

TÜRKİYE TEKSTİL SANAYİİ İŞVERENLERİ SENDİKASI AYLIK DERGİSİ

TEKSTİL İŞVEREN

SAYI: 464 - NİSAN 2026

Sanayide Dijital Dönüşüm:
MEXT ne yapıyor? Değerlendirme
modeli SIRI neyi hedefliyor?

AB Gündemi
“Made in EU” kriteri Türk
üreticilere ne getiriyor?

Savaş gündeminin
ortasında umut

Texhibition İstanbul

Fuardan notlar
ve katılımcı
değerlendirmeleri

Teknik Makale
İnsan vücudu bir iletişim
aracı olarak kullanan
“I-Fiber” teknolojisi

Pamukta İyi Haber:
Sürdürülebilir üretime
devlet desteği

Tasarım
Sakin, rahat ve stil sahibi:
Matchy Matchy

Seyahat
Brugge ve Gent



Çelişkiler içinde ilk çeyrek

Değerli Okuyucumuz,

Charles Dickens “İki Şehrin Hikâyesi”ne şöyle başlar: *Zamanların hem en iyisi hem de en kötüsüydü. Bilgiğin çağıydı ve ahmaklığın... Hem inanç hem de kuşku devriydi. Işığın da asnydı karanlığın da... Hem umut baharıydı hem de umutsuzluk kışı. Her şeye sahiptir, hiçbir şeyimiz yoktu.*

İlk çeyreğini geride bıraktığımız 2026 hepimize biraz böyle hissettiriyor. Bir yandan dünyanın en büyük güçleri ve en kadim medeniyetlerinin hem füzelerle hem sosyal medya gönderileriyle yaptıkları tuhaf bir savaşı oturduğumuz yerden izliyoruz. Bir yandan da insanoğlunun uzayda şimdiye kadar kat ettiği en uzak mesafeye gidişini, Ay’ın “karanlık” yüzüyle ilk kez karşılaşmasını canlı yayında takip ediyoruz. Teknolojik gelişmeler zenginliği, refahı, insan sağlığını hiç olmadığı kadar artırırken; paylaşılamayan topraklar ve yer altı kaynakları için hâlâ kanlı savaşlar yapıyor.


Yakın coğrafyamızda bu kaos yaşanırken, kısa sürede uluslararası sektörel fuarlar takvimine girmeyi başaran Texhibition İstanbul, Mart ayında yurt içinden ve yurt dışından binlerce alıcıyı ağırladı. Özellikle Orta Doğu bölgesinden ziyaretçilerin eksikliği hissedilmekle birlikte, güvenlik kaygısı sebebiyle tek tük de olsa diğer bölgelerden de iptallerin yaşandığı gözlemlendi. Öte yandan üreticiler, hedef pazarımız olan Avrupa’da bir süredir devam eden ekonomik durgunluğun süregelen etkisi dışında, ilginin stabil şekilde devam ettiğini ifade etti. Savaşın insanı tarafı bir kenara bırakıldığında, tedarik zincirindeki yeni kırılmanın ülkemiz endüstrilerine bir nebze olsun faydası olabileceği de fuar kulislerinde konuşuldu. Texhibition İstanbul’dan gözlemlerimizi, bazı katılımcıların görüşleriyle birlikte sizlere bu sayımızda aktardık.

Avrupa Birliği Gündemi sayfamız, Brüksel’de her gün yaşanan gelişmeler, her daim gündemde olan yeni düzenlemeler sayesinde, yine boş kalmadı. Bu kez ABD’nin ardından AB’nin de korumacı tarafa geçmeye başladığı şeklinde yorumlanabilecek yeni hamlesini inceledik: “Made in EU” kriteri. “Bu bir menşe belgesi mi? AB mi yoksa Avrupa mı kastediliyor? Nasıl tanımlanıyor? gibi bir süredir AB’nin tedarikçi ülkelerini tedirgin eden sorular, geçen aylarda resmi taslağın yayınlanmasıyla biraz olsun cevap buldu. Bu durumun ülkemizi nasıl etkileyeceği, hangi sektörleri kapsayacağı gibi konuları sizin için aydınlatmaya çalıştık.

Sektörümüz ve dünyamız bu çelişkili zamanlardan geçerken, ilkbaharın gelişiyle ülkemizin kültür-sanat hayatı canlanmaya, yerli markalarımız gelişmeye devam ediyor. Biz de dergimizde tüm bunları bütüncül şekilde ele almaya çalışıyoruz.

Keyifli okumalar dileriz.

Av. Başar AY
Genel Sekreter

 **Türkiye
Tekstil Sanayii İşverenleri
Sendikası**

Metrocity A Ofis Blok Büyükdere Cad. No: 171 K: 19 34330 1. Levent - İstanbul
Tel: (0212) 344 07 77 (Pbx) Fax: (0212) 344 07 66-67
www.tekstilisveren.org.tr info@tektilisveren.org.tr

Tekstil İşveren Dergisi

Nisan 2026 • Sayı: 464

Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası Adına

İmtiyaz Sahibi

Nevzat Seyok

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü

Av. Başar Ay

Yayın Kurulu

Av. Çiğdem Ayvazoğluyüksel, Av. Yaşar Mert Babayiğit,
Av. Buse Elmas, Tuba Kobaş Huvaj, Güray Kılınç, Alper Umut Tosun

İdari Merkezi

Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası
Metrocity A Ofis Blok Büyükdere Cad. No: 171 K: 19 34330 1. Levent-İstanbul
Tel: (0212) 344 07 77 (Pbx),
Fax: (0212) 344 07 66-67,
www.tekstilisveren.org.tr

JODOMO

Yayına Hazırlayan

JODOMO Bilgi Teknolojileri ve Danışmanlık A.Ş.

Yayın Türü:

Yerel, Aylık, Süreli

ISSN: 1307-6566

Bu dergi, JODOMO Bilgi Teknolojileri ve Danışmanlık A.Ş. tarafından,
Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası
için hazırlanmıştır. Para ile dağıtılıp, satılamaz. Dergide yayımlanan yazı, fotoğraf, harita,
illüstrasyon ve konuların her hakkı saklıdır. İzinsiz, kaynak gösterilerek dahi alıntı yapılamaz.
Dergide bulunan imzalı yazıların sorumluluğu yazarlara aittir

İşbu yayındaki bilgi ve veriler, genel bilgi edinilmesi amacıyla hazırlanmıştır. Bu yayında yer alan bilgilerin
doğruluğu konusunda gerekli özen gösterilmiş olmasına rağmen, bilgi ve verilerdeki olası hatalardan ya da alınacak
yatırım kararları ile bunların sonuçlarından TTSIS sorumlu değildir. Zira buradaki bilgiler yatırım amaçlı bir tavsiye
amacını taşımamaktadır. Makale yazarlarının ya da görüş alınan kişilerin beyanları ise şahsi niteliktedir.



06 Aklımızda Kalanlar

10 Dünyada Çalışma Hayatı

12 Sektöre Texhibition İstanbul dopingi

Fuar'ın 9'uncu edisyonu 4-6 Mart 2026 tarihleri arasında savaşın ve artan maliyetlerin ortasında yapıldı. Bunlara rağmen yaşanan hareketlilik, sektöre can suyu oldu. Katılımcılarla fuarı ve sektörü konuştuk.

22 Sanayide dijital dönüşüm

Dijital çözüm merkezi MEXT ne yapıyor? Değerlendirme modeli SIRI ne tür faydalar sunuyor?

28 "Made in EU kriteri" Türk üreticilere ne getiriyor?

Kriter, Türkiye'yi nasıl etkileyecek? Detaylar netleşti.

32 Mesleki eğitimlerde son durum

Sendikamızın, ülkemizdeki mesleki eğitimin geliştirilmesine yönelik çalışmalarından bazılarını sizler için derledik.

38 Sürdürülebilir pamuk üretimine Devlet desteği

Better Cotton Initiative (BCI) sertifikasyonu, "Pazara Giriş Belgesi Desteği" kapsamına alındı.

40 Teknik makale

İnsan vücudunu iletişim ortamı olarak kullanan pilsiz ve çipli, akıllı "I-Fiber" yapısını inceledik.

44 Tasarım: Matchy Matchy

Tüm üretim süreci Kahramanmaraş'ta gerçekleşen Matchy Matchy, rahat giyimi stille buluşturuyor.

50 Seyahat: Brugge&Gent

Belçika'nın biri seyirlik, diğeri yaşamalık iki asil kardeşi...

56 Kültür-sanat

Tiyatro, konser, sergi... Sayfamıza bakmadan plan yapmayın.

58 İngilizce özetler





Birleşik Krallık pazarı yeniden öne çıkıyor

Türkiye'nin Birleşik Krallık'a ihracatı 2026'nın Ocak-Şubat döneminde 2 milyar 244.2 milyon dolara ulaşarak tüm zamanların en yüksek ilk iki aylık seviyesini gördü. Geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 8.3'lük artış, bu pazardaki ivmenin yeniden güçlendiğini gösteriyor. İngiltere, Almanya'nın ardından Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı ikinci ülke olurken, hazır giyim ve konfeksiyon sektörü de yaklaşık 204 milyon dolarlık dış satımla bu tabloda yerini aldı. Tekstil ve hammaddeleri ihracatı da 57.9 milyon dolara yaklaştı. Türkiye-Birleşik Krallık Serbest Ticaret Anlaşması'nın güncellenmesine yönelik müzakerelerde sağlanan ilerleme, özellikle moda, tekstil ve katma değerli üretim yapan şirketler için bu pazarı daha stratejik hale getiriyor.



“Moda endüstrisini feda etmeyeceğiz” mesajı

Mustafa Gültepe'nin (solda) bir diğer dikkat çekici çıkışı, hazır giyim sektörünün stratejik değerine ilişkin oldu. Gültepe, sektörün 500 binden fazla kişiye istihdam sağladığını ve 12 milyar doların üzerinde cari fazla yarattığını belirtirken, bu alanın gözden çıkarılmasının Türkiye'ye en az 20 milyar dolarlık ek ithalat yükü getireceğini söyledi. Gültepe “Global marka çıkarma aşamasına gelen moda endüstrimizi feda etmeyeceğiz” diyerek, hazır giyim sadece ihracat rakamlarından ibaret olmadığına; istihdam, katma değer, tasarım, marka inşası ve dış ticaret dengesi açısından da kritik önem taşıdığına yönelik bir vurgu da yapmış oldu.



Boyner'den COMMUNITÉ

Boyner Grup'un hayata geçirdiği COMMUNITÉ, klasik mağazacılığın ötesine geçen yeni nesil bir perakende yaklaşımını temsil ediyor. Konsept; moda koleksiyonlarını sanat kitapları, tasarım objeleri ve analog kameralar gibi farklı kategorilerle aynı kurgu içinde buluştururken, alışverişi bir “keşif ve deneyim alanı”na dönüştürmeyi hedefliyor. Boyner Grup CEO'su Cem Boyner, yapının mevcut müşteri datasına hapsolmayan, küratörlerin özgür seçimleriyle şekillenen ve “mevcut pazardan pay almak yerine yeni pazar yaratmayı” amaçlayan bir model olduğunu vurguluyor. COMMUNITÉ seçkinde 400'ün üzerinde marka bulunuyor ve bunların yaklaşık yarısı Türkiye'de ilk kez karşılaşılacak bağımsız veya yeni markalardan oluşuyor. Marka, yalnızca ürün satışına değil; kürasyon, topluluk hissi ve kültürel konumlama üzerinden değer yaratmaya odaklanıyor.

KOBİ'lere istihdam desteği

Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Vedat Işıkhan (altta), tekstil grubu ve mobilya imalatı yapan işletmelerden sigortalı çalışan sayısını koruyanlara, çalışan başına 3 bin 500 lira destek verileceğini açıkladı. İmalat sektöründe KOBİ statüsündeki ve yine istihdamını koruyan diğer işletmeler içinse 50 milyon liraya kadar finansman desteği sağlanacak. Paket, maliyet baskısının yükseldiği ve istihdam kaybının konuşulduğu bir dönemde, üretimi ve çalışan sayısını koruma amacını taşıyor.



Körfez pazarında sert fren

TİM Başkanı Mustafa Gültepe (üstte), Orta Doğu'daki çatışmaların etkisiyle Körfez ülkelerine ihracatta ortalama yüzde 40'luk düşüş yaşandığını kaydetti. Körfez bölgesi, Türk moda ve konfeksiyon sektörü açısından uzun süredir güçlü bir alıcı pazarı niteliğinde. Gültepe açıklamalarında, savaş uzadıkça fiyatlamaların yukarı yönlü baskılanmasının kaçınılmaz hale geleceği vurguladı. Körfez'deki zayıflamanın kalıcı hale gelmesi, özellikle bölgeye odaklı çalışan üreticileri, yeni pazar senaryoları üzerinde çalışmaya yönlendirebilir.

