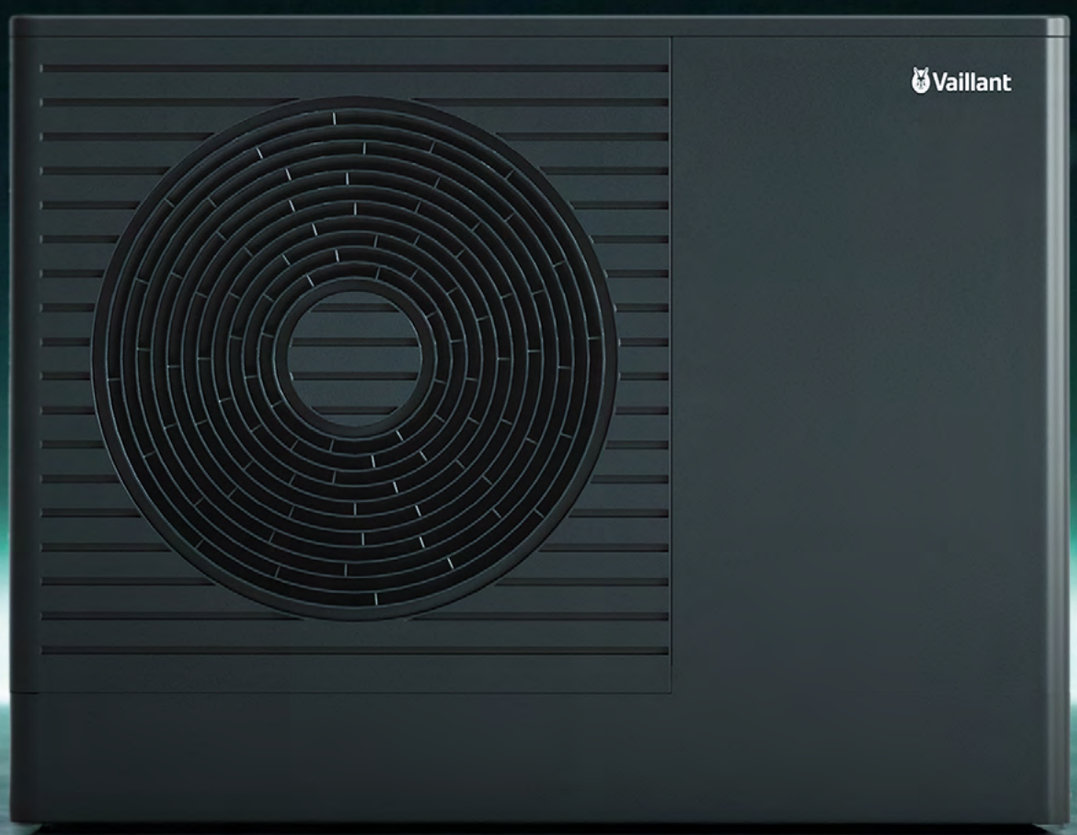
TECNAwards 2026'da seramik sektörünün geleceği ve küresel pazarlardaki dönüşümü Ceramic World Review'den Paola Giacomini moderatörlüğünde gerçekleştirilen yuvarlak masa oturumunda ele alındı. Sektörün global temsilcilerinin katıldığı oturuma oğlu Umut Güral ile katılan NG Kütahya Seramik Yönetim Kurulu Başkanı Erkan Güral, oturumda Türk seramik sektörünün mevcut konumu ve küresel pazarlardaki gelişmeler ışığında markanın gelecek vizyonunu, yeni yatırımlarını, dijitalleşme ve sürdürülebilir üretim yaklaşımı üzerine değerlendirmelerini aktardı.

NG Kütahya Seramik'in TECNAwards 2026'da aldığı ödül, markanın doğru teknolojiye ve sürekli inovasyona yaptığı yatırımların global seramik sektöründe karşılık bulduğunu ve İtalyan teknoloji üreticileriyle geliştirdiği güçlü iş birliğini ortaya koyması bakımından önem taşıyor.

aroTHERM pro

ISI POMPASI TEKNOLOJİSİNDE YENİ SEVİYE

Çok Güçlü | Çok Dayanıklı | Ultra Sessiz
Üstün Verimli | Her Mekana Uyumlu



Vaillant

VAILLANT TÜRKİYE, 2026'NIN 2. İLETİŞİM KURULU TOPLANTISI'NDA İŞ ORTAKLARIYLA BİR ARAYA GELDİ

İklimlendirme sektörünün köklü markası Vaillant Türkiye, İş Ortakları ile güçlü iş birliği geleneğini kesintisiz devam ettiriyor. Sektördeki gelişmeleri ele almak ve gelecek dönemin stratejik önceliklerini şekillendirmek amacıyla düzenlenen İletişim Kurulu Toplantısı'nın bu yılki ikinci buluşması, 15 Eylül 2026 tarihinde Ataşehir Vaillant Genel Müdürlüğü'nde gerçekleştirildi. Vaillant yöneticileri ile İş Ortaklarının bir araya geldiği toplantıda; pazarın değişen ihtiyaçları, müşteri beklentileri ve sektörel gelişmeler detaylı bir şekilde masaya yatırıldı.

"Ortak vizyonumuzla sektöre değer katmaya devam ediyoruz"

Toplantıda pazarın genel durumunu ve gelecek hedeflerine ilişkin değerlendirmelerini paylaşan Vaillant Türkiye Satıştan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Erol Kayaoğlu, şunları kaydetti: "Vaillant Türkiye olarak, sektörümüzün dinamiklerini değerlendirmek ve stratejik önceliklerimizi İş Ortaklarımız ile birlikte şekillendirmek adına düzenli olarak gerçekleştirdiğimiz İletişim Kurulu Toplantısı'nın bu yılki ikinci buluşmasını başarıyla tamamladık. Ataşehir Genel Müdürlüğümüzde bir araya geldiğimiz toplantımızda; sektördeki güncel gelişmeleri ele aldık, pazarın değişen ihtiyaçlarını ve gelecek döneme ilişkin beklentileri değerlendirdik. Stratejik planlarımıza değer katacak son derece kıymetli fikir alışverişlerinde bulunduk. 'Isıtma sistemlerine atılan imza: Vaillant' anlayışımızla; güçlü iş birliğimiz, yüksek verimliliğe sahip yenilikçi çözümlerimiz ve ortak vizyonumuz sayesinde iklimlendirme sektörüne değer katmayı ve sürdürülebilir bir gelecekte önemli rol üstlenmeyi sürdüreceğiz. Katılım sağlayan ve gücümüze güç katan tüm İş Ortaklarımıza teşekkür ederiz."

Gelecek Stratejileri ve Güçlü İş Birliği

Pazar hacmini artırmaya yönelik stratejik planların aktarıldığı ve



karşılıklı görüş alışverişinde bulunulduğu toplantıda, iş ortaklarının önerileri de detaylıca değerlendirildi. Vaillant Türkiye, iş ortaklarıyla kurduğu bu güçlü bağ ve yenilikçi hizmet anlayışı sayesinde sektörde fark yaratan çözümler sunmaya ve iklimlendirme dünyasında önemli rol üstlenmeye devam edeceğini bir kez daha teyit etti. Etkinlik, önümüzdeki döneme dair motivasyonun tazelendiği verimli bir kapanışla sona erdi.

KALE GRUBU'NDA ÜST DÜZEY ATAMA

Kalekim ile bölgesel ölçekte güçlü bir konuma sahip olan Kale Grubu, küresel büyüme hedefleri doğrultusunda organizasyon yapısını güçlendiriyor. Organik büyümenin yanı sıra stratejik yatırımlar, satın almalar ve yeni iş alanlarıyla sektördeki etkinliğini artırmayı hedefleyen Kale Grubu'nda, Yapı Kimyasalları Grup Başkanı olarak sektörün deneyimli isimlerinden Aykut Aydoğan göreve başladı.

Kalekim A.Ş., Kalekim Lyksor A.Ş. ve Grup bünyesinde yapı kimyasalları alanında gerçekleştirilecek yeni yatırımların yönetiminden sorumlu olacak Aydoğan, Kale Grubu'nun liderliğini yeni coğrafyalara taşıma, büyüme fırsatlarını değerlendirme ve küresel rekabet gücünü artırma hedeflerine liderlik edecek.

Aykut Aydoğan kimdir?

İstanbul Teknik Üniversitesi İnşaat Mühendisliği Bölümü'nden mezun olan Aykut Aydoğan, yüksek lisans eğitimini Koç Üniversitesi Executive MBA Programı'nda tamamladı. Yapı kimyasallarında ve endüstriyel pazarlarda 26 yıllık deneyime sahip Aydoğan, çalışma hayatına 2000 yılında Saint-Gobain Weber'de başladı. Kariyerinde satış, pazarlama ve genel yönetim alanlarında Türkiye, Orta Doğu ve Afrika'yı kapsayan üst düzey pozisyonlarda çalışan Aydoğan, 2021 yılında Saint-Gobain Türkiye CEO'su olarak atandı. Bu süreçte Saint-Gobain'in Türkiye'de faaliyet gösteren 12 markasının yönetiminden sorumlu olurken, Chryso, Weber, Saint-Gobain Aşındırıcılar ile iştirakleri İzocam ve Dalsan'ın yönetim kurullarında yer aldı.



Kale Grubu Yapı Kimyasalları Grup Başkanı Aykut Aydoğan

SEKTÖRE ADINI VEREN 1051 KALEKİM'İN LİDERLİĞİ BİR KEZ DAHA TESCİLLENDİ!



Yapı kimyasallarına adını veren Kalekim güvencesiyle imza attığımız her üründe üstün kalite ve performansı benimserken, sürdürülebilir teknolojiler ve yenilikçi çözümlerle paydaşlarımıza ve dünyaya iyi bakıyoruz. İlke edindiğimiz güveni desteklemek için ürünlerin kalitesini titizlikle takip eden Türkiye İMSAD'a teşekkür ediyor, Granitech ve Technoflex'ten sonra 1051 Kalekim ile liderliğimizi bir kez daha tescillemiş olmanın mutluluğunu yaşıyoruz.

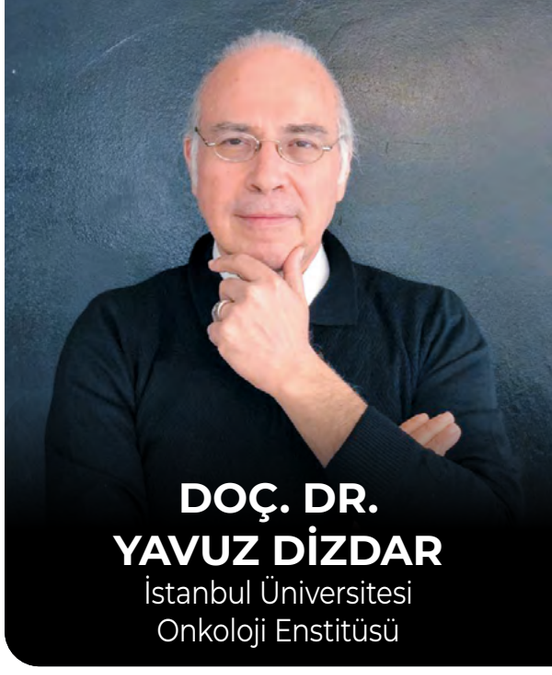
Yandaki QR kod ile İMKTS - İnşaat Malzemeleri Kalite Takip Sistemi testlerinden geçen ürünlerimizi görebilirsiniz. Kaliteden ödün vermeyen ürünlerimizle daima en iyi hizmeti sunmaya devam edeceğiz.

#İyiBakDünyana

kalekim.com

Kalekim

OSTEOPOROZ



DOÇ. DR. YAVUZ DİZDAR
İstanbul Üniversitesi Onkoloji Enstitüsü

Yaşla birlikte özellikle kemiklerin dokusunu oluşturan yapıda bir zayıflama meydana gelir. Buna bağlı olarak içerisinde kalsiyum çökmesi miktarı azalır. Kemiklerin sağlamlığını veren doğrudan kalsiyum değil. Bir matriks var ve kalsiyum bunun içerisine çöküyor. Bu aynen yumurta kabuğunun kristalize olup, o kireci bünyesine katması gibi bir şey. Bir yaştan sonra ya da bir nedenden ötürü bu olmayınca kemik dokusunda bir kalsiyum kaybı meydana geliyor ve ardından bir kırılganlaşma ortaya çıkıyor. Sorun bu kırılganlaşma. Çünkü bir düşme ya da travma sonucunda kırıkla sonuçlanıyor.

Kendini gösterdiği başlıca iki yer var. Örneğin, kollarda ve bacaklarda fazla görülmez ama köke doğru gittiğinizde özellikle uyluk kemiği başında sorun yaratıyor. Bir de omurgada kemiklerin kalsiyum miktarı ya da içeriği bozulduğu zaman çökme şeklinde ortaya çıkar. Bu çökmeler, yaşla birlikte arttığı için, kişinin boyunun da kısalmasına neden olur. Ağrısız bir çökme şeklinde ve uzun zamanda ortaya çıkar. Bazen kemik tamamen ortadan kalkabilir.

Dışarıdan belirgin olan bir hastalık olmadığı için özellikle kemiğin incelip kırılmasıyla ortaya çıkar. Yaşlı insanlarda yoğunlukla görüldüğünü göz önünde bulundurursak, kırılan kemiğin kaynama olasılığının da neredeyse olmadığını tahmin edebiliriz. Dolayısıyla kan dolaşımında bozukluk, damar tıkanıklıkları ve enfeksiyon gibi hastalıklara da sebep olabilir. Osteoporozun ana riski bu tür komplikasyonların ortaya çıkmasıdır. Yoksa kemiğin incelmiş olması ya da kalsiyum anlamında zayıf olması tek başına bir risk oluşturmuyor.