İstihdam cephesinde alarm: Giyim ve tekstilde sert daralma

TEPAV'ın SGK verilerine dayandırdığı Kasım 2025 İstihdam İzleme Bülteni, tekstil ve giyim sanayii için dikkat çekici bir uyarı niteliği taşıyor. Raporla göre toplam sigortalı çalışan sayısı aylık bazda yaklaşık 80 bin kişi azalarak 25.9 milyona gerilerken, son dört ayda kayıtlı istihdam kaybı 574 bine ulaştı. Yıllık bazda genel istihdam artışı görülse de, giyim ve tekstil imalatındaki sert daralma özellikle vurgulandı. Buna karşılık bina inşaatı ve perakende ticaret sektörleri istihdam artışında öne çıktı. Bu tablo, tekstil ve hazır giyimde yaşanan sıkışmanın artık yalnızca ihracat veya sipariş verileriyle sınırlı kalmadığını; doğrudan istihdam yapısına da yansımaları gösteriyor. Sektör için asıl risk, nitelikli iş gücü kaybının kalıcı hale gelmesi.



UTİB'den ihracatçılara moral: 51 firma ödüllendirildi

Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği'nin (UTİB) Bursa'da düzenlediği “İpek Böceği Ödülleri” töreninde tekstil ihracatına yön verenleri onurlandırdı. 2025 performanslarına göre 51 firmanın ödüllendirildiği organizasyonda, yılın ihracat şampiyonu Fıstaş Fantazi İplik oldu. Onu Almaxtex Tekstil, Yeşim Satış Mağazaları, Küçükçalık Tekstil ve ACN-TR Dış Ticaret izledi. Törende açıklanan ilk 10 listesi, Bursa merkezli üretim ekosisteminin hâlâ Türkiye tekstil ihracatının omurgalarından biri olduğunu bir kez daha gösterdi.

Sektörün gündeminde “savaş” var

Bloomberg Businessweek Türkiye'nin 125'inci sayısı, “Tekstile Savaş Yaması” başlığıyla sektörün içinden geçtiği kırılma dönemi kapağına taşıdı. Dosyada, son üç yıldır zorlu bir sınav veren tekstil ve hazır giyim sektörünün, Uzak Doğu'dan Türkiye'ye kayabileceği talebe umut bağladığı vurgulanıyor. Ancak aynı tablo, jeopolitik risklerin uzaması halinde maliyet baskısı ve talep daralmasının aynı anda devreye girebileceğine de işaret ediyor. Bu çifte baskı, sektörün yalnızca sipariş tarafını değil; fiyatlamaya, tedarik, kapasite kullanımı ve yatırım kararlarını da doğrudan etkileyebilecek nitelikte. Özellikle küresel belirsizliğin arttığı bir dönemde, Türkiye'nin “yakın tedarikçi” avantajını fırsata çevirmesi kadar, maliyet rekabetini koruması da kritik görülüyor. Kapak dosyası, 2026'da tekstil dünyasının en belirleyici başlığının artık yalnızca talep değil, jeopolitik dayanıklılık olduğunu ortaya koyuyor.





AB, satılmayan tekstil ürünlerinin imha edilmesini yasaklıyor

Avrupa Komisyonu, 9 Şubat 2026'da Sürdürülebilir Ürünler için Ekodesign Düzenlemesi (ESPR) kapsamında satılmayan giysi ve ayakkabıların imha edilmesini yasaklayan yeni kuralları yürürlüğe koydu. 19 Temmuz 2026'dan itibaren büyük şirketler satılmayan giyim, aksesuar ve ayakkabı ürünlerini imha edemeyecek; orta ölçekli şirketler ise 2030'a kadar bu kurala uyum sağlamak zorunda kalacak. Avrupa'da satılmayan tekstil ürünlerinin her yıl yüzde 4 ila 9'unun kullanılmadan imha edildiği ve bu durumun yaklaşık 5.6 milyon ton CO₂ emisyonuna yol açtığı tahmin ediliyor. Düzenleme ayrıca şirketlere, imha ettikleri satılmamış ürün miktarlarını ve nedenlerini kamuoyuyla paylaşma zorunluluğu getiriyor. Bu adım, AB'nin dögüsel ekonomiye geçiş hedeflerinin en somut yansımalarından biri olarak değerlendiriliyor.

Rieter, Barmag satın alımını tamamladı



İsviçreli tekstil makineleri üreticisi Rieter, Oerlikon bünyesindeki Barmag'ın satın alımını 2 Şubat 2026'da tamamlayarak şirket tarihindeki en önemli stratejik dönüşümü gerçekleştirdi. Barmag, Rieter bünyesinde Sentetik Elyaf bölümü olarak entegre edilecek. Bu satın alımla Rieter, kısa stapel elyaf işleme alanındaki geleneksel uzmanlığını sentetik elyaf üretim teknolojileriyle birleştirerek doğal ve sentetik elyafın tüm değer zincirinde küresel pazar lideri konumuna yükseldi. İşlem, 850 milyon CHF (yaklaşık 1 milyar dolar) işletme değeri üzerinden gerçekleşti. Birleşik şirket dokuz ülkede 31 lokasyonda yaklaşık 7 bin kişiyi istihdam edecek. Rieter, 2026 yılında 1.3 ila 1.5 milyar CHF ciro hedefliyor.

İTHİB, Avrupa'daki 105 milyar dolarlık tekstil pazarını mercek altına aldı

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkan Adayı Ahmet Şişman (sağda), Avrupa'da halen 105 milyar dolar seviyesinde olan tekstil üretiminden daha fazla pay almak için kapsamlı bir analiz projesi başlattıklarını duyurdu. Türkiye'nin mevcut 12 milyar dolarlık tekstil ihracatına dikkat çeken Şişman, Bu pastanın yüzde 10'unu bile alsak ihracatımız iki katına çıkar diyerek sektörün büyüme potansiyeline vurgu yaptı.



Circulose, İsveç'teki tesisinde üretime yeniden başlıyor

Tekstil geri dönüşüm öncüsü Circulose (eski adıyla Renewcell), İsveç'in Sundsvall kentindeki Ortviken tesisinde, ticari ölçekli üretimi yeniden başlatıyor. Tesis, 2026'nın dördüncü çeyreğinde atık pamuklu tekstillerden elde edilen geri dönüştürülmüş selüloz hamuru üretimine geçecek. 2024'te iflas eden Renewcell'in varlıklarını satın alan İsveçli özel sermaye şirketi Altor'un yeni yönetimi altındaki şirket, stratejisini köklü biçimde değiştirdi. Açık pazar satışları yerine marka ortaklıklarına dayalı bir model benimseyen Circulose, H&M, Mango, Marks & Spencer ve C&A dahil 11 markadan üretim taahhüdü aldı. Ortviken tesisi, dünyanın ilk ticari ölçekli kimyasal tekstil geri dönüşüm tesisi olma özelliğini taşıyor.



Kaliforniya'da tekstil sektörü için EPR yasasında önemli gelişme

Kaliforniya'nın 2024 yılında kabul ettiği Sorumlu Tekstil Geri Dönüşüm Yasası'nın (SB-707) uygulanmasında kritik bir aşamaya gelindi. Textile Renewal Alliance, Kaliforniya Kaynak Geri Dönüşüm ve Geri Kazanım Departmanı'na (CalRecycle), Üretici Sorumluluk Örgütü'nün (PRO) başvurusunu Ocak 2026'da sundu. CalRecycle'in, PRO'yu Mart 2026'ya kadar onaylaması, üreticilerin ise Temmuz 2026'ya kadar onaylı PRO'ya kaydolması gerekiyor. Yasa, ABD'de tekstil sektöründe genişletilmiş üretici sorumluluğu uygulayan ilk düzenleme olma özelliği taşıyor. Kaliforniya'daki EPR (Genişletilmiş Üretici Sorumluluğu) programının CO₂ emisyonlarını önemli ölçüde azaltması ve binlerce yeni istihdam yaratması öngörülüyor.

BCI, sertifikasyon gereksinimlerini sıkılaştırmaya hazırlanıyor

Better Cotton Initiative (BCI), 12 Şubat 2026'da sosyal Denetim beklentilerini sıkılaştıran, sertifikasyon kuruluşları için standartları yükselten ve uyumsuzluk durumunda yaptırımları ağırlaştıran taslak revizyonlar için istişare sürecini başlattı. AB'nin yeni kurumsal özen yükümlülüğü (due diligence) yasalarına uyum sağlamayı hedefleyen değişiklikler, Sertifikasyon Kuruluşları İçin Genel Sertifikasyon Gereksinimleri ile İlke ve Kriterler İzleme ve Sertifikasyon Gereksinimleri belgelerini kapsıyor. BCI, küresel pamuk üretiminin önemli bir bölümünü kapsayan sertifikasyon programıyla tekstil tedarik zincirinde sürdürülebilirlik açısından kritik bir rol üstleniyor. Güncellenen gereksinimler, markaların artan şeffaflık ve izlenebilirlik taleplerine yanıt niteliğinde değerlendiriliyor.



AB, Shein hakkında Dijital Hizmetler Yasası kapsamında soruşturma başlattı

Avrupa Komisyonu, 17 Şubat 2026'da hızlı moda devi Shein hakkında Dijital Hizmetler Yasası (DSA) kapsamında resmi soruşturma başlattı. Soruşturma, platformun yasa dışı ürünlerin satışını engellemek için yeterli önlemleri almadığını, öneri algoritmalarının şeffaflığını ve platformun bağımlılık yapıcı tasarımını inceleyecek. Shein, geçtiğimiz yıl Fransa'da yasa dışı silahlar ve çocuk istismarı materyali niteliğindeki ürünlerin satışa sunulmasıyla gündeme gelmişti. Fransız yetkililerinin siteye erişim engeli talep etmesinin ardından Komisyon, soruşturmayı AB geneline taşıdı. Shein'in DSA ihlali tespit edilmesi halinde küresel cirosunun yüzde 6'sına kadar para cezasıyla karşı karşıya kalabileceği belirtiliyor. Ayrıca AB, Temmuz 2026'dan itibaren 150 avrunun altındaki tüm paketlere 3 avroluk gümrük vergisi uygulamaya başlayacak.

ebay x depop eBay, Depop'u 1.2 milyar dolara satın alıyor

eBay, ikinci el moda platformu Depop'u Etsy'den yaklaşık 1.2 milyar dolar nakit karşılığında satın alma anlaşması imzaladığını 18 Şubat 2026'da duyurdu. Depop, 2025 sonunda 7 milyon aktif alıcı ve 3 milyon aktif satıcıya sahipken, yıllık brüt satış hacmi yaklaşık 1 milyar dolara ulaşmıştı. Kullanıcılarının yüzde 90'ı 34 yaş altında olan Depop, özellikle Z kuşağı arasında güçlü bir konuma sahip. Anlaşma, düzenleyici onaylar sonrası 2026'nın ikinci çeyreğinde tamamlanacak. Depop, marka kimliğini ve Londra merkezini koruyacak; ancak eBay'in lojistik altyapısı, ödeme sistemleri ve Authenticity Guarantee programından yararlanacak.



Teknoloji devlerinde yapay zekâ rüzgarı: İşten çıkarmalar artıyor

Amazon, Meta, Microsoft ve Google'ın ardından, Twitter'in kurucusu Jack Dorsey'in sahibi olduğu Block şirketi de yapay zekâ yatırımları nedeniyle işten çıkarmalara gidiyor. Block, çalışan sayısını 10 binden 6 bine düşüreceğini açıkladı. Dorsey, yatırımcılara gönderdiği mektupta, "Yapay zekâ, şirket kurma ve yönetme şeklimizi temelden değiştiriyor" dedi. Meta'nın patronu Mark Zuckerberg ise "2026, yapay zekânın iş yapış şeklimizi dramatik biçimde değiştireceği yıl olacak" ifadelerini kullandı. Şirketler artık Anthropic'in Claude Code ve OpenAI'in Codex gibi araçlarıyla, yazılımcıların yaptığı kodlama işlerini otomatikleştiriyor. Amazon da geçtiğimiz aylarda toplam 30 bin kişiyi işten çıkarmıştı. Uzmanlar, bu durumun yapay zekânın iş piyasasında yaratacağı büyük değişimin sadece başlangıcı olduğunu belirtiyor.



Japonya'da kadınlar, balıkçılığa umut oldu

Japonya'nın balıkçılık sektörü, iklim değişikliği ve yaşlanan nüfus nedeniyle ciddi bir iş gücü kriziyle karşı karşıya. Son 30 yılda balıkçı sayısı yüzde 60 azalarak 115 bine düştü; çalışanların yaklaşık yüzde 70'i ise 50 yaşın üzerinde. Geleneksel olarak erkek egemenliğindeki bu sektörde, şimdi kadınlar çözümün bir parçası haline geliyor. Geçmişte, batıl inançlar ve zorlu çalışma koşulları nedeniyle kadınların balıkçı olması engelleniyordu. Ancak son dönemde düzenlenen iş fuarlarına, şehirlerden gelerek bu mesleğe ilgi duyan genç kadınların katılımı artıyor. Hükümetin ve sektörün "Kadın balıkçıları destekliyoruz" gibi teşvikleri de bu değişimi hızlandırıyor. Şu anda sektördeki kadın oranı sadece yüzde 10 olsa da, özellikle genç nesilden gelen talep umut verici. Uzmanlar, kadınların katılımının, balıkçılığın sürdürülebilirliği için hayati önem taşıdığını vurguluyor.