Osteoporozla ilgili sorun nereden çıktığının bilinmiyor olması. Elimizdeki verilere bakarak, bir şekilde beslenmeyle ilişkilendirilebiliyor. Yaşla birlikte insanın metabolizması haliyle değişiyor. Kemik yapımı bir şekilde uyarılmalı ki yapılabilsin. Hareket kısıtlılığı zaten artıyor. Bu sebeple bizim öncelikle söylediğimiz şey günlük yaşam aktivitelerini asla kısıtlamamaları gerektiği. 70 yaşında da olsanız, 80 yaşında da olsanız günlük bir rutininiz varsa yapabildiğiniz sürece buna devam etmelisiniz. Çünkü kemiğin yapılması, kullanıldığı zaman uyarılır. Kırık gelişen hastalarda öncelikle yapılması gereken şey, kırık düzeldikten sonra, yürümesini sağlamaktır. Yürüdüğü zaman kemik yapımı uyarılır, bu uyarılma tepeden uca doğru bir sinyal şeklinde gider ve yeni kemik yapımı ancak bu şekilde ortaya çıkabilir. Ancak osteoporozda bu söz konusu değil. Kişi yaşlıysa, bir de hareket kısıtlılığı varsa, üzerine bir kırığın eklenmesi ciddi bir sorun yaratır.

> "GENETİK BİR RAHATSIZLIK DEĞİLDİR. DOKU TİPİYLE ALAKALI BİR DURUMDUR."

Erkeklerde bu sorun daha az görülür. Genellikle kadınların sorunu diyebiliriz. Bunun hormonla ilgili bir durum olduğunu düşünüyoruz. Kadınların hormonları menopoz sonrasında değiştiği için, erkeklere nazaran daha hızlı kas ve kemik kaybı yaşanıyor. Dolayısıyla kadınlarda daha erken yaşlarda ortaya çıkar. Genetik bir rahatsızlık değildir. Doku tipiyle alakalı bir durumdur.

Beslenme alışkanlıklarından bahsedecek olursak, burada kolajenin önemi ortaya çıkıyor. Kemik suyu, paça çorbası, kaliteli bir tavuğun suyu kemik erimesinin önüne geçmek için son derece faydalı. Jöle kıvamında ve kemiği oldukça destekliyor. D vitamini yine kemikler açısından önemli. Sporla da desteklendiğinde, 60-65 yaşlarına gelindiği zaman kontrol edilmesi ve risk varsa kemiğin korunması için gerekli önlemlerin alınmasını öneriyoruz.

Bizim alabileceğimiz önlemler ise özellikle ıslak zeminlere dikkat edilmesi, halıların altına kaydırmaz konulması… Düşme riskini azaltmak önemli.

Enteresandır ki zayıf olanlarda bu risk daha fazla oluyor. Çünkü vücut ağırlığa karşı bir kemik yapım uyarısı veriyor. Zayıf olan kişinin kemiklerinde daha çok erime ortaya çıkıyor.

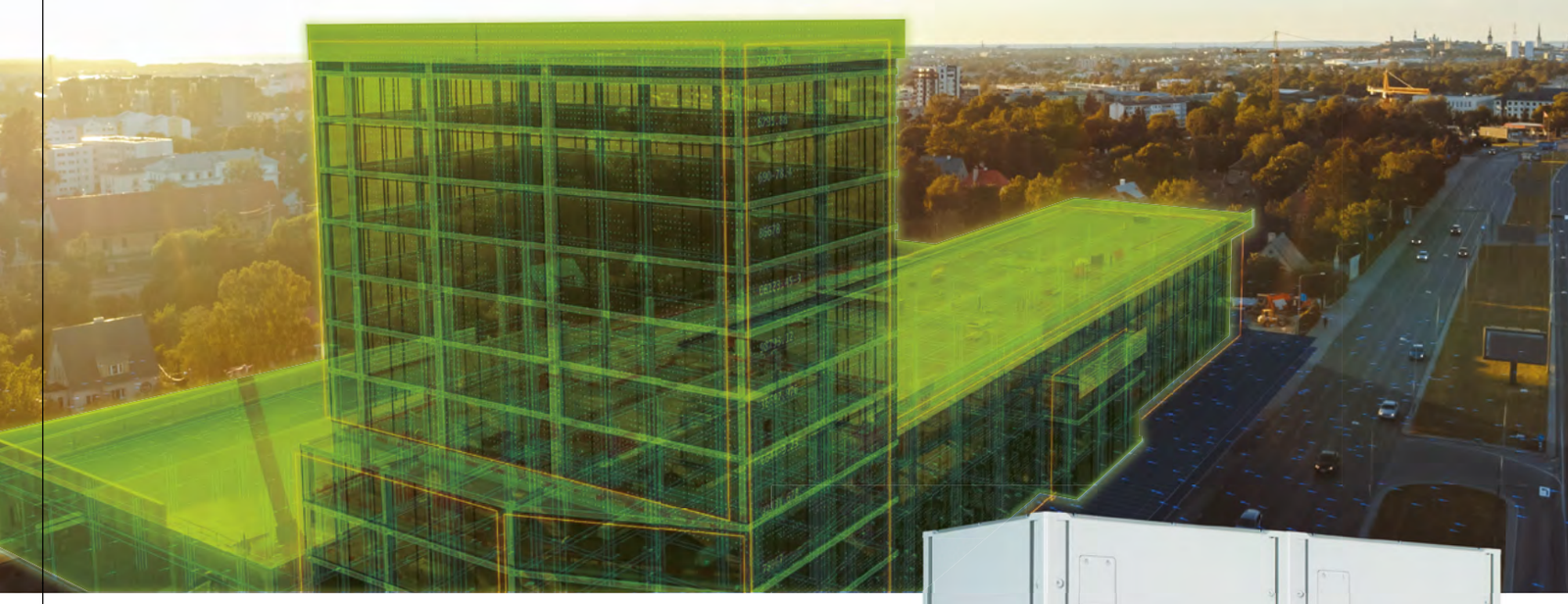
Kadınlarda menopozun 50-55 yaşları arasında olduğunu düşünürsek, kemiğin içerisindeki o kırık riskini oluşturacak boşalma 10 yıl içerisinde gerçekleşse, 65 yaş gibi, yine erkekler için de 65-70 yaş arasında kontrollere mutlaka gidilmesi gerekir.

> "KAN DOLAŞIMINDA BOZUKLUK, DAMAR TIKANIKLIKLARI VE ENFEKSİYON GİBİ HASTALIKLARA DA SEBEP OLABİLİR. OSTEOPOROZUN ANA RİSKİ BU TÜR KOMPLİKASYONLARIN ORTAYA ÇIKMASIDIR."

DAIKIN
Doğru Hava Uzmanı

Daikin Isı Geri Kazanımlı VRV 5

Sürdürülebilir bir gelecek için bugünden tasarlandı





Yıl boyunca yüksek performans gösteren yeni VRV 5, tüm ısı geri kazanımlı VRV sistem ihtiyaçlarınızı Daikin'in en sürdürülebilir çözümüyle karşılıyor. Daha düşük küresel ısınma potansiyelli R32 soğutucu akışkanı ile üstün sürdürülebilirlik sunan VRV 5; üstten üflemeli ve yüksek sezonsal verimli VRV dış ünitesiyle daha fazla yer tasarrufu sağlıyor, Shirudo teknolojisiyle küçük alanlarda güvenle kullanımı mümkün kılıyor.

VRV 5 BLUEVOLUTION

R-32

TİCARİ ALACAKLAR NASIL GÜVENCE ALTINA ALINIR?



AV. DOĞA CAN COŞAR
TİMDER Hukuk Danışmanı
dogacan@csr-law.com

Ticari hayatın belki de en temel gerçeklerinden biri şudur: Satış yapmak kadar, yapılan satışın bedelini tahsil edebilmek de önemlidir.

Özellikle vadeli satışın oldukça yaygın olduğu sektörlerde işletmeler açısından asıl risk çoğu zaman malın satılmasıyla değil, satış bedelinin vadesinde tahsil edilememesiyle ortaya çıkmaktadır. Uzun yıllardır birlikte çalışılan bir müşterinin ekonomik durumunun bozulması, piyasa koşullarındaki ani değişiklikler veya şirketlerin ödeme dengelerinin bozulması, başlangıçta oldukça güvenli görünen bir ticari ilişkiyi kısa süre içerisinde ciddi bir alacak sorununa dönüştürebilmektedir.

Bu nedenle ticari alacaklara ilişkin en doğru yaklaşım, **"Alacağımı nasıl tahsil ederim?" sorusunu borç ödenmedikten sonra değil, ticari ilişki kurulurken sormaktır.**

Peki işletmeler ticari alacaklarını güvence altına almak için nelere dikkat etmelidir?

Önce kiminle ticaret yaptığınızı bilin

Ticari ilişkilerde güven şüphesiz önemlidir. Ancak özellikle yüksek tutarlı veya uzun vadeli satışlarda yalnızca geçmişte sorunsuz çalışılmış olması yeterli bir güvence olarak görülmemelidir. Yeni bir müşteri veya bayi ile çalışılacaksa şirketin ticaret sicili kayıtları, temsil ve imza yetkilileri, faaliyet süresi ve genel ticari geçmişi mümkün olduğunca kontrol edilmelidir. Mevcut müşteriler bakımından da verilen açık hesap limitlerinin belirli aralıklarla yeniden değerlendirilmesi faydalı olacaktır.

Örneğin yıllardır düzenli ödeme yapan bir müşterinin sipariş hacminin kısa süre içerisinde birkaç katına çıkması, ödeme vadelerinin sürekli uzatılmasının talep edilmesi veya geçmiş borçlar kapanmadan yeni siparişlerin verilmesi işletme açısından dikkate alınması gereken işaretler olabilir.

Buradaki amaç müşteriye güvensizlik göstermek değil, ticari riski yönetilebilir seviyede tutmaktır.

Yazılı sözleşme lüks değil, güvencedir

Uygulamada işletmeler arasında pek çok satışın telefon görüşmeleri, WhatsApp yazışmaları veya sözlü mutabakatlar üzerinden gerçekleştiğini görüyoruz. Ticaretin hızlı yapısı içerisinde her sipariş için kapsamlı sözleşmeler hazırlanması elbette her zaman mümkün olmayabilir. Ancak özellikle sürekli ticari ilişkilerde taraflar arasındaki temel şartların yazılı olarak belirlenmesi büyük önem taşımaktadır.

Ürün veya hizmetin niteliği, ödeme vadesi, ödeme şekli, gecikme halinde uygulanacak hükümler, teminatlar ve uyuşmazlık halinde izlenecek yol mümkün olduğunca açık şekilde düzenlenmelidir.

Bunun yanında faturalar, irsaliyeler, sipariş formları, teslim belgeleri ve taraflar arasındaki yazışmaların düzenli şekilde saklanması gerekir. Çünkü bir uyuşmazlık ortaya çıktığında yalnızca alacağın varlığı değil, malın teslim edildiği veya hizmetin yerine getirildiği hususu da tartışma konusu olabilmektedir. Borçlunun temerrüdü ve temerrüt faizi gibi konular Türk Borçlar Kanunu'nda ayrıca düzenlenmiştir.

Vadeyi baştan belirleyin

Ticari ilişkilerde sık karşılaşılan sorunlardan biri de ödeme tarihinin taraflar arasında yeterince açık belirlenmemesidir.

"Malı gönderelim, ödemeyi daha sonra konuşuruz" yaklaşımı ticari ilişkinin iyi olduğu dönemde sorun yaratmayabilir. Ancak ödeme geciktiğinde tarafların vadeye ilişkin farklı değerlendirmeleri ortaya çıkabilir. Bu nedenle ödeme tarihinin mümkün olduğunca açık şekilde kararlaştırılması önemlidir. Aynı şekilde işletmelerin yalnızca toplam alacak miktarını değil, vadesi geçmiş alacak miktarını da düzenli takip etmeleri gerekir.

Bir müşterinin toplam 1 milyon TL borcu bulunması tek başına çok anlam ifade etmeyebilir. Bunun 900 bin TL'sinin henüz vadesi gelmemiş olması ile tamamının üç aydır gecikmiş olması arasında işletme açısından oldukça önemli bir fark vardır. Dolayısıyla iyi bir alacak yönetimi, muhasebe kayıtlarının tutulmasının ötesinde düzenli bir risk takibini de gerektirir.

Her müşteriye aynı açık hesap limiti verilmemeli

Özellikle bayi ve toptan satış sistemlerinde açık hesap çalışılması oldukça yaygındır. Ancak müşteriye sınırsız şekilde mal gönderilmesi ve borcun sürekli büyümesine izin verilmesi, ileride tahsilatı oldukça güç bir tablo ortaya çıkarabilir. Bu nedenle işletmeler müşteri bazında bir kredi veya açık hesap limiti belirleyebilir.

Örneğin müşterinin mevcut borcu belirlenen limite ulaştığında yeni sipariş için önce kısmi ödeme yapılması istenebilir. Böylelikle ticari ilişki tamamen kesilmeden risk kontrol altında tutulabilir.

Aslında burada oldukça basit bir prensip vardır: Tahsil edemeyeceğiniz büyüklükte bir alacağın oluşmasına baştan izin vermemek, sonradan o alacağı tahsil etmeye çalışmaktan çoğu zaman daha kolaydır.

Teminat almak neden önemlidir?

Yüksek tutarlı veya uzun vadeli ticari ilişkilerde yalnızca borçlu şirketin ödeme taahhüdüne güvenmek yerine ek teminatlar alınması düşünülebilir. Somut olayın özelliklerine göre; Banka teminat mektubu, şahsi teminatlar, kefalet, taşınır veya taşınmaz rehni ile çek ve bono gibi kıymetli evraklar ticari riskin azaltılmasında kullanılabilecek araçlar arasında yer almaktadır.

Ancak burada özellikle dikkat edilmesi gereken husus, her teminat türünün aynı hukuki sonucu doğurmamasıdır. Örneğin bir kefalet sözleşmesinin

geçerli olabilmesi için Türk Borçlar Kanunu'nda öngörülen şekil şartlarına uyulması gerekir. Dolayısıyla yalnızca bir sözleşmenin altına "şahsen kefilim" şeklinde ifade eklenmiş olması her durumda beklenen hukuki korumayı sağlamayabilir.

Aynı şekilde çek veya bono alınması da borcun mutlaka tahsil edileceği anlamına gelmez. Borçlunun ekonomik gücü bulunmuyorsa elinizde bir senet olması tahsilat sürecini kolaylaştırabilse de alacağın ekonomik olarak tahsil edilebilir olduğunu garanti etmez.

Bu nedenle teminatın türü kadar teminat veren kişinin veya malvarlığının gerçekten yeterli olup olmadığı da değerlendirilmelidir.

Şirketten alacağınız varsa ek teminat almayı ihmal etmeyin

Özellikle limited veya anonim şirketlerle yapılan yüksek tutarlı ticari ilişkilerde işletme sahiplerinin karşı taraf şirketin mali yapısını dikkate alması gerekir. Bir şirketten alınacak olması, şirket ortağının veya yöneticisinin otomatik olarak söz konusu borçtan şahsen sorumlu olduğu anlamına gelmez.

Bu nedenle gerekli görülen durumlarda usulüne uygun bir kişisel teminat veya başka bir güvence mekanizması kararlaştırılması düşünülebilir. Ancak özellikle kefalet gibi kişisel teminatlarda kanunun öngördüğü şekil şartlarına dikkat edilmesi gerektiğini tekrar belirtmek gerekir.

Taşınır mallar da teminat olabilir

Ticari ilişkilerde teminat denildiğinde çoğu kişinin aklına ilk olarak gayrimenkul ipoteği gelmektedir. Oysa mevzuatımız belirli koşullarda işletmelere ait bazı taşınır varlıkların da teslim edilmeden rehin konusu yapılabilmesine imkân tanımaktadır. 6750 sayılı Ticari İşlemlerde Taşınır Rehni Kanunu kapsamında belirli şartlarla işletmelere ait makine, ekipman, stok ve bazı başka taşınır varlıklar üzerinde rehin hakkı kurulabilmektedir. Bu sistemde rehin işlemleri Rehinli Taşınır Sicili üzerinden yürütülmektedir. Özellikle yüksek tutarlı ve sürekli ticari ilişkilerde bu tür teminat yöntemleri de somut olayın özelliklerine göre değerlendirilebilir.

Cari hesap mutabakatlarını ihmal etmeyin

Ticari ilişkinin uzun yıllar devam ettiği durumlarda yüzlerce fatura, ödeme, iade ve mahsup işlemi ortaya çıkabilmektedir. Taraflar uzun süre hesaplarını karşılaştırmadığında birkaç yıl sonra hangi faturanın ödendiği, hangi iadenin mahsup edildiği veya gerçek borç miktarının ne olduğu konusunda ciddi uyuşmazlıklar yaşanabilir.

Bu nedenle belirli aralıklarla cari hesap mutabakatı yapılması oldukça önemlidir. Borç miktarının karşı tarafça yazılı olarak teyit edilmesi, ileride ortaya çıkabilecek uyuşmazlıkların azaltılmasına da yardımcı olur.

Alacak geciktiğinde beklemek her zaman doğru değildir

Ticari hayatta borçlu müşteriye belirli ölçüde esneklik gösterilmesi son derece olağandır. Ancak bir aylık gecikmenin üç aya, üç aylık gecikmenin bir yıla dönüşmesine izin verilmesi, tahsilat ihtimalini azaltabilir. Bu nedenle işletmeler kendi içlerinde bir tahsilat politikası oluşturabilirler. Örneğin vade geçtikten sonra müşteriye hatırlatma yapılması, belirli bir süre sonra yazılı bildirim gönderilmesi ve risk devam ediyorsa yeni mal sevkiyatının sınırlandırılması gibi aşamalar önceden belirlenebilir.

Hukuki takibe başlanması gereken noktaya gelindiğinde ise mümkün olduğunca erken hareket etmek önemlidir. Ticari davalarda konusu bir miktar paranın ödenmesi olan belirli alacak ve tazminat taleplerinde dava açılmadan önce arabuluculuğa başvurulması dava şartıdır. Elbette her geciken ödeme doğrudan dava veya icra takibiyle sonuçlanmak zorunda değildir. Çoğu ticari ilişkide tarafların iletişim kurarak ödeme planı oluşturması hem daha hızlı hem de ticari ilişkinin devamı açısından daha faydalı olabilir.

Ancak ödeme planı yapılacaksa bunun da yalnızca sözlü bırakılmaması, mümkün olduğunca yazılı ve açık şekilde düzenlenmesi yerinde olacaktır. Sonuç olarak ticari alacakların güvence altına alınması tek bir hukuki işlemden ibaret değildir.

İyi hazırlanmış bir sözleşme, doğru belirlenmiş ödeme vadeleri, müşteri bazında açık hesap limitleri, düzenli cari hesap takibi ve gerekli durumlarda alınacak uygun teminatlar birlikte değerlendirildiğinde çok daha etkili bir koruma sağlar.

Ticarette "güven" kuşkusuz çok değerlidir. Ancak hukuki güvence almak, karşı tarafa güvenilmediği anlamına gelmez. Aksine doğru kurulmuş bir ticari ilişkinin en önemli özelliklerinden biri, işler yolunda giderken tarafların hak ve yükümlülüklerinin açıkça belirlenmiş olmasıdır. Çünkü ticari alacaklarda en etkili tahsilat yöntemi çoğu zaman icra takibine başlamak değil, icra takibine ihtiyaç duyulmayacak bir ticari düzeni en baştan kurmaktır.

Sağlıklı ve güvenli ticari ilişkiler dileğiyle.

"TAHSİL EDEMEYECEĞİNİZ BÜYÜKLÜKTE BİR ALACAĞIN OLUŞMASINA **BAŞTAN İZİN VERMEMEK**, SONRADAN O ALACAĞI **TAHSİL ETMEYE ÇALIŞMAKTAN ÇOĞU ZAMAN DAHA KOLAYDIR**."

İNSANSI ROBOTLARIN DİJİTAL AKILLA BULUŞMASI



PROF. DR. SERDAR PİRTİNİ
Marmara Üniversitesi
İşletme Fakültesi
Öğretim Üyesi

İnsanlık tarihi boyunca elde edilen ilerlemeler, her zaman insanlığın kaderini değiştirecek olayların yapı taşlarını oluşturmuşlardır. Uygarlığımıza böyle bir yaklaşımla baktığımızda, avcı-toplayıcılıktan tarım toplumuna geçiş bilimsel kaynaklara göre on binlerce yıl sürerken, buna karşın sanayi toplumuna geçiş binli yıllarla ifade edilen bir süre almış, sanayi devrimi sonrası atomun gücünün bulunması sadece 200 yıl sürerken, günümüzde bilgi çağına geçişimiz ise 50 yıllık bir zaman diliminde gerçekleşmiştir. 2022'de sohbet botları aracılığıyla herkesin duyduğu gerçek olan yapay zekâ dört yıllık bir zamanda, başlangıçta geleneksel şekilde dijital ortamlarda kullanılırken, şimdi robotlar aracılığıyla artık fiziksel dünyaya da adım atmış durumdadır. Şöyle ki; 2030'da robotlar başta yapay zekâ öğrenimi, yaygın iş gücü entegrasyonu ve insansı form nitelikleriyle günlük hayatımızdaki yerlerini alacaklardır. Bu büyük ve devrimsel boyuttaki dönüşümle birlikte, profesyonel hizmet robotları yaşamın her köşesine girerken, yapay zekâ ile desteklenen insansı (humanoid) robotlar çevrelerine anında uyum sağlayıp fabrikalarda ve depolarda birçok manuel işi devralacaklardır. Görüldüğü üzere; tarih boyunca hiç yaşamadığımız üstel büyüme sonucunda, sadece tahmin yapan bir algoritma ile değil, çevresiyle etkileşim kurabilen, mekanik parçaları dijital akılla birleştirebilen ve yeni gelişmeleri deneyimleyebilen yeni tür varlıkla karşı karşıyayız.

Dijitalden fiziksele geçiş: Yeni iş gücü olarak insansı robotlar

Yapay zekâ öncesi türünün son temsilcisi olan bugünkü insan, tek bir kişinin dahi çalışmadığı otonom iş yerlerine, sadece robotlar çalıştığı için aydınlatma gerekmeyen karanlık fabrikalara artık alışmak zorunda kalacaktır. Neredeyse, saniyede bir adet cep telefonu üretilebilen, her şeyin tamamen otomatik olduğu ve 7/24 çalışabilen bu karanlık fabrikalarda forkliftler, kamyonlar, vinçler, özel taşıma araçları her şey robotlar tarafından sıfır hata ve çok daha uygun maliyetlerle yerine getirilebiliyor. Aslında tüm bu açıklananlar, yapay zekânın çok kısa zamanda, önce bedenlenmiş yapay zekâ formu şeklinde fiziksel bir bedene bürünerek, sonrasında da insansı robotlara nasıl dönüştüğünü anlatıyor. Robotik eko sisteminin insanlarla etkileşime girdiği, hata yaparak tecrübe kazandığı bu süreç, insan vücudunun hareketlerini taklit edebilen robotların, insani öğrenme modellerine oldukça yaklaştıklarını bize gösteriyor. Durum böyle olunca, robotların istediğiniz her şeyi başarabileceği bir dünyada, şoförsüz otomobiller, ev inşa edebilen robotlar, muhasebecilerin ve avukatların işlerini çok daha hızlı yapabilen yazılımlar, iş dünyasında çalışmanın kurallarını değiştiriyor. Söz konusu ilerlemeleri anlamak adına, günlük konuşmalarımızda herhangi bir ekran görüntüsü için bile her şeyin yapay zekâ tarafından yapılabileceği algısından dolayı, gerçek vurgusunu yapmak zorunda kalıyoruz.

Açıkçası fiziksel dünyada yetkinleşen yapay zekâ, iş yeri operasyonlarını kolaylaştıran bir paydaş olma noktasında, küresel ekonomide genel kabul görmektedir. Görünüşe göre; insan aklını robotik ve yapay zekâ merkezli anlayışla aynı düzlemde buluşturan üretim yaklaşımı sayesinde, iş dünyası yeni nesil bir otomasyon devrimine hazırlanmaktadır. Anlaşılan; yapay zekânın sokağa, fabrikaya taşınmasıyla yöneticiler ve çalışanlar yapay zekâ ile sadece "sohbet" etmekle kalmayacak, aynı fiziksel çevrede birlikte çalışır hale gelecekler. Öte yandan; başta dünya ekonomik formu olmak üzere tüm ekonomi çevrelerinde insansı robotlar, akıllı telefonların hayatımıza girişinden bu yana, tanıklık edeceğimiz en büyük teknoloji sıçraması olarak kabul ediliyor. Öyle ki; "iş" ve "iş" arkadaşı kavramları yeniden tanımlanmakta, dijital sınırlarından kurtulan yapay zekâ, insansı robotlarla gerçek dünyayı anlayabilen genel amaçlı varlıklar inşa edebilmektedir.

Zekâ patlaması ve robotik devrim

Sözün kısası, yapay zekâ ile çok yakın zamanda etkileşime geçen insanlığın bugüne kadar yaptığı iş, dijital ortamlarda bilgisayara soru sormak ve ondan en doğru yanıtı alabilmek beklentisiyle sınırlıydı. Buna karşın şimdilerde, yazılımdan donanıma geçen yapay zekâ sonrasında; mekatronik dönüşüm olarak adlandırılan ekonomide iş yapış şekillerini değiştiren yeni bir dönem başlıyor. Bir başka ifadeyle, post-dijital ekonomide yapay zekanın yazılımdan donanıma geçmesi, dijital sınırların içine hapsolmuş bir teknolojinin kendi duvarlarını yıkarak, fiziksel bedende hayat bulmayı başarmasıdır. Yepyeni bir medeniyet evresinin başlangıcı olan "bilişsel devrim" eşiğinde, donanım kapasitesindeki logaritmik sıçrama ile yapay zekâ insansı robotların "beyni" olarak aramıza katılmaktadır. Bilişsel yeteneklerin, dijital ortamdan fiziksel dünyaya ve iş yerlerimize sıçradığı bu çağ, üretim bantlarından hizmet ofislerindeki yapay zekâ asistanlarına kadar hayatımızdaki yerini almaktadır.