Kuzey Kore'de zorunlu çalışma kampları halkı yıldırıyor

Kuzey Kore rejiminin kırsal kalkınma projeleri kapsamında Karalısız sürdürdüğü inşaat seferberliği, halk için ağır bir yük haline geldi. Ryanggang eyaletinde yaşayan işçiler, bu yıl da yeniden başlayan "işçi tugayı" seferberliğine dahil edildi. Çalışma koşullarının son derece ağır olduğu, malzeme yetersizliği yüzünden işlerin ilerlemediği ve işçilerin soğuk dinlenme odalarında boş beklediği aktarılıyor. Bu nedenle işçiler, devletin öncelik verdiği ve koşulların nispeten daha iyi olduğu diğer projelerde görev almayı istiyor. Seferberlikten kurtulmanın tek yolu ise rüşvet. Listeler açıklanmadan önce saha yöneticisine 400 Yuan (yaklaşık 55 USD) ödeyerek görevden muaf olmak mümkün. Ancak çoğu işçi bu parayı karşılayamıyor.

ABD'de çocuk işçiliği denetimi çöküyor

ABD'de federal düzeyde çocuk işçiliği denetimleri alarm verici bir hızla azalıyor. Trump yönetiminin iş başına gelmesinden bu yana, Çalışma Bakanlığı'nın çocuk işçiliğiyle ilgili yaptırım açıklamaları ayda ikiden, yılda ikiye düştü. İhlal soruşturma sayısında ise yüzde 97'lik düşüş yaşandı. Bu düşüş, son yıllarda 28 eyaletin çocuk işçiliği korumalarını zayıflatan yasalar çıkarmasıyla tehlikeli bir şekilde kesiliyor. Denetim eksikliğinin bedeli ağır oluyor: Iowa'da yasal olmayan işlerde çalıştırılan 17 yaşındaki bir genç hayatını kaybetti. California'nın tarım bölgelerinde ise çocuk işçiler yıllardır neredeyse hiç denetlenmiyor, zehirli tarım ilaçlarına maruz kalıyor ve asgari ücretin altında çalıştırılıyor. Uzmanlar, federal denetim zemininin ortadan kalkmasının, işverenlere sorumsuzca davranma konusunda açık davetiye çıkardığı uyarısında bulunuyor. Çözüm için çocuk işçiliğine karşı caydırıcı cezalar öngören yeni yasaların acilen yürürlüğe girmesi gerektiği vurgulanıyor.



Yükselen çocuk bakım maliyetleri anneleri iş gücünden çekiyor

ABD'de çocuk bakımı maliyetlerindeki artış, genel enflasyonun üzerinde seyrederek aileleri zorluyor. Eylül 2025'te bakım ücretleri bir önceki yıla göre yüzde 5.2 artarken, enflasyon yüzde 3'te kaldı. Bu durum, bir çocuğun bakım masrafinin birçok aile için aylık kira veya üniversite harçlarından daha yüksek olması demek. Bu da anneleri iş gücü piyasasından çıkmaya zorluyor. Bank of America raporuna göre, 2025'te ailevi nedenlerle çalışmayan kadınların sayısı, 2021'den bu yana ilk kez arttı. İki gelirli ailelerin bakım masrafı karşılama oranı düşerken, birçok anne, tasarruf etmek ve çocuğuna bakmak için işini bırakmayı tercih ediyor. Uzmanlar, bu eğilimin kadınların iş gücüne katılım oranını düşürdüğü ve ekonomik eşitsizliği derinleştirebileceği konusunda uyarıyor.



Afrika'da 'Siyah Vergi': Ailelere para göndermenin gururu ve yükü

Afrika'da çalışan birçok kişi kazancının önemli bir bölümünü ailesine gönderiyor. Bu durum "black tax" (siyah vergi) olarak adlandırılıyor. Para transferleri yalnızca yurt dışındaki Afrikalılardan gelmiyor; kıta içinde şehirlerde çalışanlar da köydeki akrabalarına düzenli destek sağlıyor. Örneğin Lagos'ta yapılan bir araştırmaya göre maaşlı çalışanlar gelirlerinin ortalama yüzde 20'sini ailelerine gönderiyor. Afrika Kalkınma Bankası verilerine göre diaspora kaynaklı havaleler 2022'de, 100 milyar dolara ulaşarak, yardım ile yabancı yatırımları geride bıraktı. Ancak bu destek, hem gurur hem de baskı yaratıyor. Kenya, Zimbabwe ve Güney Afrika'dan birçok çalışan, ailelerine yardım etmeyi görev olarak görürken, birikim yapmayı da zorlaştırdığını belirtiyor.



Rusya, iş gücü açığını Hindistan'dan kapatmaya çalışıyor

Rusya, derinleşen iş gücü krizi için çareyi Hindistan'da arıyor. İki ülke, 2025 sonunda imzaladıkları anlaşmayla 2026 için 70 binden fazla Hint işçi kontenjanı belirledi. Resmi verilere göre, Rusya'da halihazırda 70-80 bin Hint vatandaşı çalışıyor. Bu hamlenin ardında, 2024'teki terör saldırısı sonrası Orta Asya'dan gelen göçü kısıtlama ve 'Müslüman nüfusu' minimize etme politikası olduğu yorumları yapılıyor. Aylık 475-950 Euro arası ücretler, vasıfsız Hint işçiler için cazip olsa da dil bariyeri ve kültürel uyum sorunları büyük engel teşkil ediyor. Uzmanlar, Rusya'nın asıl ihtiyacının vasıflı profesyoneller olduğunu, bu adımın bir 'deneme' niteliği taşıdığını belirtiyor. Hint tarafı ise işsizliği ihraç etmek için bu anlaşmayı fırsat olarak görüyor.



Endonezya'da işçi haklarını koruyan yeni sözleşme rehberi

Endonezya Çalışma Bakanlığı, ILO'nun Better Work Indonesia programı desteğiyle belirli süreli iş sözleşmelerine ilişkin rehberi güncelledi. Yeni düzenleme, özellikle ihracata yönelik hazır giyim sektöründe işveren ve işçilerin ortak bir anlayışa sahip olmasını hedefliyor. Bakanlık yetkilisi Putri, rehberin hukuki kesinliği güçlendirerek sektörün küresel rekabet gücünü artıracaklarını belirtti. ILO Endonezya Direktörü Singh ise rehberin yaşayan bir belge olduğunu, gerektiğinde güncelleneceğini söyledi. Rehberin İngilizce ve Korece versiyonları hazırlanırken, 100'den fazla iş müfettişi ve 200 fabrika temsilcisine eğitim verildi. Kasım 2025'te uluslararası alıcılara da tanıtılan rehber, tedarik zincirinde öngörülebilir istihdam uygulamalarını yaygınlaştırmayı amaçlıyor.





Savaşın ve artan maliyetlerin ortasında Texhibition İstanbul dopingi

Dünya tekstil pazarına yön veren firmalar 4-6 Mart 2026 tarihleri arasında "Texhibition İstanbul"da bir araya geldi. Bu yıl 9'uncusu yapılan fuara yaklaşık 500 firma katıldı; standlarda kumaştan, ipliğe ve aksesuarlara kadar çok sayıda ürün sergilendi. Körfez'deki savaş gerilimi nedeniyle katılımcı sayısında azalma olsa da, firmalar yeni iş ortaklıklarını kurmayı başardı. Fuar'da yerinde gözlemler yaparken, bazı katılımcı firmalarla bu yılki değerlendirmelerini, öne çıkan yeniliklerini ve sektörün bugününü, yarınını konuştuk.

YASEMİN BOZKURT



Dünyanın sayılı tekstil fuarları arasında yer alan "Texhibition İstanbul İplik, Kumaş ve Tekstil Aksesuarları Fuarı" sektöre yine can suyu oldu. İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği "İTHİB" öncülüğünde gerçekleştirilen fuar, çok yakınımızda yaşanan savaşın olumsuz etkilerine rağmen sektörün önemli firmalarını buluşturmayı başardı. İstanbul Fuar Merkezi'ndeki fuar, 43 bin metrekarelik bir alanda 125 ülkeden 25 binin üzerinde ziyaretçiyi ağırladı. Fuarda kumaş, iplik ve aksesuar üreticileri, en yeni ürünlerini sergileme ve pazarlama imkânı buldu. Panellerde yapılan vizyoner konuşmalar sektörün geleceğine ışık tuttu; sergilenen ürünler tasarımcılara da ilham kaynağı oldu. Kumaştan

ipliğe, düğmeden fermuara geniş yelpazedeki ürünler, Türk tekstil sektörünün dünya pazarındaki yerini bir kez daha gözler önüne serdi. Fuarda sürdürülebilir üretimden, tekstilde yapay zekâ kullanımına yönelik geliştirilen fikirler de yeni ortaklıkların kurulmasını sağladı. Fuar boyunca paneller, seminerler ve özel sunumlar yapıldı. Moda, tekstil teknolojisi, sürdürülebilirlik, tedarik zinciri yönetimi ve tasarım gibi alanlardaki en son gelişmeler, sektör profesyonellerini aynı masa etrafında buluşturdu; düzenlenen etkinlikler sayesinde yerli ve yabancı konuşmacılar küresel bakış açılarını üreticilere aktarma imkânı yakaladı.

Texhibition İstanbul'un sektöre ilham veren trend alanları: Sürdürülebilirlik, yeşil dönüşüm, inovasyon ve yaratıcılık

Texhibition İstanbul Fuarı'nda sektör temsilcilerine ilham veren trend alanları bu yıl da dikkat çekti. Katılımcı firmaların iplik, kumaş ve aksesuar ürünlerinin öne çıkan nitelikleri ve yaratıcı temaları bu alanlarda sergilendi. Texhibition Fuarı

Kreatif Direktörü İdil Tarzi tarafından tasarlanan alanlardaki tematik öyküler, katılımcı firmalara üretim aşamaları için fikirler verdi.

Bu alanlardan biri de İnsan İnovasyon tasarımcısı Arzu Kaprol küratörlüğünde, Filiz Tunca koordinasyonunda hazırlanan İnovasyon Merkezi trend alanıydı. Burada katılımcı firmaların, inovasyon şirketlerinin, teknoparkların yenilikçi çalışmaları sergilendi. Tekstil sektörüne ilham vermeyi amaçlayan yaklaşık 28 farklı proje, bu alanda fuar ziyaretçilerinin beğenisine sunuldu. Direksiyona dokunduğunuzda EKG'nizi kaydedebilen sensörlerle donatılmış tekstil malzemesi, ısıtmalı kumaş, biyomalzemelerden üretilen aksesuarlar, karanlık oda gibi farklı ışık

Moda, tekstil teknolojisi, sürdürülebilirlik, tedarik zinciri yönetimi ve tasarım gibi alanlardaki son gelişmeler, sektör profesyonellerini aynı masa etrafında buluşturdu.

altında görünür ve görünmez olan kumaşlar ve Antarktika projesi için TÜBİTAK ile yapılan işbirliğiyle üretilen koruyucu giysiler ilgi çekici projeler arasındaydı.

Hatay'da böcek öldürmeden üretilen barış ipeği ise geleceği inşa etmede geleneğin önemine vurgu yapan bir çalışma olarak dikkat çekti.

Blue&Black Texhibition

Denim firmaları bu yıl da fuarda Türkiye'nin bu alandaki gücünü gözler önüne serdi. Blue&Black Texhibition bölümünde zamansız klasikler, dijital rüya ve nostaljik heyecanlar teması işlendi. Trend alanının en dikkat çekici parçası ise atık kumaşlardan yapılan ve sürdürülebilir moda kavramına ışık tutan denim elbise oldu.

Fuarda workshop

Texhibition İstanbul'da ziyaretçilere keyifli anlar yaşatacak organizasyonlar da vardı. Bunlardan biri de kumaş çanta boyama atölyesi oldu. Fuar katılan firmaların verdiği kumaşlarla yapılan çantalar, katılımcılar tarafından renklendirildi. Yaklaşık bin adet çantaya keyifli bir şekilde desenler basıldı.

Karsu Tekstil

Bilgehan Ülger

Pazarlama Koordinatörü

“Bazıları için tehdit olan şey bazıları için fırsata dönüşebiliyor. Bu dönemi çok iyi analiz edip, müşterinin nabzını da kontrol ederek doğru adımlar atmamız lazım.”

Texhibition'da bu yıl hangi yenilikler gözünüze çarptı, neler gözlemlediniz?

Standlarda bir önceki yıla benzer bir yerleşim yapısı var, sade... Firmalar kendi tasarımları, kumaşlarıyla öne çıkıyorlar; bu güzel bir mantık. Ürünlerle ilgili yenilikler var, doğal lifler ön planda. Kaşmirli, yünlü, ipekli ürünler. Onun yanında recycle ürünler ön planda bu yıl da. Konfeksiyondan geri dönüştürülmüş ürünler de var standlarda. Bu tarz şeyler yenilik olarak kendini gösteriyor.

Fuarda sizin hangi ürünleriniz ön plana çıktı, müşterileriniz sizden hangi ürünleri talep ediyor?