Sonuç

İnsan zihnini makineyle birlikte çalışabilir hale getiren yapay zekâ, kullanıcıların işleriyle entegre çalışarak, işleri büyütebilecek sadece teknolojik değil, aynı zamanda ekonomik bir güç haline de geliyor. Buna göre, kurumsal ve bireysel kullanıcılar, yeni küresel gerçekliğin ayak seslerini duyarak, yapay zekayı eğlenceli bir uygulama, ödev yaptırma ya da her sorduğunuza hızlı cevap alma makinesi şeklinde kullanmayı bırakmalıdırlar. Bunun yerine, ekonomi dünyasında robotikle ileri otomasyon aşamasına geçtiğimizin farkında olarak, kariyer planlarının, ekonomik modellerin ve gündelik yaşam rutinlerinin yeni çalışma protokollerini bir an önce hazırlamalıdırlar. Şu hâlde; her şeyin geri dönülemez bir şekilde sıfırlandığı koşullarda, hangi meslek grubunun içinde olursak olalım kendimize sormamız gereken, mevcut iş yapma biçimlerimizi nasıl yeniden tasarlayabileceğimiz konusu olmalıdır. Kısacası, bu soruya verilen yanıtın doğruluğu, uzun bir süredir belirsizliğin ve kaotik süreçlerin hâkim olduğu dünya ekonomisinde, var olabilmenin ön koşulu haline gelecektir. Çünkü, metin yazan veya kod üreten sistemler "dar yapay zekâ" olarak tanımlanırken, "yapay genel zekâ" sizin günlük iş tanımlarınızdaki her türlü bilişsel işi yapabilecek yüksek düzeyde bir insan kapasitesinde olacaktır. Sonuç olarak; yapay zekâ ile insan zihninin uyumlandığı, yapay zekanın robotik teknolojilerle kendi halefini inşa edebildiği bir dönemde, tüm çalışanların yeni bir zihinsel format oluşturmak zorunda olduğunu asla unutmamalıyız.

Doğal ve Estetik Cephe kaplaması

clayton
surfaces' superhero



2 - 6 KASIM

UNICERA İSTANBUL 'dayız

clayton.com.tr

YouTube / clayton.turkiye

ESNAFTAN YATIRIMCIYA: BÜYÜYEN İŞ Mİ, DEĞİŞEN ZİHNİYET Mİ?



DR. ATAKAN GENÇ
Endüstri ve Sistem Mühendisi
agenc@stratejitek.com

İş dünyasında sıkça karşılaştığımız bir gelişim çizgisi vardır: Kişi önce esnaf olarak başlar, işi büyüdükçe işletmeci olur, ardından üretime geçerek sanayici kimliği kazanır ve zaman içerisinde farklı alanlara yatırım yapan bir iş insanına dönüşür.

İlk bakışta son derece doğal ve hatta arzu edilen bir gelişim sürecidir bu. Sermaye birikir, ölçek büyür, çalışan sayısı artar, organizasyon genişler ve doğal olarak iş insanının ekonomik sistem içerisindeki konumu da değişir.

Ancak burada üzerinde durulması gereken önemli bir soru vardır: İş büyüdükçe iş insanının yönetim anlayışı da aynı ölçüde büyüyor mu? Çünkü çoğu zaman şirketlerin cirosu, çalışan sayısı ve yatırımları büyürken, şirketi yöneten kişinin zihinsel modeli aynı hızda değişmeyebiliyor.

Esnaflıkta işletmenin merkezinde çoğunlukla sahibinin kendisi vardır. Müşteriyi tanır, ürünü bilir, satın almayı yapar, fiyatı belirler, kasayı kontrol eder. Hatta çoğu zaman çalışanların ne yaptığını da doğrudan takip eder. Küçük ölçekte bu model oldukça etkilidir. Sorun, işletme büyüdüğü hâlde aynı yönetim anlayışının devam ettirilmesidir. On kişinin çalıştığı bir işletmede patronun her ayrıntıyla ilgilenmesi mümkün olabilir. Yüz kişinin çalıştığı bir şirkette ise aynı davranış artık kontrol değil, organizasyonel darboğaz üretmeye başlar.

İşte esnaflıktan işletmeciliğe geçiş tam da burada başlar. İşletmeci olmak, yalnızca daha büyük bir dükkâna veya daha fazla çalışana sahip olmak değildir. İşletmeci olmak; süreç kurmak, yetki devretmek, performansı ölçmek ve işletmeyi sahibinden bağımsız çalışabilir hâle getirmektir.

Fakat birçok şirket bu aşamada takılır. Tabela değişir. Şirket büyür. Genel müdür atanır. Departmanlar kurulur. Organizasyon şemaları hazırlanır. Ama bütün önemli kararlar hâlâ patronun masasından geçiyorsa, aslında şirket kurumsallaşmış değil, yalnızca "büyümüş bir esnaf işletmesi" hâline gelmiştir.

"Yönetim refleksinin de değişmesi gerekir."
Bir sonraki aşama sanayiciliktir. Sanayici artık yalnızca ticaret yapan değil; sermaye bağlayan, üretim kapasitesi oluşturan, teknoloji kullanan, verimlilik hesaplayan, tedarik zinciri yöneten ve uzun vadeli rekabet gücü oluşturmaya çalışan kişidir. Bu aşamada yönetim refleksinin de değişmesi gerekir. Esnaf için iyi bir alış fiyatı son derece önemliyken, sanayici için kapasite kullanım oranı, toplam faktör verimliliği, enerji maliyeti, kalite seviyesi, stok devir hızı, Ar-Ge kabiliyeti ve ihracat rekabetçiliği gibi kavramlar önem kazanmaya başlar. Başka bir ifadeyle ölçek büyüdükçe sezginin yanına veri, tecrübenin yanına sistem, girişimciliğin yanına profesyonel yönetim eklenmek zorundadır.

"İyi bir işletmeci olmak, otomatik olarak iyi bir yatırımcı olmak anlamına gelmez."
Daha sonra yatırımcılık aşaması gelir. Burada ise zihniyet değişimi çok daha radikaldir. İşletmeci kendi şirketinin başarısına odaklanırken, yatırımcı sermayesinin başarısına odaklanır.

Yatırımcı açısından soru artık yalnızca: "Bu işi nasıl büyütürüm?" değildir. Asıl soru şudur: "Sermayemi hangi işte, hangi risk seviyesinde ve hangi getiri beklentisiyle değerlendirmeliyim?" Bu küçük gibi görünen fark aslında son derece önemlidir. Çünkü iyi bir işletmeci olmak, otomatik olarak iyi bir yatırımcı olmak anlamına gelmez.

Kendi sektöründe otuz yıl boyunca son derece başarılı olmuş bir iş insanı, başka sektörlerde yatırım yapmaya başladığında aynı başarıyı göstermek zorunda değildir. Hatta tam tersine, geçmiş başarı bazen yeni yatırımlardaki en önemli risklerden biri hâline gelebilir.

Kendi sektöründe güçlü sezgiler geliştirmiş bir iş insanı, bu sezgilerin başka sektörlerde de aynı şekilde çalışacağını düşünebilir. Oysa yatırım dünyası sermaye tahsisi, risk yönetimi, portföy yaklaşımı, fırsat maliyeti ve çıkış stratejisi gibi farklı bir düşünme sistemini gerektirir.

"Gerçek dönüşüm, unvan değiştiğinde değil, karar verme biçimi değiştiğinde gerçekleşir."
Belki de Türkiye'deki şirketlerin önemli sorunlarından biri tam olarak burada ortaya çıkmaktadır. Ekonomik büyüme ile yönetsel olgunlaşmayı birbirine karıştırıyoruz. Bir şirketin cirosunun milyarlarca liraya ulaşması onun mutlaka kurumsal olduğu anlamına gelmez.

Kurumların kalitesini "yönetim zihniyeti" büyütür. On fabrikaya sahip olmak profesyonel yönetim anlayışının yerleştiğini göstermez. On farklı sektörde yatırım yapmak da kişiyi otomatik olarak yatırımcı yapmaz. Gerçek dönüşüm, unvan değiştiğinde değil, karar verme biçimi değiştiğinde gerçekleşir.

Esnafın temel gücü çalışkanlığı ve ticari refleksidir. İşletmecinin gücü sistem kurabilmesidir. Sanayicinin gücü üretim kabiliyeti ve verimlilik yaratabilmesidir. Yatırımcının gücü ise sermayeyi doğru yere tahsis edebilmesidir.

Bu aşamaların her biri farklı bir yetkinlik seti gerektirir. Asıl problem, bir önceki aşamada başarı getiren davranışların sonraki aşamada da aynı şekilde devam ettirilmesidir. Oysa büyümenin belki de en zor tarafı yeni şeyler öğrenmekten çok, geçmişte işe yarayan bazı alışkanlıklardan vazgeçebilmektir. Bir iş insanının gerçek büyüklüğü sahip olduğu fabrika sayısıyla değil, kendisine rağmen çalışabilen kaç güçlü sistem kurabildiğiyle ölçülmelidir. Çünkü nihayetinde şirketlerin ölçeğini sermaye büyütür. Ama kurumların kalitesini "yönetim zihniyeti" büyütür.


2-6 Kasım, İstanbul Expo Center - Yeşilköy
UNICERA
İSTANBUL
2-B14
GAEN
ENDÜSTRIYEL HAMMEDDELER
ENDÜSTRİYEL ÇÖZÜMLERDE YENİ NESİL YAKLAŞIM
www.gaen.com.tr

MAAŞTAN DAHA FAZLASI: ÇALIŞANI KURUMA GÖNÜLDEN BAĞLAYAN NEDİR?



DOÇ. DR. GÜLBENİZ AKDUMAN
Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi
Akademisyen, Eğitmen, Yazar
gulbeniz@akduman.com

Günümüzde insanlar artık yalnızca geçimlerini sağlamak için çalışmak istemiyor. Yaptıkları işin bir değere hizmet ettiğini, emeklerinin görüldüğünü ve çalıştıkları kurumun gerçek bir parçası olduklarını hissetmek istiyorlar. Bu nedenle çalışan mutluluğunu yalnızca ücret, yan haklar veya fiziksel çalışma koşullarıyla değerlendirmek yeterli değil. Günümüzde mutluluğun en güçlü kaynaklarından ikisi, **anlamlı bir iş yapmak** ve **kuruma aidiyet hissetmek** olarak karşımıza çıkıyor.

Anlamlı iş, herkes için dünyayı değiştiren büyük projelerde çalışmak demek değildir. Bir çalışanın yaptığı işin kime, nasıl ve ne ölçüde fayda sağladığını bilmesi işini anlamlı hâle getirebilir. Üretilen bir parçanın güvenli bir yapının kurulmasına katkıda bulunduğunu görmek, müşterinin sorununu çözdüğünü bilmek veya ekip arkadaşlarının işini kolaylaştırmak, çalışana *"Benim burada olmamın bir karşılığı var, benim kuruma bir katkım var"* duygusunu yaşatır.

Aidiyet ise çalışanın kurum içinde yalnızca bir çalışan olmadığını hissetmesidir. Düşüncelerinin dinlendiği, emeğinin fark edildiği, hata yapmaktan korkmadığı ve kendisi olarak kabul edildiği bir çalışma ortamı, güçlü bir aidiyet oluşturur. Aidiyet hisseden çalışan sadece kendisinden isteneni yapan, kuruma yalnızca görev tanımıyla hizmet veren değil; dikkati, enerjisi, yaratıcılığı ve gönüllü katkısıyla da bağlanan kişidir.

Gallup'un 2025 yılı küresel iş yeri araştırması, çalışan bağlılığı ve çalışan esenliğinin kurumlar açısından önemini koruduğunu, yöneticilerin çalışan deneyimindeki rolünün ise giderek daha belirleyici hâle geldiğini gösteriyor. Çalışan mutluğu konusunda yapılan araştırmalar da çalışan mutluluğunun tek seferlik etkinlikler ve kutlamalarla değil; kurumun değerleri, yöneticilik anlayışı, gelişim olanakları ve günlük çalışma koşullarıyla birlikte ele alınması gerektiğine dikkat çekiyor.

Peki kurumlar çalışanların işlerinde anlam ve aidiyet bulmalarını nasıl destekleyebilir?

Öncelikle her çalışana yaptığı işin büyük resimdeki yeri gösterilmelidir. Yöneticiler yalnızca *"Ne yapmalısın?"* sorusunu değil, *"Bu işi neden yapıyoruz ve ortaya çıkan sonuç kime fayda sağlıyor?"* sorusunun cevabını da açıklamalıdır. Kurumsal amaç ile günlük görevler arasında bağ kurulmadığında çalışan, zamanla yaptığı işi yalnızca tamamlanması gereken zorunlu bir görev olarak görmeye başlayabilir.

İkinci olarak çalışanların katkıları görünür hâle getirilmelidir. Takdir her zaman büyük ödüller anlamına gelmez. Zamanında söylenen içten bir teşekkür, başarılı bir uygulamanın ekip içinde paylaşılması veya çalışanın fikrinin hayata geçirilmesi son derece değerlidir. Ancak sözlü takdirin samimi, adil ve somut olması gerekir. Genel ifadeler yerine, *"Bu süreçte gösterdiğin dikkat sayesinde müşterinin sorunu kısa sürede çözüldü"* demek ve direkt konuyu aktarmak çalışanın katkısını daha anlamlı kılacaktır.

Aidiyeti güçlendirmek için çalışanlara söz hakkı verilmesi de önemlidir. İnsanlar kendilerini etkileyen kararların tamamen dışında bırakıldıklarında kuruma yabancılaşabilirler. Her kararın birlikte alınması mümkün olmasa da çalışanların görüşlerini sormak, önerilerine geri dönüş yapmak ve alınan kararların nedenlerini açıklamak güven duygusunu artırır.