Karsu olarak mutfağımız çok geniş. Mutfak geniş olunca da birçok yemeği bir arada yapabiliyoruz, bu bizim için bir avantaj. Farklı yemekler, farklı ürünler geliştirebiliyoruz. Bizim hemen hemen kullanmadığımız elyaf yok gibi. Bunları da müşterimizin ihtiyacına göre kendi aralarında harmanlayıp, karışımlar yapıp sunuyoruz. Doğal ürünler bizde popüler. Doğal ürünlerle Tencel Modal gibi liflerin karışımlarını oluşturuyoruz; bazen müşterinin ihtiyacına göre üçlü bazen de dördü karışımlar şeklinde ürünler yapıyoruz. Kaşmirli, ipekli, yünlü ürünlerimiz, recycle ürünlerimiz, anti bakteriyel ürünlerimiz bu dönem müşterilerimiz arasında popüler. Bazı müşterilerimiz bunlara ilave özellikler katılmasını istediğinde de bizim mutfağımız buna çok uygun.

Şu anda Türkiye, tekstil alanında zor bir süreçten geçiyor. Fuardaki geri dönüşlere baktığımızda Türk tekstil



Bilgehan Ülger

“Her ne kadar maliyetler artmış olsa da, sektörümüz çevresindeki diğer ülkelerdeki uygun şartlarla mücadele etmekte zorunda kalsa da, alt yapısının güçlü olması ve Türk insanının dönüşümü güzel yapabiliyor olması bir avantaj.”

sektörünü bu rekabette güçlü kılan faktör nedir?

Bizim tekstil sektörünün alt yapısı çok güçlü. Her ne kadar maliyetler artmış olsa da, sektörümüz çevresindeki diğer ülkelerdeki uygun şartlarla mücadele etmek zorunda kalsa da, alt yapısının güçlü olması ve Türk insanının dönüşümü güzel yapabiliyor olması bir avantaj. Bunu yapamayan firmalar olsa da genel anlamda sektörümüz bunu becerebiliyor, yapabiliyor. Bu ciddi bir avantaj. Standart ürünlerden bir tık daha özel ürünler yapmaya çalışan firmaların sayısı gitgide artıyor. Bunun bir artışı var. İşbirlikleri önemli burada. Sektör içinde rakip de olsa zaman zaman

firmaların işbirliği yapabiliyor olması veya müşteriler ile daha sıkı çalışıyor olması bir avantaj. Bunlar birbirini dış etkilere karşı koruyan, deyim yerindeyse bir hava yastığı, kalkan vazifesi gören faktörler.

Müşterileriniz sipariş verirken en çok neyi önemsiyor, hız mı, rekabet mi, inovasyon mu?

Aslında bunların üçü de çok önemli konular. Ülkemizin en önemli tercih nedenlerinden bir tanesi kısa terminler; hız çok önemli, ürünün kalitesi çok önemli. Çünkü hızlı verirseniz ama kaliteli veremezseniz o da büyük bir problem. Aynı zamanda rekabetçi fiyat ve inovatif ürün de çok önemli. Bunları bir sıralamaya koyacak olursak; müşterinin zaten sürekli aldığı bir ürüne, termin yani hız, fiyattan bir tık daha öne çıkıyor. Hızlı verebildiğiniz bir ürünü müşteriniz maliyet düşük olduğu için Çin'den alıyorsa, aradaki belli fiyat farkını kabul ederek sizi tercih edebiliyor. Yeter ki zamanında verin, bu önemli.

Online satışlar sektöre nasıl bir katkı sağlıyor?

Online satış çok gelişti. Bu daha

çok müşterimiz tarafında yapılan aksiyonlar şeklinde. Bazı küçük firmalar burada yakaladıkları fırsatlarla çok hızlı büyüme şansı elde edebiliyor. Güzel bir bakış açısıyla doğru adımlarla iyi bir pazar elde edebiliyorlar. Çünkü günümüzün şartlarını değerlendirip o şartlarda ürünleri tanıtabilmek çok ciddi bir avantaj sağlıyor. Bu ayrıca sektörün gelişimini de sağlıyor. Onların doğru adımlar atması, ürün ihtiyaçları olduğunda bizi yani iplikçileri, kumaşçıları, konfeksiyoncuları da olumlu anlamda etkiliyor.

Yakın dönemde ihracat pazarınız değişti mi, en çok hangi ülkelerle işbirliği içindesiniz?

Bizim ağırlıklı pazarımız Avrupa. Orada çok büyük bir değişiklik olmadı. Zaman zaman Amerika'da bir kıpırdanmalar, değişiklikler oluyor. Tabii dünyadaki öngörülemezlik, tahmin ediyorum ki herkesin ciddi adımlar atmasını engelliyor. Doğru ve kararlı adımlar atılması konusunda orada eksik bir şeyler, engeller var. Tüm tekstil sektöründekiler de benzer durumu yaşıyor. Artık güneşli bir havada çok hızlı giden bir otomobil

“Artık güneşli bir havada çok hızlı giden bir otomobil gibi değil de farlarla yavaş yavaş ve dikkatli hareket etmemiz gerekiyor.”

gibi değil de farlarla yavaş yavaş ve dikkatli hareket etmemiz gerekiyor.

Şu anda çok yakınımızda sıcak rüzgarlar esiyor. Birçok alanda etkisi hissedilen bu rüzgardan sektör nasıl etkilendi?

Çok sıcak bir konu. Burada enerji fiyatlarını da etkileyecek. Enerji fiyatını etkilediği zaman tüm maliyetler, mesela en başta ulaşım etkileniyor. Bu istikrarsızlık uzun süre devam ederse, olumsuz etkileri olacaktır genel anlamda. Ama bazen olumsuzlukların öngöremediğimiz olumlu tarafları da olabiliyor. Bazıları için tehdit olan, bazıları için fırsata dönüşebiliyor. Bu dönemi çok iyi analiz edip, müşterinin nabzını da kontrol ederek doğru adımlar atmamız lazım.

Ortaya çıkan bu durum karşısında nasıl bir önlemlerle yolunuza devam edeceksiniz, pazarda yön değiştirme söz konusu mu?

Hızlı bir yön değişikliği kolay değil. Çok tercih de edilmez. Böyle anlarda mevcut pazarlara ilave yeni pazarlara, yeni ortamlara bakmak lazım. Ama en önemlisi, dünya genelinde güven ortamının korunması. Çünkü mal güvenliğinin kaybedilmesi, gemilerin güvenliğinde sıkıntılar olması herkesi etkileyebiliyor. Yeri geliyor hammadde ihtiyacı oluyor. Hammadde için Uzak Doğu'dan bir giriş var; o taraftan gelişler etkilendiğinde pazar da etkileniyor. Bu durum, o zincirleri doğru yönetebilenler için bir avantaj. Ama sıkıntı olan durumlarda da dezavantaja dönüşme riski söz konusu. Çok dikkatli bir şekilde güvenli hatları kullanarak avantaja dönüştürmeye çalışmak lazım.



BOSSA

Besim Özek

Strateji ve İş Geliştirme Direktörü

“Savaş dolayısıyla fuara, Orta Doğulular çok fazla gelememiş. Bununla beraber B2B görüşmelerinde harika bir gelişme vardı. Denim tarafı her zaman olduğu gibi yine genç, enerjik, neşeliydi; fuardaki diğer standlar da genel olarak doluydu.”

Texhibition'da bu yıl hangi yenilikler vardı, standlarda neler gözlemlediniz?

Standlarda değil de daha çok gelen giden tarafında farklılıklar var. Savaş dolayısıyla Orta Doğulular çok fazla gelememiş. Bununla beraber, B2B görüşmelerinde harika bir gelişme vardı. Denim tarafı her zaman olduğu gibi yine genç, enerjik, neşeli; öteki tarafta da dolaştığım yerler genel olarak doluydu. Ben denim tarafındaki gelişmelerden, gelen giden sayısından, müşteri sayısından çok memnun olduğumu ifade edebilirim.

Fuarda sizin hangi ürünleriniz öne çıktı?

Biz açıkçası burada çok büyük yeniliklerimizi sergilemiyoruz; genel koleksiyonumuzun bir kısmını burada ziyaretçilerle buluşturuyoruz. Bizim asıl yenilikleri sergileyeceğimiz yer, yakında Amsterdam'da yapılacak fuar. Buraya eski koleksiyonumuzdaki parçalarla ve genelde stoğumuzda fazla olan, rahat satabildiğimiz ürünlerle geldik.

Son dönemde müşterileriniz sizden daha çok hangi ürünleri talep ediyor, trendler hangi yönde?

Tek bir doğru cevap yok. Bunu pazar pazar, müşteri müşteri anlatmak gerekiyor. Zara'nın beklentisi başka, Alman müşterinin beklentisi başka, Amerikalının beklentisi başka... Ama genel olarak şunu söyleyebilirim,



Besim Özek

“Elastik ürünler denimde uzun zamandır kullanılmamıştı; şimdi yavaş yavaş bunlar tercih edilmeye başlandı.”

daha elastik ürünler denimde uzun zamandır kullanılmamıştı; şimdi yavaş yavaş elastik ürünler tercih ediliyor. Özellikle rejattan (rejener) elastik ürünlere geri dönüş olduğunu söyleyebilirim. Bu biraz minyatür fark olarak algılanabilir. Genel anlamda

ise alım trendlerinde çok büyük bir fark yok. Ama her pazar farklı bir ürün istiyor. Mesela Fransa ve Almanya, birbirinden çok farklı iki kumaşı isteyebiliyor.

Türkiye tekstil alanında zorlu bir süreçten geçiyor. Fuardaki geri dönüşlere baktığınızda, Türk tekstil sektörünü bu rekabette güçlü kılan faktör nedir?

Aslında tekstil ve konfeksiyona aynı bakmamız gerekiyor. Burada konfeksiyon, işçilik maliyetinin artışından dolayı maalesef bize göre daha zorlu bir süreç içerisinde. Onlar beş sıkıntı çektiyse biz bir ya

da iki sıkıntı geçirdik ama hepimiz şu anda çok ciddi bir kur baskısı yaşıyoruz. “Sıkıntıları nasıl aşacağız” dersiniz, her zaman yaptığımız işleri yapmaya devam etmemiz gerekiyor. Daha çok çalışacağız. Daha inovatif, daha güzel, daha yenilikçi ürünler yapacağız. Bunlarla beraber hikâyemizi güzel anlatarak ayakta kalmaya devam edeceğiz. Şu ana kadar da yapılan buydu. Bildiğimiz iş buydu.

Müşterileriniz sipariş verirken en çok neyi önemsiyor, hız mı, rekabet mi, inovasyon mu?

Yine pazar pazar değişiyor. Bugün Amerika için, Avrupa için tamamen değişik cevaplar verebiliriz. Mesela Avrupa'daki çoğu marka için hız, rekabet, bununla beraber sürdürülebilirlik çok çok önemli. İyi bir alt yapınız yoksa, pazarda çok ciddi sıkıntı yaşayabilirsiniz. Bununla beraber bazı ülkelerde daha çok performans önemli olabiliyor; daha özellikli, daha rahat, hafif ürün istenebiliyor. Çok daha teknolojik kumaşların istendiği pazarlar da var. Biz her zaman elimizden geleni yapıyoruz.

Online satışlar sektöre nasıl bir katkı sağladı?

Bizim şu anda gerek Türkiye'de gerek yurt dışında gördüğümüz, çok olumlu bir katkı sağladığı... Mesela altı sene önce kurulup, senede bin metre kumaş alan bir firma, bakıyorsun senede 5 bin metre almaya başlıyor. Aynı yurt dışında da var. “Dün kurulmuştu” dediğin firmalar online ile beraber bakıyorsun bugün milyon adetler satıyor. Online satış işi, yeni kurulan markaların hızlı büyümesi için çok büyük imkân sağlıyor. Benim şahsi önerim, firmalar büyük küçük demeden, büyüme potansiyellerini görmeli. Hikâyesi düzgün olan, düzgün satış kanallarına yatırım yapan yarı birdenbire büyür. Onlar büyürken siz de onlarla beraber büyürsünüz. Beş sene sonra, bir bakmışsınız 5 milyon adetlik bir markanın iş ortağı olmuşsunuz. Ve beraber devam edebilirsiniz yolunuza.

Yakın dönemde ihracat pazarınız değişti mi en çok hangi ülkelerle işbirliği içindesiniz?

Bizim üretimimizin yüzde 80'i ihracata gidiyor. Bu konuda çok büyük



“Avrupa'daki çoğu marka için hız, rekabet bununla beraber sürdürülebilirlik çok çok önemli. İyi bir alt yapınız yoksa, pazarda çok ciddi sıkıntı yaşayabilirsiniz. Bununla beraber bazı ülkelerde daha çok performans önemli olabiliyor.”

değişiklik olmadı. Buradaki sıralama Avrupa, Amerika ondan sonra da Uzak Doğu şeklinde devam ediyor. Mevcut müşterilerimize daha çok derinleşmeye, daha çok iş yapmaya çalışıyoruz şu an.

Şu anda çok yakınımızda sıcak rüzgarlar esiyor. Birçok alanda etkisi hissedilen bu rüzgardan sektör nasıl etkilendi?

En yakın örnek bu fuar... Savaş korkusundan dolayı çok sayıda Orta Doğulu müşteri fuara gelememi. Amerikalı ve Avrupalı birçok firma da korkup gelmedi. Savaşın iyi etkilediği bir dünya yoktur. Hem insani hem çevresel yönden her tarafı çok olumsuz etkiliyor şu an. Ticareti de maalesef çok olumsuz etkiliyor.

Ortaya çıkan bu durum karşısında nasıl bir önlemlerle yolunuza devam edeceksiniz, pazarda yön değiştirmeniz söz konusu mu?

Savaş bizim ana müşteri kitlemizin olduğu yerde çıkmadı, biz savaşın ortasında kaldık. Kuzeyimizde bir savaş var yıllardır devam ediyor; Orta Doğu'nun durumunu anlatmaya gerek yok zaten. Orada çok ciddi sıkıntı var. Bizim Rusya'ya, Ukrayna'ya, İran'a satışımız sıfır. Oralara satışımız olmadığı için hiç etkilenmedik. Ama Hürmüz Boğazı'nın kapatılması herkesi etkiliyor. Boğaz kapandığı için petrol fiyatı artıyor ondan sonra sıra polyester ve hammaddeye geliyor; bu da bizi etkiliyor. Savaş bölgelerine mal satmadığımız için oralardan artan eksilen bir şey olmadı ama savaş kötüdür. Anlatmaya gerek yok.

Küçükçalık Tekstil Ender Sözer

Pazarlama ve Satış Müdürü

“Zor bir dönem ama Türkiye avantajlara sahip; iyi bir know-how'u var, servisi kalitesi tartışılmaz.”

Texhibition'da bu yıl hangi yenilikler var, standlarda neler gözlemlediniz?

Daha çok doğal elyafa yönelim var. Tabii biz katılımcı olduğumuz için çok fazla dolaşma şansı yakalayamadım. Ama gördüğüm kadıyla doğal elyaf sıcak yazla beraber daha çok trend olacak gibi...

Fuarda sizin hangi ürünleriniz öne çıkıyor?

Biz daha çok sentetik elyaf ve polyester bazlı çalışıyoruz. Hazır giyim için saten grupları, parlak satenler, mat satenler ilgi görüyor. Bu, bir buçuk senedir devam eden bir trend.

Türkiye tekstil alanında zorlu bir süreçten geçiyor. Fuardaki geri dönüşlere baktığınızda Türk tekstil sektörünü bu rekabette güçlü kılan faktör nedir?

Hakikatten zor bir dönemden geçiyoruz. Baskılanan faiz politikası ve işçilik maliyetlerinin yükselmesi özellikle imalat ve konfeksiyon sektörünü çok zorluyor. Bizim alıcılarımız ağırlıklı Türkiye'deki konfeksiyoncular olduğu için bu durum bize de sirayet ediyor, ister istemez. Ama Türkiye avantajlara sahip; iyi bir know-how'u var, servisi kalitesi tartışılmaz. Bunlara baktığımız zaman, belki kısa vadede sorunlar yaşanabilir ama orta ve uzun vadede ayakta kalanların, bu krizden daha güçlü şekilde çıkacağına inanıyorum.

Müşterileriniz sipariş verirken en çok neyi önemsiyor, hız mı, rekabet mi, inovasyon mu?

Hepsi aslında. Burada daha çok servis öne çıkıyor, hızla beraber. Bunun yanında müşterilerin sürekli inovasyon beklentileri de var. Kalite zaten olmazsa olmaz, onu hiç saymıyorum.

Online satış sektörüne nasıl bir katkı sağlıyor?

Ürünlerimizin tamamını QR koda geçirdik, online sistemimize yükledik. Yüksek çözünürlüklü fotoğrafları var. Bunun sayesinde dünyanın her yerinden kolayca sipariş almaya başladık. Bizim kumaş tarafında bu böyle. Bitmiş ürün, giyim konfeksiyon tarafında bu daha çok ilerlemiş vaziyette. Bütün dünyada olduğu gibi biz de gelişmeleri takip ediyoruz ayak uydurmaya çalışıyoruz.

Yakın dönemde ihracat pazarınız değişti mi, en çok hangi ülkelerle işbirliği içindesiniz?

“Ürünlerimizin tamamını QR koda geçirdik, online sistemimize yükledik. Bunun sayesinde dünyanın her yerinden kolayca sipariş almaya başladık.”



Ender Sözer

İşbirliğimiz ağırlıklı olarak Avrupa ile hâlâ devam ediyor. Çok büyük değişiklik olmadı. Ancak bizim iç piyasadaki distribütörlerimiz daha çok Afrika pazarına, Orta Doğu'ya, Körfez ülkelerine satış yapıyor. Buralarda ciddi bir düşüş oldu, fiyat avantajını kaybettiler. Çin çok ciddi servis vermeye başladı, fiyatları zaten tartışılmaz. Buralarda düşüş oldu. Aynı zamanda Rusya ile Ukrayna arasındaki savaş ister istemez oraların ekonomilerini etkiledi. Bir faktör de bu pazar oldu. Bizim pazar yapımızda ise çok büyük bir değişiklik yaşanmadı.

Şu anda yakınımızda sıcak rüzgarlar esiyor. Birçok alanda etkisi hissedilen bu rüzgardan sektör nasıl etkilendi?

Tabii ki olumsuz etkiledi, ister istemez. Her şeyden önce psikolojik etkisi var. Ondan sonra ekonomik etkisi var. Üç gündür fuardayız. Gelen yurt dışı ziyaretçi sayısında tahmin ediyorum, çok ciddi düşüş vardır. Bu da işin ne tarafa doğru gideceğini, nasıl etkileneceğini gösteriyor.

Ortaya çıkan bu durum karşısında nasıl bir önlemlerle yolunuza devam edeceksiniz, pazarda yön değiştirmeniz söz konusu mu?

Daha çok erken. İlerleyen zamanlarda bakmaya çalışacağız. Biraz soğuk kanlı olup ne olacağını görmek lazım.

“İşbirliğimiz ağırlıklı olarak Avrupa ile hâlâ devam ediyor. Ancak iç piyasadaki distribütörlerimiz daha çok Afrika pazarına, Orta Doğu'ya, Körfez ülkelerine satış yapıyor. Buralarda ciddi bir düşüş oldu, fiyat avantajını kaybettiler.”





Ali Urumoğlu

İskur Denim

Ali Urumoğlu

Satış ve Pazarlama Müdürü

“Türkiye, Avrupa’ya yakınlığı, ticaretin hızlı yapılması ve diplomatik sıkıntı yaşamamamızdan dolayı avantajlı konumda.”

Texhibition’da bu yıl hangi yenilikler var?

Biz Texhibition’un farklı bir bölümünde, denim tarafındayız. Blue- Black Texhibition denilen bir bölümdü. Burada Türkiye’nin daha katma değerli farklı ürünler var.

Fuarda sizin hangi ürünleriniz öne çıktı?

Bizde şu an karışımı tensesl, modal ve armürlü ürünler; gri, yeşil, kahverengi renkler daha fazla talep gördü.

Son dönemde müşterileriniz sizden daha çok hangi tür ürünler talep ediyor, trendler hangi yönde?

Karışımı renkli ürünler şu an trend...

“Ücretlerin ve maliyetlerin artışı, faiz oranlarının yüksekliği, dövizin baskılanması ihracatı etkiliyor; iç piyasada da alım gücü düşmüş durumda.”

Türkiye tekstil alanında zorlu bir süreçten geçiyor. Fuardaki geri dönüşlere baktığınızda Türk tekstil sektörünü bu rekabette güçlü kılan faktör nedir?

Sadece jeopolitik konumu... Yani Türkiye, Avrupa’ya yakınlığı, hinterland olarak her yere ulaşabilir olması, ticaretin hızlı yapılması ve diplomatik sorun yaşamaması sayesinde avantajlı konumda. Yoksa maliyet olarak şu an, (Türkiye markalaşmadığı için) tekstil sektöründe fason üretim yapıyoruz. Bizim rakibimiz Pakistan, Bangladeş, Vietnam gibi üçüncü dünya ülkeleri şu an. Ücretlerin ve maliyetlerin artışı, faiz oranlarının yüksekliği, dövizin baskılanması ihracatı etkiliyor; iç piyasada da alım gücü düşmüş durumda.

Müşterileriniz sipariş verirken en çok neyi önemsiyor, hız mı, rekabet mi, inovasyon mu?

İskur Denim olarak konuşursak, bizim açımızdan kalite ve hız diyebiliriz.

Online satışlar sektöre nasıl bir katkı sağlıyor?

Biz yarı mamul ürün satıyoruz, mamul satmıyoruz. Bir de denime yıkamadan, efekt almadan kimyasal kullanmadan bir yaratıcılık katamıyorsunuz. Tasarım katmanız gerekiyor. Bu da online satışla olmuyor. Birebir görmeniz gerekiyor kumaşı.



Yakın dönemde ihracat pazarınız değişti mi, en çok hangi ülkelerle işbirliği içindedesiniz?

Biz Rusya, Amerika, İngiltere, Almanya pazarında iyiydik. Şu an Rusya pazarı (savaştan dolayı) Bangladeş ve Çin’e kaydı. Biz Amerika’ya; Batı Avrupa’da ise İngiltere, Almanya’ya ve Danimarka’ya ağırlık veriyoruz.

Şu anda çok yakınımızda sıcak rüzgarlar esiyor. Birçok alanda etkisi hissedilen bu rüzgardan sektör nasıl etkilendi?

Biz ülke olarak savaşta değiliz. Ama son dört-beş yıldır (pandemiden sonra), ülke olarak ekonomik bir savaşın içindeyiz. Artık fiziksel boyutundan çok ekonomik savaşa döndü iş. Biz bunu zaten yaşıyorduk. İran zaten bizim pazarımız değildi, tekstilden yavaş yavaş çıkmıştı. O yüzden pazarımız değişmedi. İran da bu süreçte Çin’e yöneldi.

Ortaya çıkan bu durum karşısında nasıl bir önlemlerle yolunuza devam edeceksiniz, pazarda yön değiştirmeniz söz konusu mu?

Daha katma değerli, karışımı ürünler; ölçek satışlar değil minimize butik satışlar yapıp, kârlılığımızı yüksek tutarak ilerlemeyi düşünüyoruz.





Sanayinin Dijital Geleceği: MEXT ve SIRI ile dönüşümün yol haritası

Dijitalleşme artık makine yatırımı ya da otomasyon seviyesini artırmanın ötesinde; veri temelli karar alma kültürünü yerleştirmeyi, operasyonel görünürlüğü güçlendirmeyi ve sürdürülebilirliği stratejinin merkezine almayı gerektiriyor. Rekabet gücünü korumak, maliyet baskılarını yönetmek ve esnek üretim yapıları oluşturmak isteyen işletmeler için bu dönüşüm bir tercih değil, stratejik bir zorunluluk haline gelmiş durumda. Türkiye Metal Sanayicileri Sendikası (MESS) tarafından kurulan MESS Teknoloji Merkezi (MEXT), dijital dönüşümü hızlandırmak için pek çok başlıkta hizmet veriyor. Küresel değerlendirme modeli SIRI de şirketlerin dijital dönüşüm olgunluk seviyelerini sistematik ve karşılaştırılabilir bir çerçevede ölçüyor. MEXT ve SIRI yaklaşımı ile gelinen noktayı Zeynep Türkmen kaleme aldı.



Bugün artık yalnızca üretim hacmi değil, üretim modelinin niteliği de sanayide rekabetin belirleyici unsurlarından biri haline geliyor. Uzun yıllar boyunca kapasite, maliyet ve hız üzerinden tanımlanan rekabet anlayışı; veriye dayalı karar alma, sürdürülebilir üretim, dijital altyapı ve çevik organizasyon yapıları gibi yeni kriterlere doğru evriliyor.

Küresel değer zincirlerinin yeniden şekillendiği, tedarik ağlarının daha şeffaf ve izlenebilir hale geldiği bir dönemde şirketler yalnızca kaliteli ve uygun maliyetli üretim yapmakla yetinmiyor. Bunun yanında şirketlerden veriye dayalı, hızlı karar alabilen, değişken talep koşullarına uyum sağlayabilen ve sürdürülebilirlik kriterlerini yerine getirebilen yapılar kumalan bekleniyor. Bu beklenti, dijital dönüşümü operasyonel bir iyileştirme alanı olmaktan çıkarıp kurumsal stratejinin merkezine yerleştiriyor.

Dijital dönüşüm, sanayide verimlilik artışının ve sürdürülebilir rekabet gücünün temel belirleyicilerinden biri olarak öne çıkıyor. Ancak sahadaki uygulamalar incelendiğinde, teknoloji yatırımı ile gerçek dönüşüm arasında önemli bir fark olduğu görülüyor. Başarılı dönüşüm örneklerindeki ortak nokta; yatırımların şirket stratejisiyle

uyumlu olması, organizasyonel hazırlığın sağlanması ve veri altyapısının bütünsel bir çerçevede ele alınması... Bu noktada iş gücünün eğitim ve gelişimi, liderlik yaklaşımı ve fonksiyonlar arası iş birliği mekanizmaları dönüşümün yönünü belirleyen temel unsurlar haline geliyor. Teknoloji yatırımlarının stratejiyle hizalandığı, verinin karar mekanizmalarının merkezine yerleştiği bütüncül modeller ise bu sürecin başarısında kritik rol oynuyor.