Bir diğer önemli konu, ekip içindeki insani bağlardır. Çalışan mutluluğu yalnızca sosyal etkinlikler düzenlemekle sağlanamaz insanların birbirlerini tanıyabildikleri, rahatça soru sorabildikleri ve ihtiyaç duyduklarında destek isteyebildikleri ilişkiler mutluluğu besler. Özellikle yeni çalışanların ekibe bilinçli biçimde dâhil edilmesi, deneyimli çalışanlardan destek almalarının sağlanması ve farklı görüşlere saygı gösterilmesi aidiyet açısından önem taşır.

Son olarak yöneticiler çalışanları yalnızca görev ve iş sonuçlarıyla değil, insan olarak görmelidir. Bazen kısa bir *"Nasılsın?"*, *"Seni zorlayan bir konu/durum var mı?"* veya *"Sana nasıl destek olabilirim?"* gibi sorular çalışanın kurumla kurduğu ilişkiyi değiştirebilir. Elbette bu soruların gerçek bir dinleme isteğiyle sorulması gerekir.

Çalışan mutluluğu bir kutlama günü, motivasyon konuşması ya da ofise yerleştirilen birkaç renkli nesneden ibaret değildir. Mutluluk; çalışanın sabah işe gelirken kendisini değerli hissetmesi, yaptığı işin nedenini bilmesi ve bulunduğu yerde kabul gördüğüne inanmasıdır.

İnsanlar anlam buldukları işe emeklerini, ait hissettikleri kuruma ise gönüllerini verirler. Bu nedenle geleceğin güçlü kurumları yalnızca iyi çalışanları işe alanlar değil; çalışanlarına *"Yaptığın iş önemli ve sen bu kurumun değerli bir parçasısın"* duygusunu yaşatabilenler olacaktır.

"İNSANLAR AİT HİSSETTİKLERİ KURUMA GÖNÜLLERİNİ VERİRLER."


YAPILARIN
GİZLİ GÜCÜ
2-6 Kasım, İstanbul Expo Center - Yeşilköy
UNICERA
İSTANBUL
4-B07
KraftMan
Online kataloğumuzu görüntülemek için QR kodu tarayın.
KraftBau
KRAFT PRO+ C2TES1 gri
KR-8000
FUGA KRAFT FLEX
KR-200
KRAFT GAZ BETON ÖRGÜ HARCI gri
KR-120
MANTO KRAFT DECO beyaz
KR-1500
25 Kg
TECHNO KRAFT 2K EPOXY ANTI SLIP FLOOR PAINT A COMP
TECHNO KRAFT 2K EPOXY PAINT A COMP
FUGA KRAFT POOL
KR-250
20 Kg
TECHNO KRAFT BRÜT BETON ASTARI
KR-7000
12 Kg
KRAFT BETON KÜRÜ
444 6 190
kraftbau.com.tr
KraftBau®
YAPI KİMYASALLARI

ŞİMDİ TEST ZAMANI!

Sevgili TİMDER Üyeleri, yıllardır yazılarımdan beni tanıdığınızı düşünüyorum, zaman zaman sürprizler yapmayı seviyorum. Bu sayıda da sizin için özel olarak hazırladığım bir anagram testini paylaşıyorum.

Daima keyif ve eğlence ile öğrenmeyi ve öğretmeyi kendime düstur edinmişimdir. Bu düşünceyle, kurumsal iletişim ve zor insanlarla kurulması gereken iletişim konulu bu keyifli test ile bilgilerimizi test edelim istedim.



ALMİLA DALKILIÇ
Yönetim & Kişisel Gelişim Eğitmeni, Hitabet Koçu
almilad@gmail.com

1) Zor bir ekip arkadaşı ile başa çıkmak için uzun vadede hangi yol izlenmelidir?

k a ç ı e v
c ı a y ı p i g r e
i l i d r b i e m d
u k n b l u m a

2) İş ortamında etkili bir ikna süreci için hangi üslup daha başarılıdır?

i i t e d i ş l e m
s g y a l d u u
a ı z k e y
a a k l l a n k u r
k a k r a m ı ş
ı r y g l a u u d
y e ö k t n m e

3) Farklı kişilik profillerine göre davranış stratejisi belirlerken hangisi daha az önemlidir?

e g e l n
n ş ı a d r v a
p l ı r l k ı a a

4) Müşteri odaklı yaklaşımda hangisi daha az önemlidir?

t t n a a d r s i l d
k n m ı ı u l l a

5) Operasyonel süreçleri iyileştirirken zaman yönetiminde hangisi en az öncelikli olmalıdır?

l a c i a a d l e m ü h
p ı a l a l n r

6) Kurum içi iletişimde şeffaflık sağlandığında kurum değerleri üzerinde hangisi daha az olumlu etki yapar?

k l i i z i g l e v
l a u m k ğ
l r k e l i e n b t e

7) Toplantı yönetiminde emrivakilerin ve kişiselleştirmelerin stratejik iletişime etkisi nedir?

e i l i m n ş i s i t e e k ş n l r
l i i e i i m ş t
e r s d n r e t m l ş e i i i

8) Motivasyonu düşük bir çalışanla iletişim kurarken en etkili yaklaşım nedir?

i i t e d i ş l e m
s g y a l d u u
a ı z k e y e ö n
r a a k ç r a k ı
i a t k a p
o m n a y l a
ı m ş l a k y a

9) Zor insanların en belirgin ortak tutumu nedir?

a t m a ş ç ı
a r a t m y a
e ğ i i l i m e v
t ı k a k r i f i
ı ı y p a s

10) Kişiler arası iletişim çatışmalarının en yaygın nedenlerinden biri nedir?

z e i e s r t y
i b g i l
l ş m p ı a ı y a e v
a ş ı n y l
b l k e t e l i e n r

1) Açık ve yapıcı geri bildirimde bulunmak. **2)** İletişimde duygusal zekayı kullanarak kormasyik duygulara yönetmek. **3)** Genel davranış kalıpları. **4)** Standart dil kullanımı. **5)** Acil mudahale planları. **6)** Gizlilik ve mugiok beklentiler. **7)** Kişiselleştirmenin iletişimi derinleştirmesi. **8)** İletişimde duygusal zekayı one çıkararak opatik olmayan yaklaşım. **9)** Çatışma yaratma eğilimi ve kati fikir yapısı. **10)** Yetersiz bilgi paylaşımı ve yanlış beklentiler.

Verimli ve geleceğe hazır
bina çözümlerini keşfedin.

ISH

15.–19. 3. 2027
Frankfurt, Almanya



The Power of Solutions

Daha iyi entegre
edilmiş yapı teknolojisi.

info@turkey.messefrankfurt.com
Tel.: +90-216-384 50 50

- Banyolar
- Havuz & Spa
- Su ve Taşıyıcı Sistemler
- Kurulum (Tesisat)
- Isı Üretimi
- Indoor Air (Havalandırma)
- Yazılım
- Akıllı Bina Yönetimi
- Sıhhi Tesisat ve HVAC Üretimi

messe frankfurt



ANATOLIA'DAN AHŞABIN SESSİZ ZARAFETİ: HUXLEY

Bazı koleksiyonlar bir tasarımla başlar. Huxley ise bir arayışla başladı. Aranan yalnızca güzel bir ahşap görünümü değildi. Sıcak, dengeli ve doğal zarafetiyle yıllar boyunca güncelliğini koruyacak bir karakterdi. Yüzlerce farklı ahşabın damar hareketi, dokusu, büyüme halkaları ve doğal izleri incelendi. Bu araştırmanın sonunda Huxley'nin temelini oluşturan tasarım şekillendi.

Ana tasarımın belirlenmesi sürecin sonu olmadı. Bu tasarım, altı ayrı renk yorumunun çıkış noktasını oluşturdu. Renkler, tek bir desenin yalnızca açılıp koyulaştırılmasıyla elde edilmedi. Her ton, kendine özgü sıcaklığı ve derinliği taşıyacak biçimde ayrı ayrı geliştirildi ve özgün damar hareketi koleksiyonun bütününde korundu.

Gerçek ahşap kendini aynı biçimde tekrar etmez. Huxley'nin 50 farklı yüzü, bu doğal değişkenliği uygulamalara taşır ve desen tekrarını azaltır. Uzun plank formatı ise mekân boyunca uzanan çizgilerle süreklilik duygusunu güçlendirir.

Yüzeyde damar yapısını izleyen ince doku, ahşabın hissini de tasarıma taşır. Yumuşak ton geçişleri, mekânın önüne geçmeden yüzeye derinlik kazandırır.

Huxley, doğal ahşabın tanıdık sıcaklığını çağdaş mekânlara taşırken farklı yüzeyler ve malzemelerle dengeli bir ilişki kurar. Bu uyum, tasarımın bütünlüğünü güçlendirerek mekâna sakin ve zamansız bir karakter kazandırır. Huxley'nin sessiz zarafeti, sıcaklık ve uyum arasındaki bu dengeden doğar.




Siyam
TASARIMI,
KALİTESİ,
ŞIKLIĞI.
SERA serisi
artık evlerinizde
2-6 Kasım, İstanbul Expo Center - Yeşilköy
UNICERA
İSTANBUL
5-H07
symsiyam.com.tr











ARTEMA'NIN YENİ DUŞ SİSTEMLERİ BANYODA KONFORU YENİDEN YORUMLUYOR

Artema, en yeni duş sistemleri Prime, Core ve Base ile banyoda farklı beklentilere yanıt veren kapsamlı bir ürün ailesi sunuyor. "Her kullanımda konforu hissedin" yaklaşımıyla hazırlanan seriler; suyun akışı, kontrolün hassasiyeti ve yalın tasarım dili üzerinden duş deneyimini günlük rutinin daha kişisel ve konforlu bir parçası haline getiriyor.

Serinin V1 segmenti olarak konumlanan Base, fonksiyonel ve pratik çözümleriyle günlük kullanım kolaylığına odaklanıyor. V2 segmentindeki Core, estetik ve modüler yapısıyla tasarım ile fonksiyon arasında dengeli bir deneyim sunuyor. V3 segmentindeki Prime ise şık tasarımı, gelişmiş kontrol detayları ve konforu artıran özellikleriyle serinin en üst segmentini oluşturuyor.

Konforu artıran çözümler

Prime, Core ve Base duş sistemlerinde güvenli sıcaklık ve termostatik kontrol, su sıcaklığının dengede tutulmasına yardımcı oluyor. 38 derece emniyet butonu, daha sıcak derecelere istenmeden çıkılmasını önlerken; ayarlanabilir başlık ve yükseklik, butonlarla fonksiyon seçimi ve debi ayarı gibi özellikler kullanım kolaylığını artırıyor. Prime krom, mat siyah ve fırçalı altın; Core krom, fırçalı nikel, mat ve parlak siyah, fırçalı ve soft altın ve fırçalı bakır; Base ise krom ve mat siyah renk alternatifleriyle farklı banyo tasarımlarına uyum sağlıyor.

Banyo, gün içinde kısa ama kişisel bir zaman alanı olarak günlük yaşamın önemli duraklarından biri haline geliyor. Artema'nın yeni duş sistemleri de bu alanı; ihtiyaca göre şekillenen fonksiyonlar, sade kullanım detayları ve konforu destekleyen çözümlerle tamamlıyor. Böylece duş, yalnızca günlük bir rutin değil, kişinin kendi beklentilerine göre dengelenen konforlu bir deneyim alanına dönüşüyor.

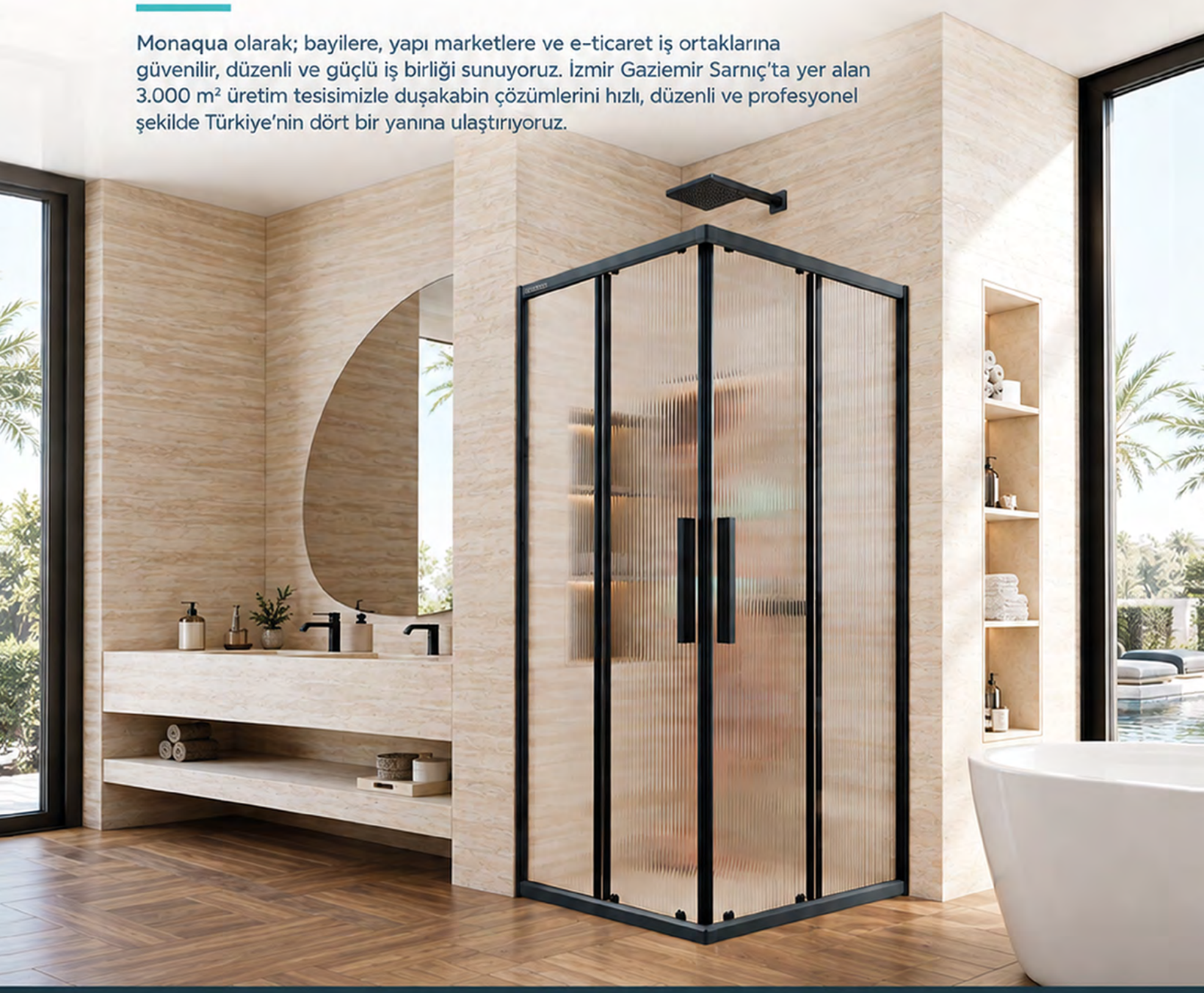
MONAQUA®
BANYO

2-6 Kasım, İstanbul Expo Center - Yeşilköy
UNICERA İSTANBUL
6-F08

Banyo Çözümlerinde Güvenilir İş Ortağınız

B2B (Bayi), proje, e-ticaret...