Sanayinin dönüşümünde uygulamalı bir merkez: MEXT

İmalat sanayiinin teknolojik dönüşüm yolculuğuna MEXT Teknoloji Merkezi eşlik ediyor. 2020 yılında Türkiye Metal Sanayicileri Sendikası (MESS) tarafından kurulan MEXT, Türkiye imalat sanayiinin dönüşüm sürecine bütünsel bir yaklaşım sunuyor. Merkez, yalnızca teorik bir danışmanlık yapısı değil; aynı zamanda uygulamalı deneyim imkânı sağlayan entegre bir dönüşüm platformu olarak konumlanıyor.

10 bin metrekarelik yenilikçi kampüsünde yer alan dijital fabrika altyapısı, eğitim ve deneyim alanları, ortak çalışma ortamı ve konferans

İmalat sanayiinin teknolojik dönüşüm yolculuğuna MEXT Teknoloji Merkezi eşlik ediyor. 2020 yılında Türkiye Metal Sanayicileri Sendikası (MESS) tarafından kurulan MEXT, Türkiye imalat sanayiinin dönüşüm sürecine bütünsel bir yaklaşım sunuyor.

merkezi ile sanayiye uygulamalı bir dönüşüm zemini sunuyor. Şirketler burada yalnızca dijital teknolojileri dinlemekle kalmıyor; gerçek üretim senaryoları üzerinden deneyimleyebiliyor, potansiyel yatırımların etkisini test edebiliyor ve farklı teknolojilerin entegrasyonunu yerinde gözlemleyebiliyor.

Kuruluşundan bu yana geçen beş yılda binden fazla firmadan 20 binin üzerinde ziyaretçiyi ağırlayan merkez, uluslararası katılımlarla birlikte 400'ü aşkın etkinliğe ev sahipliği yaptı. Türkiye'nin 43 şehrinde ve bölgedeki beş ülkede, 15 farklı sektörde faaliyet gösteren binden fazla firmaya global düzeyde sertifikalandırılmış değerlendiriciler tarafından verilen dijital, yeşil ve yapay zekâ dönüşüm hizmetleri kapsamında mevcut

olgunluk seviyeleri belirleniyor ve uygulanabilir yol haritaları oluşturuluyor. Bu geniş etki alanı, MEXT'in yalnızca belirli bir sektöre değil, imalat sanayiinin tamamına hitap eden kapsayıcı bir model sunduğunu ortaya koyuyor.

Merkez, yayınladığı sanayinin dönüşüm dinamiklerini analiz eden 15'ten fazla içgörü raporu ile bilgi üretme ve sektöre yön verme kapasitesini de gösteriyor. Vizyonu, uluslararası ölçekte karşılık bulan MEXT, Avrupa İnovasyon Konseyi'nin resmi ortağı olarak konumlanıyor.

MEXT'in en güçlü yönlerinden biri, bünyesindeki Dijital Fabrika. 200'ün üzerinde dijital, yeşil ve yapay zekâ kullanım senaryosunu barındıran bu ortam, şirketlerin planladıkları yatırımları benzer bir üretim altyapısında deneyimlemelerine imkân tanıyor. Böylece firmalar, yatırım kararlarını yalnızca teorik fizibilite hesaplarıyla değil, uygulamalı test sonuçlarıyla destekleyebiliyor.

Yetkinlik geliştirme programları, liderlik eğitimleri ve güçlü ekosistem yapısı da dönüşümün insan kaynağı ve iş birliği boyutunu destekliyor. Çünkü dijital dönüşüm, yalnızca teknoloji yatırımı değil; aynı zamanda kültürel ve organizasyonel bir değişim süreci.

Dönüşümü ölçmek: Smart Industry Readiness Index (SIRI)

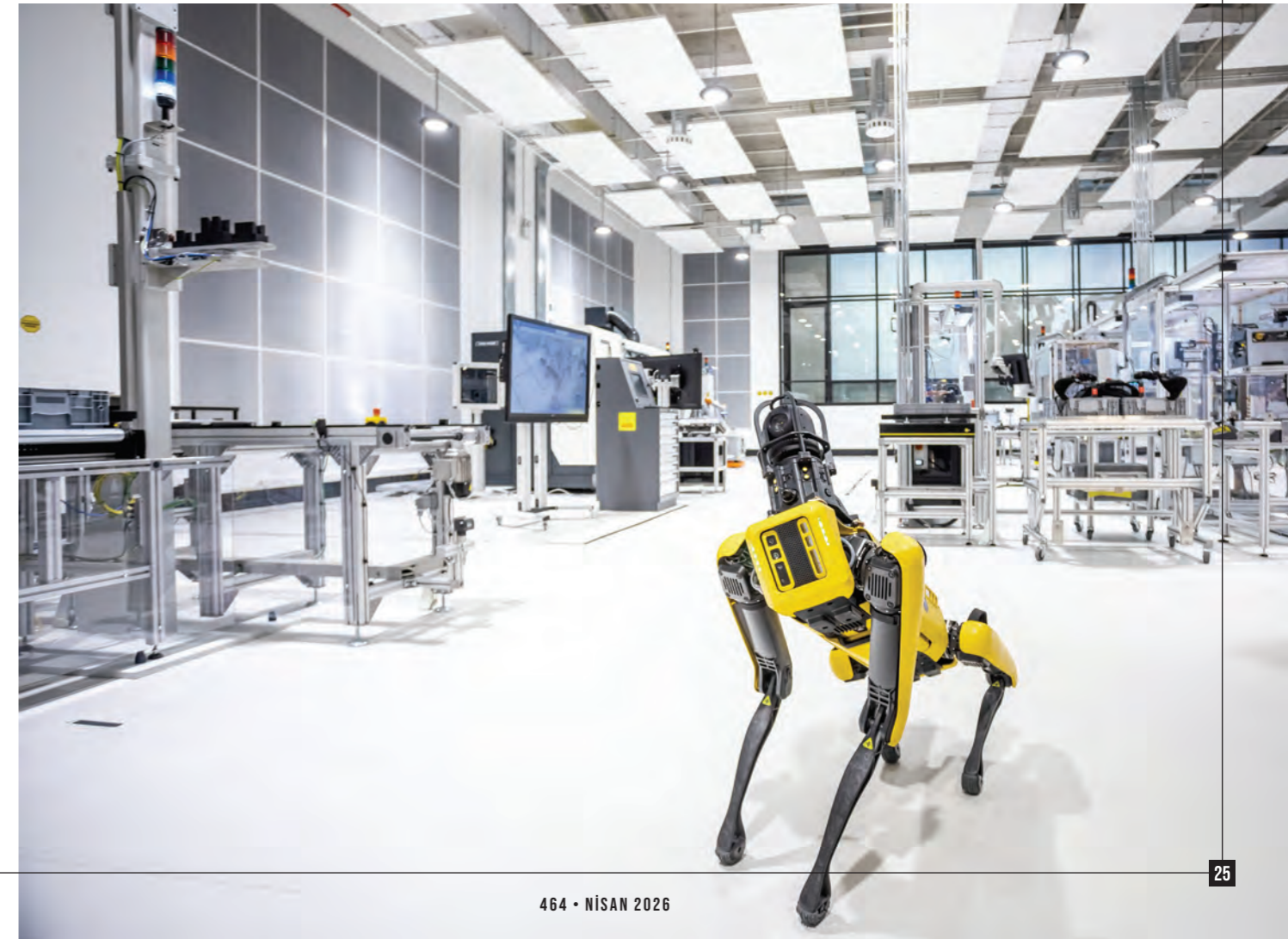
Dijital dönüşümün en kritik aşamalarından biri doğru başlangıç noktasını belirlemek. İşte bu noktada Smart Industry Readiness Index (SIRI) devreye giriyor. Singapur'da geliştirilen ve Dünya Ekonomik Forumu tarafından desteklenen bu küresel değerlendirme modeli, şirketlerin dijital dönüşüm olgunluk seviyelerini sistematik ve karşılaştırılabilir bir çerçevede ölçüyor.

SIRI modeli; süreç, teknoloji ve organizasyon olmak üzere üç ana yapı taşında değerlendirme yapıyor. Bu yapı taşları altında yer alan kriterler sayesinde şirketlerin yalnızca teknoloji

altyapısı değil, operasyonel süreçleri ve organizasyonel hazırlık seviyeleri de analiz ediliyor. Böylece dönüşümün yalnızca teknik değil, bütüncül bir perspektifle ele alınması sağlanıyor.

SIRI'nin ayırt edici yönü, yalnızca mevcut durumu tespit etmekle yetinmemesi. MEXT uzmanları tarafından yerinde yapılan detaylı saha çalışmaları ve süreç sahipleriyle gerçekleştirilen teknik görüşmeler sonucunda ortaya çıkan sonuçlar şirketlerin aynı sektörde küresel düzeyde en iyi performans gösteren benzerleriyle karşılaştırılıyor, maliyet ve performans göstergeleri temelinde bir önceliklendirme

MEXT'in en güçlü yönlerinden biri, bünyesindeki Dijital Fabrika. Bu ortam, 200'ün üzerinde dijital, yeşil ve yapay zekâ kullanım senaryosunu barındırıyor.





matrisi oluşturuluyor ve somut bir dönüşüm yol haritası hazırlanıyor. Bu yol haritası, etki ve uygulanabilirlik analizlerine dayalı olduğu için kaynakların en verimli alanlara yönlendirilmesini sağlıyor.

Üstelik bu yol haritaları teorik düzeyde kalmıyor. Belirlenen kullanım senaryoları MEXT Dijital Fabrika'da doğrulanmış çözümler arasından seçiliyor. Böylece analizden uygulamaya geçiş süresi kısalıyor, yatırım riskleri azalıyor ve şirketler daha güvenli adımlar atabiliyor.

2020-2025 yılları arasında 650'den fazla şirketin SIRI değerlendirmesinden faydalanmış olması, modelin sahadaki güçlü karşılığını ortaya koyuyor. Elde edilen bulgular Türkiye İmalat Sanayi Dönüşüm İçgörüler Raporu'nda bir araya getirilerek tüm sektörler için gösteriyor.

Türkiye'de tekstil sektörü açısından önemli bir örnek de 2021 yılında Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası (TTSİS) ve MEXT iş birliği ile hayata geçirilen SIRI değerlendirme çalışmasıdır. Bu çalışma çerçevesinde TTSİS'e üye 21 tekstil firmasında dijital olgunluk analizleri gerçekleştirilmiş, şirketlerin üretim süreçleri, teknoloji altyapıları ve organizasyonel yetkinlikleri kapsamlı biçimde değerlendirilmiştir.

Elde edilen bulgular firmalara özel dijital dönüşüm yol haritalarının oluşturulmasına ve sektörde farkındalığının güçlenmesine önemli katkı sağlamıştır.

Stratejiyle hizalanmış bir yol haritası

Dijital dönüşüm yolculuğunda başarı, doğru öncelikleri belirlemekle başlıyor. Ölçekten bağımsız olarak hem büyük işletmeler hem de KOBİ'ler operasyonel verimlilik ve veri temelli yönetim alanlarında gelişim potansiyeline sahip.

Büyük ölçekli firmalar sistem entegrasyonları, ileri analitik ve yapay zeka projelerine yönelirken, KOBİ'lerde dijital dönüşümün temelini oluşturan teknolojik altyapının hazır hale getirilmesi ve veri toplama sistemleri öncelikli alanlar olarak

Türkiye'de tekstil sektörü açısından önemli bir örnek de 2021 yılında Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası (TTSİS) ve MEXT işbirliği ile hayata geçirilen SIRI değerlendirme çalışması...

öne çıkıyor. Ancak her iki ölçekte de başarı; stratejiyle hizalanmış yatırımlar, yetkinlik gelişimi ve önceliklendirilmiş ve sistematik bir yol haritası gerektiriyor.

Dönüşümün somut sonuçları

SIRI metodolojisi yalnızca mevcut durumu ölçen bir değerlendirme aracı değil; şirketlerin dijital dönüşüm önceliklerini netleştiren ve yatırım kararlarını somut verilerle destekleyen bir araç olarak öne çıkıyor. Yol haritaları uygulamaya geçirildiğinde dönüşümün etkisi operasyonel performans göstergelerinde doğrudan görülmeye başlıyor.

Türkiye'de MEXT ve Türkiye İş Bankası tarafından yürütülen "100 KOBİ'nin İkiz Dönüşüm Yolculuğu Projesi" kapsamında dijital ve yeşil dönüşüm uygulamalarını hayata geçiren işletmelerde önemli kazanımlar elde edildiği görülüyor. Uygulanan projeler sonucunda enerji maliyetlerinde %14-20 arasında tasarruf, atık miktarında %5-18 arasında azalma, su tüketiminde %12'ye varan düşüş ve emisyonlarda %9-11 arasında azalma sağlanırken; kaynak verimliliğinde %10-15 aralığında artış gözlemlenmiştir.

Bunun yanında dijital dönüşüm uygulamalarının üretim

operasyonlarında da doğrudan ölçülebilir çıktılar yarattığı görülmektedir. Özellikle üretim hatlarından gerçek zamanlı veri toplanması ve performans göstergelerinin sistematik takibi sayesinde şirketlerde şu alanlarda önemli iyileşmeler sağlanabilmektedir:

Üretim verimliliği: Gerçek zamanlı veri toplama ve OEE (Overall Equipment Effectiveness – Toplam Ekipman Etkinliği) takibi sayesinde plansız duruşların azaltılması ve kapasite kullanımının artırılması.

Bakım yönetimi: Sensör verileri ve veri analitiği sayesinde kestirimci bakım uygulamalarının devreye alınması ve arıza kaynaklı üretim kayıplarının azaltılması.

Kalite yönetimi: Yapay zekâ destekli görüntü işleme sistemleri ile hatalarının otomatik tespiti ve kalite kontrol süreçlerinde insan kaynaklı hataların minimize edilmesi.

Üretim planlama: Veri temelli planlama sistemleri sayesinde siparişten sevkiyata uzanan süreçlerde daha yüksek görünürlük ve daha hızlı karar alma.

Enerji ve sürdürülebilirlik yönetimi:

Enerji tüketiminin sensör tabanlı sistemlerle izlenmesi sayesinde üretim süreçlerinde enerji verimliliğinin artırılması ve karbon ayak izinin azaltılması.

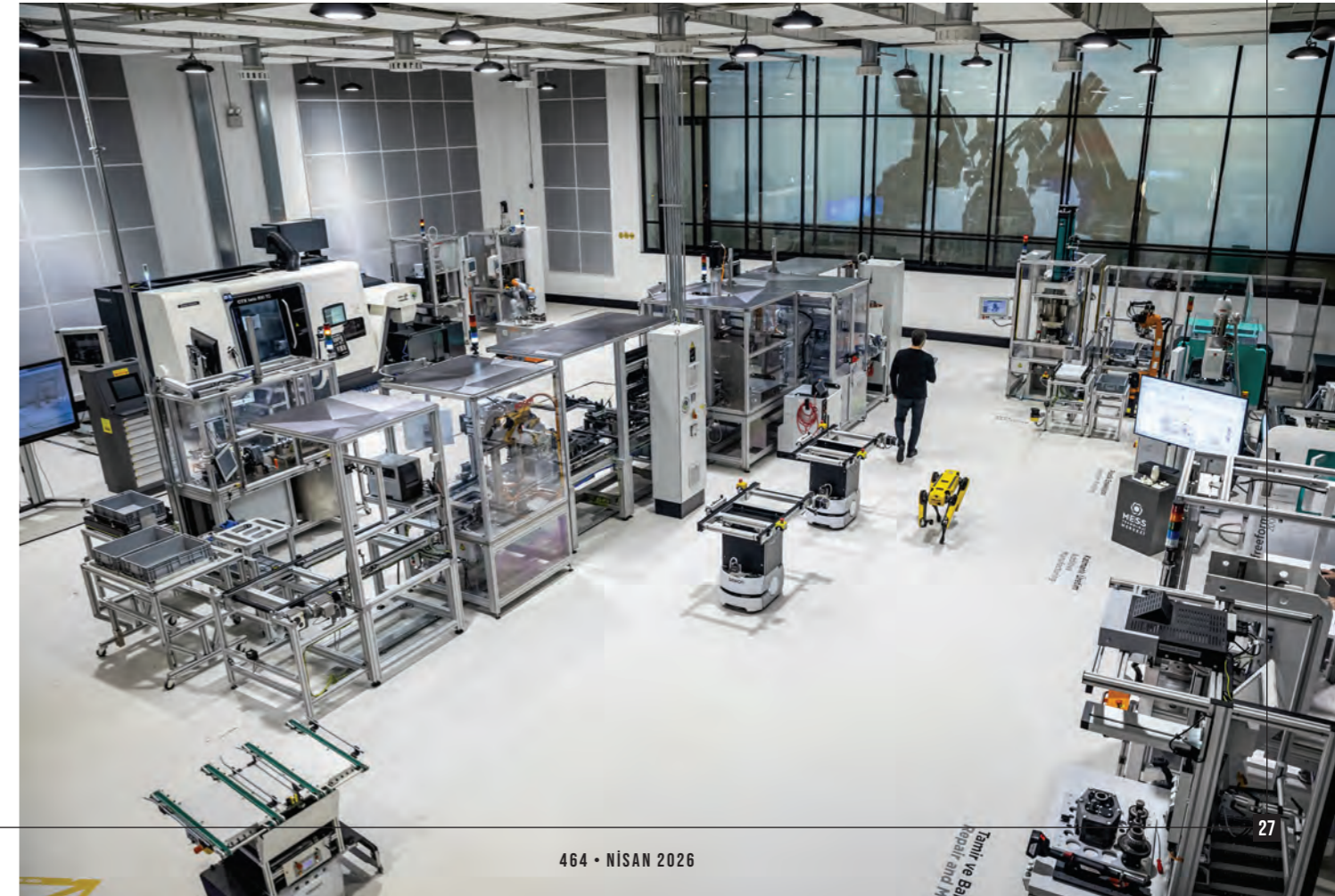
Nitekim tekstil sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin deneyimleri de bu değerlendirme süreçlerinin stratejik önemini ortaya koyuyor.

Türkiye'nin ve dünyanın önde gelen yün kumaş üreticileri arasında yer alan bir şirketin Yönetim Kurulu Başkanı sürdürülebilirlik raporunda SIRI dijital olgunluk değerlendirmesinin ardından oluşturulan yol haritasının şirket için kritik bir referans noktası haline geldiğini şu sözlerle ifade ediyor:

"SIRI değerlendirmesi sayesinde üretim süreçlerimizi, veri altyapımızı ve organizasyonel yetkinliklerimizi bütüncül şekilde görme fırsatı bulduk. Bu çalışma yalnızca mevcut durumumuzu analiz etmekle kalmadı; aynı zamanda önümüzdeki dönemde hangi alanlara öncelik vermemiz gerektiğini netleştiren somut bir dijital dönüşüm yol haritası ortaya koydu."

Bugün, veri temelli yönetim anlayışı, sürdürülebilir üretim ve ileri analitik uygulamaları; tekstil dahil tüm imalat sektörlerinde rekabet gücünü belirleyen temel unsurlar haline geliyor.

Bugün geline nokta dijital dönüşüm artık yalnızca teknoloji yatırımı olarak değil, üretimin veri odağında yeniden tasarlanması olarak ele alınıyor. Veri temelli yönetim anlayışı, sürdürülebilir üretim ve ileri analitik uygulamaları; tekstil dahil tüm imalat sektörlerinde rekabet gücünü belirleyen temel unsurlar haline geliyor. MEXT ve SIRI yaklaşımı ise şirketlere bu dönüşüm yolculuğunda yalnızca mevcut durumlarını görmek değil, aynı zamanda geleceğin üretim modeline nasıl ilerleyeceklerini gösteren somut ve uygulanabilir bir yol haritası sunuyor.





Türk üreticiler “Made in EU” kriterinin neresinde yer alıyor?

Avrupa Birliği'nin (AB) sanayi hedefleri doğrultusundaki enstrümanlardan birini 2025 sonunda duymaya başlamış ve Türkiye'nin dışarıda bırakılma ihtimaliyle endişelenmiştik: “Made in EU” kriteri... AB Sanayi Hızlandırıcı (Güçlendirici) Yasa Taslağı'nın 4 Mart 2026 günü Avrupa Komisyonu tarafından yayınlanmasıyla bu konuya dair soru işaretleri giderilmiş oldu. Peki “Made in EU” kriteri Türk üreticileri nasıl etkileyecek? Merak edilen konunun detaylarını sizin için derledik.

TUBA KOBAŞ TUVAJ / TTSİS GENEL SEKRETER YARDIMCISI

Geçtiğimiz yıl bu sayfalarda sizinle paylaştığımız bir AB Gündemi yazısında, Avrupa Komisyonu Başkanı Ursula von der Leyen'in “Çok fazla yasa yaptık, şimdi durup uygulamaya geçme zamanı” mesajını paylaşmıştık. Fakat 2026'nın ilk çeyreğini geride bırakırken, bu plandan da ciddi sapmalar olduğunu gördük.

Yine bazıları yepyeni kurallar getiren, bazıları henüz uygulanmadan değiştirilen düzenlemeleri içeren yasa tasarıları, baş döndürücü bir hızla karşımıza çıktı. Bu yazıyı kaleme alırken dahi, oyun birçok defa değişti.

Bu sayıda Avrupa Birliği'nin (AB) en önemli tedarikçilerinden olan Türk üreticileri önce korkutan, daha sonra detayların gelmesiyle rahatlatan “Made in EU Kriteri”ni ele aldık.

AB'nin son yıllardaki politikalarına dair rehber niteliği taşıyan meşhur Draghi Raporu'nun, “sürdürülebilirlik mi yoksa rekabetçilik mi” tartışmasında rekabetçiliğin bir nebze ön plana çıkmasına yardım ettiği söylenebilir. İklim değişikliği ve iddialı ‘net sıfır karbon hedefi’ nin merkeze alındığı Yeşil Mutabakat'ın,

iş dünyasını fazlasıyla zorladığı ve AB'nin rekabet gücünü diğer ekonomiler karşısında sarstığı gerçeğini ortaya koyan rapor, Avrupa Merkez Bankası Eski Başkanı ve İtalya'nın Eski Başbakanı Mario Draghi tarafından 2024'te kaleme alınmıştı. İş dünyasının da baskısıyla Avrupa Komisyonu, sürdürülebilirlik ve rekabetçilik arasında daha iyi bir denge kurmayı taahhüt etti ve bazı düzenlemelerde “Saati Durdurma/ Stop the Clock” mekanizmasını çalıştırarak yeni bir yol izlemeye itildi.

Tıpkı ABD'nin, üreticileri eve dönmeye ikna etmeyi -hatta bazen zorlamayı- amaçlayan iddialı “Make America Great Again” söylemi gibi, AB de yerel endüstrileri destekleyen, biraz da zamanın ruhuna uygun korumacı bir politika gözetmeye başladı. Bu yaklaşım değişiminin sonucu olarak; AB Sanayi Hızlandırıcı (Güçlendirici) Yasa Taslağı, AB'nin yasa yapma mekanizmaları düşünüldüğünde çok da uzun sayılmayacak bir sürede, 4 Mart 2026'da Avrupa Komisyonu tarafından yayınlandı. Tasarı ile yine karbonsuzlaşma ve temiz teknolojiler hedeflenirken, bu kez GSYİH içinde



Ursula von der Leyen, Avrupa Komisyonu Başkanı

“Made in EU” kriteri, belli ürünlerin belli oranlardaki ham ve ara maddelerinin AB ülkelerinden tedarik edilerek, AB menşei kazandırılmasını öngörüyor.

yüzde 14'e gerileyen sanayi payının yüzde 20'lere çıkarılmasına da vurgu yapılıyor. Ayrıca özellikle enerji yoğun sektörlerde dışa bağımlılığın azaltılması amaçlanıyor.

**“Made in EU”:
Türkiye içeride mi, yoksa dışarıda mı?**

Bu hedef doğrultusundaki enstrümanlardan birini 2025 sonunda





duymaya başlamış ve Türkiye'nin dışarıda bırakılma ihtimaliyle endişelenmiştik: "Made in EU" kriteri.

Kamu alımlarında öncelik ve bazı kamu desteği avantajları sağlayacağı söylenen "Made in EU" sertifikası, belli ürünlerin belli oranlardaki ham ve ara maddelerinin AB ülkelerinden tedarik edilerek, AB menşei kazandırılmasını öngörüyor.

Bu tartışma geçtiğimiz sonbaharda başladığında, AB'nin önemli tedarik ortaklarının başında gelen Türkiye, Birleşik Krallık, İsviçre ve Serbest Ticaret Anlaşmaları olan pek çok ülke, kendilerinin menşe kazandırma havuzunun dışında bırakılarak bu önemli pazarda paylarını kaybetme endişelerini dile getirdiler. Aslında endişelenen sadece tedarikçiler değil, bu tedarikçilerin müşterileri durumundaki büyük Avrupalı endüstriler de oldu. Bunların başında otomotiv sektörü geldi. Hatta Ford Avrupa Bölgesi CEO'su Jim Baumbick Avrupa Komisyonu'na hitaben bir yazı kaleme alarak önemli ticaret ortaklarının dışarıda bırakılmasının Avrupalı tüketicilere faydadan çok zararı olacağını savunmuştu.

Bu kriterin ilk etapta otomotiv, inşaat, alüminyum, güneş panelleri gibi ürün gruplarına yönelik olduğu söylense de, savunma ve askeri

Hangi ülkelerde üretilen ürünlerin, "Made in EU" menşei kapsamında kabul göreceğine ilişkin maddede Gümrük Birliği'nin adının geçmesi, Türk üreticilerin rahat nefes almasını sağladı.

kamu alımları çerçevesinde tekstil ürünlerinin de kapsama girme ihtimali sektörümüzde de tartışıldı. Sendikamız da, üyesi bulunduğu Avrupa Hazır Giyim ve Tekstil Konfederasyonu (EURATEX) nezdinde endişelerini dile getirdi. Yine EURATEX aracılığıyla Ocak ayında görüşme şansı bulduğumuz ilgili Komisyon yetkililerine konuyu sordüğümüzda da tedarik zincirleri konusunu dikkate alacaklarını, fakat henüz kesinleşmiş bir tanım olmadığını öğrendik.