Monaqua olarak; bayilere, yapı marketlere ve e-ticaret iş ortaklarına güvenilir, düzenli ve güçlü iş birliği sunuyoruz. İzmir Gaziemir Sarnıç'ta yer alan 3.000 m² üretim tesisimizle duşakabin çözümlerini hızlı, düzenli ve profesyonel şekilde Türkiye'nin dört bir yanına ulaştırıyoruz.



Bayi Ağı | Toptan Satış | E-Ticaret | Hızlı Sevkiyat

monaqua.com.tr | 3.000 m² Üretim tesisi | 0(232) 453 27 82 | Fatih Mah. 1209 Sokak No:12 GAZİEMİR/İZMİR | Detaylı bilgi için taratın



BOSCH HOME COMFORT'TAN MULTI SPLİT SİSTEMLERE YENİ İÇ ÜNİTE: BOSCH CLIMATE 5000IM 1W

İklimlendirme sektörünün önde gelen markalarından Bosch Home Comfort, multi split klima sistemleri ürün gamını yeni Bosch Climate 5000iM 1W tek yön kaset tipi iç üniteyle genişletiyor. CL5000iM dış üniteleriyle uyumlu olan ürün, farklı uygulamalara yönelik çeşitli kapasite seçenekleriyle farklı iç mekân ihtiyaçlarına cevap veriyor.

Ultra ince tasarımıyla iç mekânlara uyum

Yalnızca 130 mm gövde yüksekliğine sahip Bosch Climate 5000iM 1W, ultra ince tasarımıyla iç mekânlarda estetik ve işlevselliği bir araya getiriyor. Minimal ve gizli panel yapısı sayesinde bulunduğu ortama sade ve bütünlüklü bir görünüm kazandırırken, farklı iç mekân tasarımlarına kolaylıkla uyum sağlıyor. Tek yön kaset tipi iç ünite olarak geliştirilen Bosch Climate 5000iM 1W, geniş açılı hava akışıyla havanın ortama dengeli ve konforlu biçimde yayılmasına yardımcı oluyor. Kompakt yapısını etkili hava dağılımıyla buluşturan ürün, hava kalitesini destekleyen özellikleriyle de farklı kullanım alanlarının ihtiyaçlarına yönelik kapsamlı bir iklimlendirme çözümü sunuyor.

Pratik kurulum, verimli kullanım Bosch Climate 5000iM 1W, ultra ince tasarımını pratik kurulum avantajıyla tamamlayarak uygulama süreçlerine hız ve esneklik kazandırıyor.

İklimlendirme performansını minimal tasarım, kullanım kolaylığı ve enerji tasarrufu özellikleriyle buluşturan Bosch Climate 5000iM 1W, multi split sistemler için estetik ve işlevselliği bir araya getiren güçlü bir iç ünite çözümü sunuyor.

GPD İLE SUYUN DEĞERİNİ TASARIMLA KORU



Bir armatürün tasarımında ilk bakışta form, renk ve yüzey detayları öne çıksa da nitelikli bir ürünü ortaya çıkaran unsurlar yalnızca estetik özelliklerle sınırlı değildir. Suyun akış biçimi, kullanım hissi ve tüketim miktarı da ürün tasarımının ayrılmaz bir parçasıdır.

GPD, ürün geliştirme süreçlerinde estetik ve işlevselliği, suyun verimli kullanımına yönelik çözümlerle bir arada değerlendirerek bütünsel bir tasarım anlayışı benimsiyor.

Bu yaklaşımın önemli bileşenlerinden biri, GPD armatürlerinde kullanılan su tasarruflu özel aeratörlerdir. Köpük akış teknolojisine sahip aeratör, 8 lt/dk debi değeriyle suyun kontrollü ve dengeli bir şekilde akmasını desteklerken, kireç kırıcı özelliği sayesinde kullanım ve bakım kolaylığına da katkı sağlar.

Buradaki temel hedef yalnızca su tüketimini azaltmak değil, bunu kullanıcıların günlük kullanımda beklediği konfor ve akış hissinden ödün vermeden gerçekleştirmektir. Aeratör, su akışını düzenleyerek günlük ihtiyaçlar için yeterli ve dengeli bir kullanım deneyimi sunarken, gereksiz su tüketiminin azaltılmasına katkıda bulunur.

Üstelik bu işlevleri sağlayan aeratör, armatürün en küçük ve çoğu zaman fark edilmeyen bileşenlerinden biridir. Kullanıcı tarafından doğrudan görülmese de musluk her açıldığında kullanım deneyiminin bir parçası olarak etkisini hissettirir. Bu durum, tasarımda küçük görünen teknik detayların, ürünün günlük performansı ve kullanıcı deneyimi üzerindeki belirleyici rolünü ortaya koyar.

Su kaynaklarının bilinçli ve verimli kullanımı, günümüzde bireysel alışkanlıklardan ürün geliştirme süreçlerine kadar geniş bir alanı ilgilendiriyor. Gün içerisinde mutfak ve banyolarda defalarca kullanılan armatürler de su tüketiminin yönetilmesinde önemli bir rol üstleniyor. GPD bu doğrultuda su verimliliğini, ürüne sonradan eklenen bir özellik olarak değil, tasarım ve geliştirme sürecinin temel unsurlarından biri olarak ele alıyor.

GPD için iyi tasarım, yalnızca ürünün nasıl göründüğüyle değil; günlük yaşama, kullanıcı konforuna ve kaynakların daha bilinçli kullanılmasına sunduğu katkıyla da değer kazanıyor. Küçük bir teknik detaydan yola çıkan bu yaklaşım, estetik ve işlevselliği su verimliliğiyle buluşturarak daha bilinçli bir kullanım deneyimi sunan ürünlerin geliştirilmesine katkı sağlıyor.

2-6 Kasım, İstanbul Expo Center - Yeşilköy
UNICERA İSTANBUL
4-A04



BUDERUS ISITMA SİSTEMLERİ ÜRÜN GAMINI YENİ ISITMA YAN EKİPMANLARI İLE GENİŞLETİYOR

Isıtma sistemleri alanında bütüncül çözümler sunan Buderus, ürün gamını hava ayırıcı, manyetik tortu tutucu ve genleşme tanklarıyla genişletiyor. Kazan dairelerinde ihtiyaç duyulan ısıtma yan ekipmanları Buderus kalitesiyle sunan yeni ürün grubu, farklı tesisat ihtiyaçlarına uygun seçenekleriyle sistem performansına ve uygulama kolaylığına katkı sağlıyor.

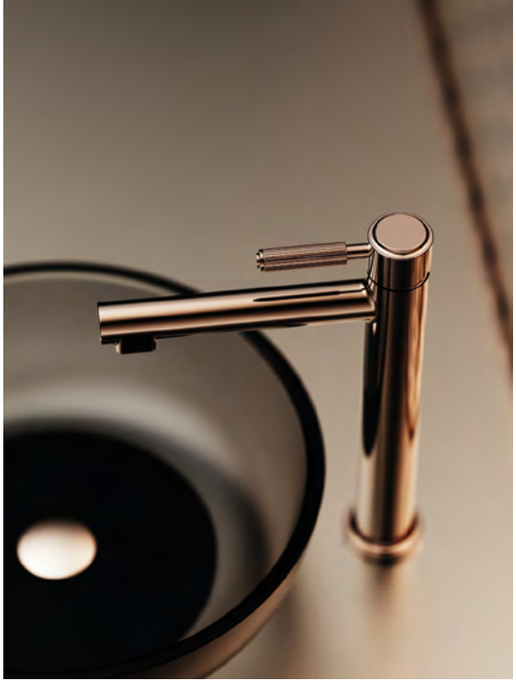
Isıtma tesisatlarında verimlilik yalnızca ana ekipmanın performansına değil, sistemi oluşturan tüm bileşenlerin birbiriyle uyumuna da bağlı. Bu yaklaşımla geliştirilen Buderus hava ayırıcılar, 3/4 inçten 2 ince kadar beş farklı çap seçeneğiyle çeşitli tesisat ölçülerine uyum sağlıyor. Ürünlerin yalıtımlı yapısı, tesisattaki ısı kayıplarının azaltılmasına ve sistem verimliliğinin korunmasına katkıda bulunuyor.

Manyetik tortu tutucularla güçlü sistem koruması

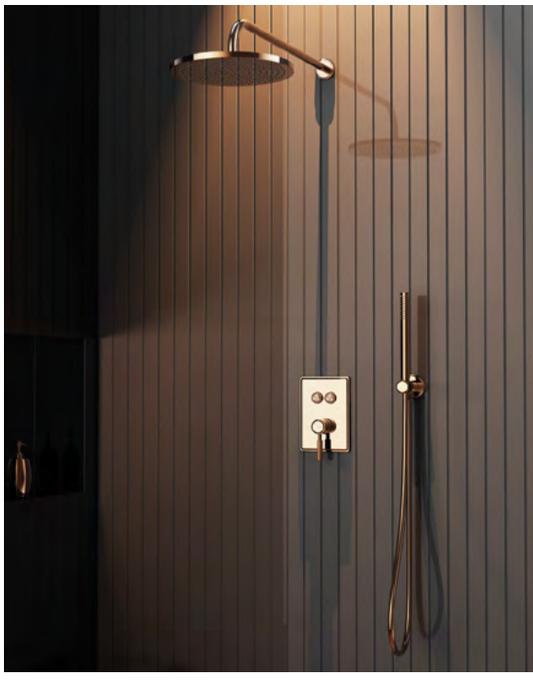
Buderus manyetik tortu tutucular da 3/4 inçten 2 ince kadar beş farklı çapta sunuluyor. Yalıtımlı gövde, ısı kayıplarını sınırlandırmaya yardımcı olurken ürünlerde kullanılan mıknatıslar manyetik tutma performansını artırıyor. Böylece tesisat içerisindeki metal parçacıkların tutulmasına katkı sağlanarak sistem bileşenlerinin korunması ve sistem sürekliliği destekleniyor.

Yeni ürün gamındaki sabit membranlı ve bakım gerektirmeyen genleşme tankları, standart ve hijyenik seri seçenekleriyle farklı tesisat türlerine yanıt veriyor. Isıtma tesisatları için geliştirilen gümüş renkli BUH serisi, 18 litreden 80 litreye uzanan beş farklı kapasiteyle sunuluyor. Güneş enerjisi tesisatlarına uygun BUS serisi ise 18 litreden 35 litreye kadar üç farklı kapasite seçeneğine sahip.

Isıtma tesisatları için sunulan beyaz renkli BUTA ve BUTD hijyenik genleşme tankları da 8 litreden 35 litreye kadar beş farklı kapasiteyle ürün gamını tamamlıyor. Bu seçenekler sayesinde uygulamanın özelliklerine ve kapasite ihtiyacına uygun ürünün belirlenmesi kolaylaşırken Buderus'un kazan dairelerine yönelik bütüncül sistem yaklaşımı da güçleniyor.





YALIN FORM, GÜÇLÜ DETAY: **NEWARC** VENÜS SERİSİ

Tasarım ve şıklığı odağına alan Newarc Venüs Serisi, silindirik hatların yalın geometrisini ince ve özenli detaylarla tamamlıyor. Serinin ayırt edici unsurlarından biri olan özel dokulu kumanda detayı, sade gövde yapısına karakter kazandırırken dengeli oranlarıyla koleksiyonun çağdaş görünümünü tamamlıyor. Bakır ve krom renk seçenekleri ise farklı malzeme, renk ve dekorasyon tercihleriyle uyum sağlayarak serinin kullanım alanını genişletiyor.

Farklı kullanım ihtiyaçlarına yönelik geniş ürün seçenekleri sunan Venüs Serisi; lavabo bataryası, evye bataryası, ankastre lavabo bataryası, ankastre banyo bataryası ve 3 fonksiyonlu duş sistemi ile banyo ve mutfak projelerinde bütüncül çözümler sunuyor. Tezgâh üstü ve ankastre uygulamalardan duş alanına uzanan koleksiyon yapısı, mimarlara ve tasarım profesyonellerine aynı ürün ailesi içerisinde farklı ihtiyaçlara cevap verebilme imkânı sağlıyor.

Serinin farklı kullanım senaryolarına uyarlanabilen ürün çeşitliliği, konut projelerinden otel ve ticari yapılara kadar farklı ölçek ve nitelikteki projelerde değerlendirilmesine olanak tanıyor. Koleksiyon genelinde sürdürülen ortak detaylar, mekânın farklı noktalarında görsel devamlılık kurulmasına katkı sağlıyor. Böylece Venüs, tekil bir armatür seçiminin ötesine geçerek banyo ve mutfakların farklı noktalarını kapsayan kapsamlı bir seri olarak öne çıkıyor.

Venüs Serisi; estetik bütünlük, kullanım alanı çeşitliliği ve farklı uygulamalara yönelik ürün alternatiflerini bir araya getiriyor. Modern yaşam alanlarının yanı sıra profesyonel projelerin ihtiyaçlarına da cevap verecek şekilde kurgulanan seri, bakırın sıcak ve karakteristik etkisinden kromun zamansız görünümüne uzanan iki farklı renk seçeneğiyle Newarc'ın banyo ve mutfak çözümleri arasındaki yerini alıyor.



GEBERIT BORU SİSTEMLERİ İLE ENDÜSTRİYEL TESİSLERDE GÜVENİLİR VE UZUN ÖMÜRLÜ ALTYAPI

Endüstriyel tesislerde altyapı sistemleri, üretim süreçlerinin sürekliliği ve işletme güvenliği açısından hayati bir rol üstleniyor. Proses suyu, basınçlı hava, endüstriyel gazlar, yangın söndürme ve drenaj gibi kritik hatlarda kullanılan boru sistemleri, tesis performansını doğrudan etkiliyor. Geberit, endüstriyel uygulamalara özel geliştirdiği boru sistemleriyle birçok sektörün ihtiyacına uzun ömürlü ve güvenilir çözümler sunuyor.

Mapress hata riskini azaltıyor

Geberit Mapress boru sistemleri, endüstriyel tesislerin ana proses ve teknik altyapı hatlarında geniş bir kullanım alanına sahip. Proses suyu ve teknik su hatları, basınçlı hava ve endüstriyel gaz dağıtım hatlarının yanı sıra soğutma ve yakıt hatlarında da güvenle kullanılan Mapress, farklı malzeme seçenekleriyle proje ihtiyaçlarına uyum sağlıyor. Paslanmaz çelik, karbon çelik ve bakır alternatifleri bulunan sistem; korozyon direnci, yüksek basınç dayanımı ve pres bağlantı teknolojisi sayesinde montaj sürecinde hız ve güvenlik sağlıyor. Kaynaksız presleme yöntemi, şantiye koşullarında hata riskini azaltırken, işletmeler için uzun vadeli kullanım avantajı sunuyor.

Mepla esnek çözümler için ideal

Metal ve plastik avantajlarını bir araya getiren Geberit Mepla çok katmanlı boru sistemi, endüstriyel tesislerde yardımcı ve ikincil hatlarda esnek kullanım imkânı sunuyor. Arıtılmış su hatları, teknik bina içi dağıtımlar, makine bağlantıları ve basınçlı hava hatlarında tercih edilen Mepla, farklı sistemler arasında güvenli geçişlere olanak tanıyor. Esnek yapısı sayesinde karmaşık tesisat güzergâhlarında montaj kolaylığı sağlayan sistem, proje bazlı çözümler için ideal bir alternatif oluşturuyor.

Endüstriyel drenajda yüksek dayanım

Endüstriyel tesislerde agresif kimyasallar ve yüksek sıcaklıktaki atık suların güvenli tahliyesi kritik önem taşıyor. Geberit PE drenaj sistemleri; proses atık su hatları, kimyasal drenaj sistemleri ve laboratuvar atık su uygulamalarında uzun ömürlü bir altyapı sunuyor. Yüksek yoğunluklu polietilen (PE-HD) malzemeden üretilen sistem, kimyasallara ve mekanik yüklere karşı dayanımıyla endüstriyel drenaj uygulamalarında güvenilir bir çözüm olarak öne çıkıyor.

Minimum 50 yıl hizmet ömrü

Geberit, endüstriyel projelerde yalnızca boru sistemleri değil; planlama, teknik danışmanlık ve uluslararası standartlara uygun ürün portföyüyle mühendisler ve satın alma ekipleri için güvenilir bir çözüm ortağı olarak konumlanıyor. Farklı hatlara özel geliştirilen sistem çözümleri, tesislerin operasyonel sürekliliğini ve yatırım güvenliğini destekliyor.

Geberit boru sistemleri minimum 50 yıl hizmet verecek şekilde üretiliyor. Bu uzun ömür, bakım ihtiyacını en aza indirirken, modüler yapısı sayesinde olası parça değişimlerinde sistemin tamamını sökmeye gerek kalmıyor. Ürünler için 10 yıl garanti sunulurken, üretimi durdurulan ürünlerde dahi 50 yıla kadar yedek parça temini sağlanarak sistem sürekliliği güvence altına alınıyor.



İNCELİKLE İŞLENEN ZARAFET: **VitrA** ORIGIN AURA

VitrA'nın Origin Aura koleksiyonu, Origin armatür serisinin yalın ve dengeli tasarım dilini, rafine yüzey dokuları, cam ve metal kumanda alternatifleriyle yeniden yorumluyor. Kromun yalın parlaklığı, mat siyahın modern duruşu, fırçalı nikelin zamansız karakteri ve soft bakırın sıcak dokusu, banyo tasarımını özgünleştiriyor. Armatürlerin işlemeli detayı, zarif bir tasarım ortaya koyarken; krom, fırçalı nikel ve soft bakır renk seçenekleri mekanı zenginleştiriyor.

Origin Aura'nın renk paleti, cam ve metal arasındaki uyumu farklı tasarım yorumlarıyla buluşturarak, kullanıcılara kendi stilini banyoya yansıtma özgürlüğü veriyor. Standart koleksiyonda beyaz cam seçeneği yer alırken; siyah, bej, yosun yeşili, terra rossa, kil beji ve taş gri tonları proje bazlı olarak uygulanabiliyor. Camın ışıkla etkileşen şeffaf ve ferah görünümü, metalin güçlü ve dengeli karakteriyle tamamlanıyor.

Lavabo ve banyo bataryalarından duş çözümlerine uzanan geniş ürün yelpazesi, malzeme, renk ve dokunun uyumunu banyolara taşıyarak rafine ve çağdaş yaşam alanları oluşturuyor.





ORKA BANYO'DAN YAŞAM ALANINA DÖNÜŞEN BANYOLAR İÇİN ZAMANSIZ BİR TASARIM: THETİS

Evde en çok dönüşen mekânlardan biri artık banyo. Bir zamanlar yalnızca işleviyle tanımlanan bu alan, bugün evin genel atmosferini tamamlayan, hatta çoğu zaman onun karakterini belirleyen mekânlardan biri olarak ele alınıyor. Malzeme seçiminden renklere, mobilyanın oranlarından ışık kullanımına kadar her detay, banyoyu günlük rutinin ötesine taşıyan bütüncül bir tasarım deneyiminin parçasına dönüşüyor.

ORKA Banyo'nun premium markası nob. Bagno için Sezgin Aksu tarafından tasarlanan Thetis Koleksiyonu da bu değişen bakış açısını yansıtıyor. Gösterişli olmadan dikkat çeken koleksiyon, sade fakat güçlü bir tasarım dili ortaya koyarken, işlevsellik ile estetiği dengeli bir bütünlük içinde buluşturuyor.

İlhamını denizlerin en güzel perisinden alıyor

Thetis'in hikâyesi, adında başlıyor. Koleksiyon, ismini Yunan mitolojisinde deniz perileri olarak bilinen Nereidlerin en güzellerinden biri olan Thetis'ten alıyor. Denizle özdeşleşen zarafet, akışkanlık ve güzellik kavramları, koleksiyonun tasarım dünyasının da ilham kaynakları arasında yer alıyor.

"Denizlerin en güzel perisi" fikrinden hareketle şekillenen Thetis, banyoda yalnızca işlevsel bir mobilya olmak yerine, bulunduğu mekânın karakterini belirleyen güçlü bir tasarım öğesi olmayı hedefliyor. Koleksiyonun renk ve yüzey alternatifleri de bu hikâyeyi tamamlayarak farklı dekorasyon anlayışlarına ve kişisel tercihlere uyum sağlayan kombinasyonlar oluşturulmasına imkân tanıyor.

Böylece mitolojiden gelen Thetis ismi, koleksiyonun zarafet ve estetik anlayışını temsil ederken; tasarımın farklı renklerle yeniden yorumlanabilen yapısı her banyoda kendine özgü bir atmosfer yaratılmasına olanak sağlıyor.

Sade çizgiler, güçlü bir ifade

Thetis'in öne çıkan özelliklerinden biri, yalın geometrisini alışılmışın dışında bir renk anlayışıyla buluşturması. Sarı ve Tarçın renk alternatifleri, banyolarda uzun yıllardır hâkim olan nötr paletin dışına çıkarak mekâna sıcaklık ve karakter kazandırıyor.

Renk kullanımı, yalın çizgiler ve dengeli tasarım diliyle birleşerek güncel dekorasyon anlayışının öne çıkardığı "az ama nitelikli" yaklaşımını yansıtıyor. Koleksiyonun dengeli oranları, yumuşak geçişli yüzeyleri ve rafine tasarım dili ise farklı dekorasyon stilleriyle kolaylıkla uyum kurmasını sağlıyor.

Thetis, böylece yalnızca renkleriyle değil; oran, yüzey ve detaylarda kurduğu bütünlükle de banyoda güçlü ancak sakin bir görsel etki yaratıyor.

Yaşam alanının doğal bir uzantısı

İyi tasarım çoğu zaman kendini sessizce hissettiriyor. Thetis de kullanım deneyimini ön plana çıkarırken, işlevsel detaylarını tasarımın doğal bir parçası haline getiriyor.

Farklı büyüklükteki banyolara uyum sağlayabilmesi için 80, 100, 120 ve 160 santimetrelik ölçü seçenekleriyle sunulan koleksiyon; seramik lavabo, LED aydınlatmalı ayna, frenli kapak ve çekmece sistemleri gibi detaylarla günlük kullanım konforunu destekliyor.

Bu yaklaşım, fonksiyonu tasarımın önüne koymak yerine ikisini birbirinden ayrılmaz bir bütün olarak ele alıyor. Çünkü günümüzde banyolardan beklenen yalnızca depolama alanı veya kullanım kolaylığı değil; aynı zamanda sade, dingin ve uzun yıllar değerini koruyabilecek bir yaşam alanı hissi.

Sezgin Aksu'nun tasarım yaklaşımını ORKA Banyo'nun üretim deneyimiyle buluşturan Thetis Koleksiyonu, işlevselliğin estetikten, estetiğin ise gündelik yaşamdan ayrılmadığı bir tasarım anlayışı ortaya koyuyor.

Mitolojiden aldığı ilhamı çağdaş tasarım diliyle yorumlayan koleksiyon, banyoyu evin geri kalanından bağımsız bir alan olmaktan çıkararak yaşam alanının doğal bir uzantısına dönüştürüyor.



SERANİT YÜZYILLIK TERRAZZO GELENEĞİNİ MODERN YAŞAM ALANLARINA TAŞIYOR

Kökeni 15. yüzyıl İtalya'sına, Venedikli ustaların mermer artıklarını değerlendirerek geliştirdiği bir yüzey kaplama tekniğine dayanan terrazzo, sade estetiği ve dayanıklılığıyla yüzyıllardır mimarinin vazgeçilmezleri arasında yer alıyor. Geçmişten bugüne popülerliğini koruyan bu zamansız tasarım anlayışı, Seranit'in Terrazzo, Litta, Morbido ve Art Terrazzo koleksiyonlarıyla günümüz yaşam alanlarında modern bir yorumla yeniden hayat buluyor.

Seranit'ten Terrazzo'ya Modern Bir Yorum

Terrazzo trendini modern yaşam alanlarıyla buluşturan Seranit; Terrazzo, Litta, Morbido ve Art Terrazzo koleksiyonlarıyla bu zamansız anlayışı günümüz mimarisinin beklentileri doğrultusunda yeniden yorumluyor. Farklı desen, renk ve ebat seçenekleriyle kurgulanan bu koleksiyonlar, terrazzo deseninin değişen mimari tarzlara ve farklı kullanım alanlarına nasıl uyarlanabileceğinin başarılı birer örneğini sunuyor.

Beyaz, krem, taupe ve antrasit tonlarında, 60x60 cm ebadında mat yüzeye sahip Terrazzo Koleksiyonu, doğal görünümü ve estetik çizgisiyle farklı mekanlara kolayca uyum sağlıyor.

Doğal taşın geleneksel soğuk algısını modern bir yorumla dönüştüren Litta Koleksiyonu, lappato yüzeyi ile beyaz, bej, gri, smoke ve mavi renk seçeneklerini bir araya getirerek mekanlara sofistike bir karakter kazandırıyor.

90x90 cm ebadındaki Morbido Koleksiyonu, kum tonu ve yumuşak renk geçişleriyle ferah ve sakin atmosferler oluştururken, Art Terrazzo Koleksiyonu ise gri tonu ve büyük agregalı deseniyle güçlü ve karakteristik mekan tasarımlarına imza atıyor.

Yeniden Yükselen Bir Dekorasyon Trendi

Doğal dokulara ve uzun ömürlü tasarım anlayışına olan ilginin artmasıyla birlikte terrazzo, mimari ve iç mekan tasarımında öne çıkan dekorasyon trendleri arasında yer almayı sürdürüyor. Porselen teknolojisindeki gelişmeler sayesinde bu klasik görünüm artık estetikten ödün vermeden dayanıklılığı, uzun ömürlü kullanımı ve kolay bakım avantajını bir arada sunan yüzeylerle buluşuyor.

Zamansız görünümü, kolay temizlenebilir yapısı ve uzun ömürlü kullanımıyla terrazzo; salonlardan mutfaklara, banyolardan antre ve koridorlara kadar yaşam alanlarının pek çok noktasında tercih ediliyor. Aynı zamanda oteller, kafe ve restoranlar, ofisler ile mağaza ve showroomlar gibi yoğun kullanıma sahip ticari mekanlarda da estetik görünümü ve fonksiyonel yapısıyla öne çıkıyor.

Seranit, farklı yaşam alanlarına uygun terrazzo koleksiyonlarıyla bu köklü tasarım anlayışını günümüz mimarisinin beklentileri doğrultusunda yeniden yorumlamaya devam ediyor.





ROCA, AQUAFY İLE FİLTRASYON TEKNOLOJİSİNİ MUTFAKLARA TAŞIYOR

Banyo alanları için geliştirdiği yenilikçi çözümlerin yanı sıra mutfak deneyimini de ileri teknolojiyle buluşturan Roca, Aquafy filtreleme sistemini kullanıcılarla buluşturuyor. Filtrelenmiş içme suyu ile şebeke suyunu tek bir bataryada sunan Aquafy; modern tasarımı, kullanım kolaylığı ve kaynakların verimli kullanımını destekleyen özellikleriyle günlük su tüketimine yeni bir yaklaşım getiriyor.

Beş aşamalı filtrasyonla daha temiz ve iyi tada sahip su

Roca Aquafy'ın beş aşamalı filtrasyon sistemi, suyun kalitesini ve tadını iyileştirmek için farklı filtreleme teknolojilerini bir arada kullanıyor. İyon değiştirici, tortu filtresi, membran, aktif karbon ve ince filtrasyon aşamalarından geçen su; kireç, tortu ve katı partiküllerin yanı sıra klor, mikroplastik, bakteri, virüs ve ağır metal gibi istenmeyen maddelerden arındırılıyor. İyon değiştirici filtre suyun yumuşatılmasına ve kireç oluşumunun azaltılmasına yardımcı olurken aktif karbon filtre, klor ve istenmeyen kokuların giderilmesini destekliyor. Böylece Aquafy, içme suyunun yanı sıra çay, kahve ve yemek hazırlığında da doğrudan bataryadan filtrelenmiş su kullanımına imkân tanıyor.

Tek filtreyle 1.200 litreye kadar kapasite

Aquafy'ın filtresi 1.200 litreye kadar su filtreleyebiliyor. Yıllık kişi başı yaklaşık 912 litrelik içme suyu tüketimi esas alındığında bu kapasite, bir kişinin bir yıllık içme suyu ihtiyacını aşan bir kullanım sunuyor. Söz konusu miktar yaklaşık 1.000 plastik su şişesine karşılık geliyor.

Filtrelenmiş su ve şebeke suyu tek bataryada

Aquafy'ın çift çıkışlı bataryaları, filtrelenmiş su ile şebeke suyuna tek bir ürün üzerinden erişim sağlıyor. Birbirinden bağımsız çalışan iki kumanda kolu, iki su kaynağının birbirine karışmasını önlüyor.

Filtrelenmiş su içme ve yemek hazırlama için kullanılırken şebeke suyu bulaşık yıkama ve temizlik gibi günlük mutfak işlerine ayrılabiliyor.

Koleksiyonda yer alan farklı çıkış yükseklikleri ve çekilebilir başlıklı seçenekler, hazırlıktan temizliğe uzanan farklı işlerde hareket alanını genişletiyor. Ergonomik kumandalar ise iki su seçeneği arasında pratik ve kontrollü geçiş yapılmasını sağlıyor.

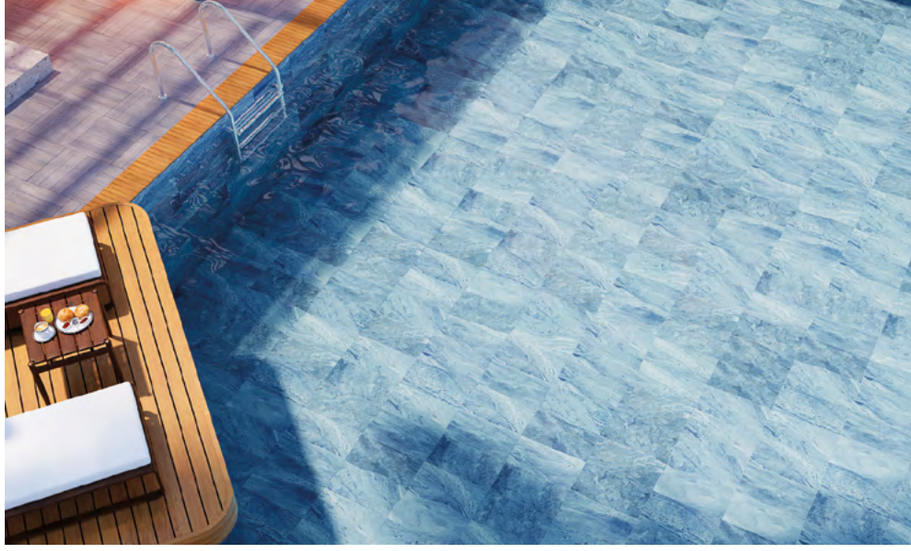
Modern tasarım enerji verimliliğiyle buluşuyor

Aquafy, gelişmiş filtrasyon teknolojisini çağdaş mutfak tasarımıyla tamamlıyor. Farklı formlarda sunulan bataryalar; krom, mat siyah ve paslanmaz çelik yüzey seçenekleriyle çeşitli mutfak stillerine uyum sağlıyor. Bataryalarda kullanılan Cold Start teknolojisi, kumanda kolu orta konumdayken sistemi soğuk suyla başlatıyor. Sıcak suyun yalnızca ihtiyaç halinde devreye girmesini sağlayan bu özellik, gereksiz sıcak su kullanımını önlemeye yardımcı oluyor ve geleneksel bataryalara kıyasla %35 ila 45'e varan enerji tasarrufunu destekliyor.

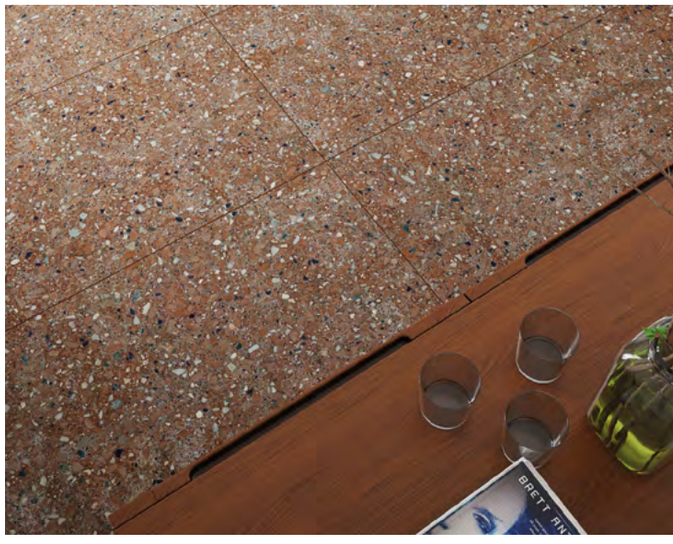
Filtre değişimini LED gösterge hatırlatıyor

Aquafy'ın LED uyarı sistemi, filtre kullanım durumunun kolayca takip edilmesini sağlıyor. Sistem aktifken mavi renkte yanan gösterge, filtre değişim zamanı geldiğinde kırmızıya dönerek kullanıcıyı bilgilendiriyor. Standart mutfak dolaplarının altına kolayca yerleştirilebilen filtrasyon sistemi, mutfakta ek bir alan oluşturmaya ihtiyaç bırakmıyor. Birkaç basit adımda ve harici desteğe gerek kalmadan değiştirilebilen filtre de bakım sürecini pratik hale getiriyor.









YURTBAY SERAMİK İLE DOĞAL DOKULARIN MODERN YORUMU

Mekan tasarımında doğallığın öne çıktığı yeni sezonda açık tonlar, dokulu yüzeyler ve zamansız malzemeler dikkat çekiyor. Yurtbay Seramik'in farklı kullanım alanlarına hitap eden dört özel serisi, hem iç hem dış mekanlarda estetik süreklilik sunarken yaşam alanlarına güçlü bir karakter kazandırıyor.

Maldives ile yazın enerjisini yansıtan mekanlar

Doğal taş dokusunu mavinin ferahlatıcı tonlarıyla buluşturan Maldives serisi, yaz enerjisini yaşam alanlarına taşıyor. 30x60 ebadı sayesinde özellikle banyo, havuz çevresi, teras ve balkon gibi alanlarda hareketli ve modern bir görünüm sunan seri mavi ve turkuaz renk alternatifleriyle mekanlarda sakin, serin ve davetkar bir atmosfer oluşturuyor. Mat yüzeyi doğal bir his yaratırken hem iç hem dış mekanlarda duvar ve yer uygulamalarında kullanılabiliyor.

Akoya ile sade ve güçlü bir estetik

Doğal taşın sofistike görünümünü çağdaş yüzey teknolojisiyle buluşturan Akoya serisi, sade ama güçlü mekan tasarımları için öne çıkıyor. 60x120 geniş ebadıyla mekanlarda kesintisiz ve bütüncül bir görünüm yaratan seri, beyaz rengin ferah etkisini yaşam alanlarına taşıyor. Lappato yüzeyi ışığı yumuşak bir şekilde yansıtarak mekana zarif bir dinamizm katarken hem iç hem dış mekanlarda duvar ve yer uygulamalarında modern bir kullanım deneyimi sunuyor.

Amalfi ile modern mimarinin yalın dili

Beton dokusunun modern mimariyle buluştuğu Amalfi serisi, minimal ve çağdaş mekanlara güçlü bir karakter kazandırıyor. 60x60 ve 60x120 ebat seçenekleriyle tasarımda esneklik sunan seri gri ve sand tonlarıyla doğal bir denge oluşturuyor. Mat yüzeyi sayesinde sakin ve yalın bir görünüm sağlayan Amalfi, hem iç hem dış mekanlarda duvar ve yer uygulamalarında kullanılabiliyor; loft dairelerden modern ofislere kadar farklı yaşam alanlarına uyum sağlıyor.

Habitat ile zamansız ve dengeli yaşam alanları

Doğal taş dokusunu sıcak ve dengeli renklerle yorumlayan Habitat serisi, zamansız tasarım anlayışını yaşam alanlarına taşıyor. Bianco, gri ve cotto renk alternatifleriyle farklı dekorasyon stillerine uyum sağlayan seri; 60x60 ve 60x120 ebat seçenekleri sayesinde hem geniş hem kompakt alanlarda estetik bir bütünlük sunuyor. Mat yüzeyiyle doğal ve sakin bir atmosfer yaratan Habitat, hem iç hem dış mekanlarda duvar ve yer uygulamalarında güvenle kullanılabiliyor.

ARAMIZA KATILANLAR

ALESTAZEY İNŞAAT SANAYİ VE TİC. LTD. ŞTİ.

YAKUP FIRAT

Tatlısu Mh. Şehit Burak Kurtuluş Cd. M.Life Göl Konakları A11 D:9 Ümraniye, İstanbul
0532 663 5295

CRT SERAMİK VE YAPI MALZEMELERİ SAN. TİC. LTD. ŞTİ.

MEHMET AKİF CİRİT

Halkalı Merkez Mh. 1.İkitelli Cd. No:17/1B Küçükçekmece, İstanbul
0212 554 5555
www.crtseramik.com

İLTER MOBİLYA İNŞAAT TAŞ. TAR. MAK. SAN. TİC. LTD. ŞTİ.

MESUT İLTER

Oyalı OSB Mh. 12. Cd. No:12A İç Kapı No:2 Eğil, Diyarbakır
0506 949 2509

ULUSOY MEKA MEKANİK

HALİL HİLMİ ÖZKAN

Madenler Mh. Gardenya Sk. No:16/A Ümraniye, İstanbul
0538 849 7783

WOME MOBİLYA DİZAYN SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.

EMRE KETENCİ

Organize Sanayi Bölgesi 2.Cd. 5.Sk. No:2 Merkez, Afyonkarahisar
0272 502 0322
www.womemobilya.com



AKGÜN GROUP

gres porcellanato dura-tiles®



60x120 Sagano Gray Dark Line - **Metropolis**
Victorian Klozet - Lavabo

#İYİ TASARIM HERKESIN HAKKI

/SERAMİKSAN

seramiksan

Seramiksan.com.tr