Avrupa Komisyonu'nun, 4 Mart 2026 tarihinde tasansını resmi şekilde sunarak kamuoyuyla paylaşmasıyla tüm bu soruların bazıları cevap bulmuş oldu.

Öncelikle hangi ülkelerde üretilen ürünlerin, "Made in EU" menşei kapsamında kabul göreceğine ilişkin maddede Gümrük Birliği'nin adının

geçmesi, Türk üreticilerin rahat nefes almasını sağladı. İlgili madde şöyle:

- Birlik'in serbest ticaret bölgesi veya gümrük birliği anlaşması olan ülkeler
- Kamu Alımları Anlaşması'na taraf olan ülkeler menşeli içerik Birlik menşei kazanabilir

Tabii pazarların karşılıklı olarak açık olması, Avrupa menşeli ürünlere de bu ülkelerce "milli ürün" muamelesi yapılması gibi şartlar olsa da, Türk ürünleri Gümrük Birliği üyeliği sayesinde yüksek düzeyde entegre olduğu Avrupa pazarında sorun yaşamayacak gibi görünüyor.

Hangi ürünlerde "Made in EU" kriteri aranacak?

AB Sanayi Hızlandırıcı Yasa Taslağı'nın kamu alımları ve destek programları için "Made in EU" ya da "düşük karbon" şartı uyguladığı ürün gruplarına bakıldığında ise öncelikli olarak çelik, çimento, alüminyum, araçlar, güneş panelleri, rüzgar türbinleri gibi net-sıfır teknolojilerin listede olduğu görülüyor. İleride enerji-yoğun sektörlerden kimyasallar da listeye girebilir. Başka bir deyişle bu ürünlerin belli bir oranda AB ve bahsi geçen "Made in EU" kriterine dahil olan ülkelerde üretilmesi şartı aranacak. Örneğin elektrikli otomobillerin montajının bu ülkelerde yapılması ve bileşenlerinin

yüzde 70 oranında bu ülkeler menşeli olması gerekecek.

Tekstil ve hazır giyim endüstrileri ilk taslakta henüz listede olmasa da, tekstil ürünlerini hammadde ve ara ürün olarak kullanan başta otomotiv olmak üzere belli endüstrilerin değer zincirinde bulunan Türk teknik tekstil üreticilerinin avantajlı konumda olacağı söylenebilir. Dünya ticaretinde gerek ekonomik gerek siyasi sebeplerle korumacılık duvarları yükselirken, sanayi ürünlerinin global ticaretinde ortalama gümrük tarife oranlarının 2025 yılında yüzde 1.9'dan yüzde 4.7'ye yükseldiği hesaplanıyor. Tarife savaşları ABD tarafından tetiklenmiş ve AB'nin bu konuda daha liberal bir yaklaşıma sahip olduğu bilinse de, rekabetçiliğini gittikçe kaybeden Eski Kıta'nın da tedarik zincirini çeşitlendirmek, yerli üretimini tekrar güçlendirmek için yeni ticaret politikaları izlediği açıkça gözlemlenebiliyor.

AB'nin Gümrük Birliği'ne dahil olmasının 30'uncu yılında AB ile ticaretini altı, ihracatını dokuz kat artıran; ihracatının ithalatını karşılama oranını yüzde 52'den yüzde 100'e

çıkaran; doğrudan yabancı sermaye girişinin yüzde 70'ini Avrupa'dan alan Türkiye'nin, bu avantajlı konumunu kaybetmeye başlayacağı yönünde endişeler bir süredir iş dünyasında ifade ediliyordu. "Made in EU" tehlikesi de şimdilik bertaraf edilmiş gibi görünüyor. Fakat dijitalleşme sayesinde üretimin ucuzladığı ve yer değiştirmesinin kolaylaştığı günümüzde, üreticilerimizin AB tedarik zincirlerindeki yerinin "kesinlikle sarsılmaz" olmadığını, daralma eğilimindeki AB pazarında rekabetin gittikçe kızıştığını her zaman hatırlayarak, değişikliklere hızla adapte olma yeteneğini her daim canlı tutmasında fayda bulunuyor.

Tekstil ürünlerini hammadde ve ara ürün olarak kullanan başta otomotiv olmak üzere belli endüstrilerin değer zincirinde bulunan Türk teknik tekstil üreticilerinin avantajlı konumda olacağı söylenebilir.



Jim Baumbick
Ford Avrupa Bölgesi CEO'su

Jim Baumbick'in LinkedIn paylaşımından:

Avrupa Komisyonu'na; Made in Europe tanımı bölgesel kuvvetimizi de kucaklamalıdır. Fakat eğer bu girişim, Avrupa'yı güvenilir ortaklarımız olan İngiltere ve Türkiye'ye kapatmak anlamına gelecekse, tam tersi bir amaca hizmet edecektir.

Avrupa otomotiv endüstrisinin değer zinciri yıllar içinde oluşturulmuş ve sınırlar ötesi bir sistemdir. Güvenilir, maliyet avantajlı ve köklü ortaklarımızı dışarıda bırakmak endüstrimizi yavaşlatacak ve Çinli ve Avrupalı araçlar arasındaki maliyet farkını açacaktır.

Avrupa Komisyonu'nu Avrupalı tüketicilere kolay erişilebilir araçlar sunmayı imkânsız hale getirmek yerine; Made in Europe'u tanımlamak için bu kompleks ekosistemdeki TÜM paydaşlarla bir arada çalışmaya davet ediyorum.

Mesleki eğitimin geliştirilmesine katkılarımız devam ediyor

Sendikamızın, ülkemizdeki mesleki eğitimin geliştirilmesine yönelik çalışmalarını sürüyor. Bu kapsamda hem sektörün ihtiyaçlarını karşılamaya, hem öğrencilerin geleceğe daha iyi hazırlanmasına atılan son adımları sizin için bir araya getirdik.

Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası, Türk Tekstil Vakfı ve Milli Eğitim Bakanlığı ile yapılmış olan Mesleki Eğitim İşbirliği ile tekstil alanında sektörün kalifiye ara eleman ihtiyacına çözüm olabilmek için ilk adımlar, 2025 yılında Çerkezköy, Adana ve Kayseri'deki Mesleki Eğitim Merkezleri ile atılmıştı. Milli Eğitim Bakanlığı Mesleki Eğitim Genel Müdürlüğü ile mesleki eğitimin iyileştirilmesi, yaygınlaştırılması, sektörün bu bağlamda ihtiyaçlarının giderilmesi için yapılan çalışmalar yaklaşık 20 yıldır sürdürülüyor.

Milli Eğitim Bakanlığı tarafından 2024 yılında hazırlanan yönetmelik kapsamında Çerkezköy, Adana ve Kayseri Mesleki ve Teknik Anadolu Liseleri, 'Bölge Okulu Statüsü'ne sahip oldu. Bu kapsamda sektörümüzde faaliyet gösteren işletmelerle yapılan protokollerle, Meslek Liselerimizde bulunan Endüstriyel Otomasyon Teknolojileri Alanı ve Tekstil Teknolojisi Alanı 11'inci sınıf öğrencilerimiz haftada iki, 12'nci sınıf öğrencilerimiz ise haftada üç gün bu işletmelerde uygulamalı eğitim almaktadır.

Sendikamızın, ülkemizdeki mesleki eğitimin geliştirilmesine yönelik çalışmalarından bazılarını sizler için derledik

Mesleki Eğitim Genel Müdürlüğü ile Tekstil Teknolojisi Alanı Müfredat çalışmaları kapsamında;

> Gelişen teknolojinin gereği olarak özellikle sektörün ihtiyaç duyduğu, fakat müfredatta seçmeli ders olan ve yeterli kapsamda bulunmayan 'Teknik Tekstiller', yapılan çalışmalarla zorunlu ders şeklinde müfredatta yer aldı.

> Daha önce müfredatta bulunan ancak daha sonra çıkartılan 'Teknik Resim' dersi müfredata yeniden eklendi.

> Meslek liselerinde kültür derslerinin haftalık ders saatinin fazla olması nedeniyle, bu ders saatlerinin daha makul ölçüye gelmesi sağlanarak,

meslek derslerinin saatlerinin artırılması yönünde çalışma başlatıldı.

> Özellikle Kayseri'de mevcut yatak üreticisi işletmelerin ihtiyacına yönelik eleman yetiştiren Kayseri Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası Mesleki Teknik Anadolu Lisesi'nden mezun olan öğrencilerimizin belgelendirilmesinin, üretim ve imalat sektöründe tanımı bulunmaması sebebiyle bir müfredat çalışması yapıldı ve Mesleki Eğitim Genel Müdürlüğü'ne "Endüstriyel Üretim Sertifikasyon Programı" adı altında bir çalışma sunuldu. Bu program altındaki konularda eğitim gören, gerek Endüstriyel Otomasyon Teknolojileri gerekse Tekstil Teknolojileri mezunları, almış oldukları belgeyle ilgili alanlarda istihdam edilme şansı bulabilecek.

> Kayseri Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Okulumuz ve Türk Tekstil Vakfımız işbirliğinde MEB Hayat Boyu Öğrenme Genel Müdürlüğü'ne yine üretim ve imalat sektöründe tanımı bulunmayan

yedi operatörlük (Kapitone ve Yan Bordür Operatörü, Yatak Montaj Operatörü, Yatak Kenar Kapama Operatörü, Sanayi Tipi Dikiş Makinesi Operatörü, Yatak Rulo Sarma ve Paketleme Makinesi Operatörü, Otomatik Bonel Yay Makinesi Operatörü ve Otomatik Torba Yay Makinesi Operatörü) çalışma hazırlanarak teslim edildi. Böylece yatak sektöründe çalışan elemanların sertifikalanma sürecine katkı sağlanmış olacak.

> Tekstil Teknolojisi Alanı altında yer alan dallardaki Mesleki Eğitim Kurslarının revize edilmesi çalışmalarına başlandı.

Ayrıca Mesleki Yeterlilik Kurumu ile aşağıdaki dallarda meslek standartları ve yeterlilikler konusunda revizyon çalışmalarına başlandı.

MESLEK STANDARTLARI

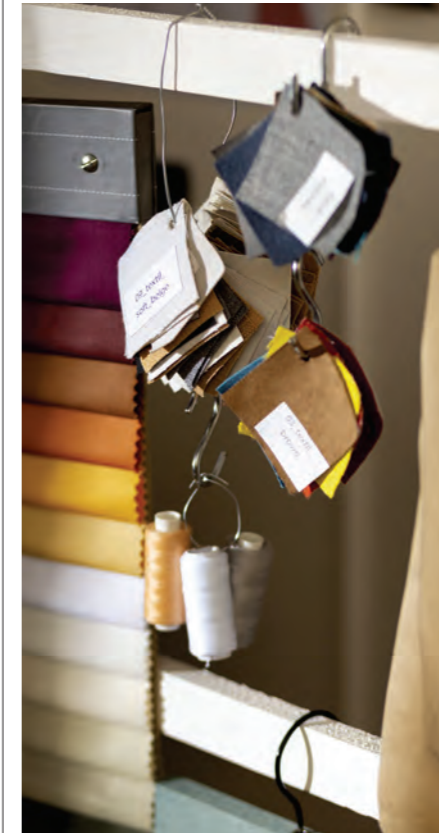
09UMS0032-4 İplik Operatörü
09UMS0033-4 Ön İplik Operatörü
09UMS0031-3 İplik Eğirme Operatörü
09UMS0030-3 İplik Bitim İşleri Operatörü
09UMS0033-3 Ön İplik Operatörü

YETERLİLİKLER

13UY0136-4 Baskı Operatörü
13UY0136-3 Baskı Operatörü
11UY0036-2 İplik Bitim İşleri Operatörü
11UY0037-2 İplik Eğirme Operatörü
11UY0038-4 İplik Operatörü
11UY0039-4 Ön İplik Operatörü
11UY0039-3 Ön İplik Operatörü

Sendikamızın ve Türk Tekstil Vakfı'nın destekleriyle Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı olarak eğitim ve öğretime devam eden Meslek Liselerimizde, sektörümüzle işbirliği içinde öğrencilerin mezun olduklarında üretim sahalarına daha hazır hale gelmeleri için pek çok çalışma yapıyor.

Meslek liselerimizde bulunan Endüstriyel Otomasyon Teknolojileri Alanı ve Tekstil Teknolojisi Alanı 11'inci ve 12'nci sınıf öğrencilerimiz protokol yapılan işletmelerde uygulamalı eğitim almaktadır.





ÇERKEZKÖY MESLEKİ TEKNİK ANADOLU LİSESİ

Okulumuz 2025 yılı itibariyle Bölge Okulu statüsünde olup birçok firma ile bu kapsamda Bölge Okulu Protokolü imza aşamasındadır. Okulumuz aynı zamanda AR-GE merkezidir. Okulumuz ayrıca Hamilik Projesi kapsamında aşağıdaki kurumlarla işbirliği yapmaktadır.

- > Çerkezköy İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü
- > Çerkezköy Türk Tekstil Vakfı Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi
- > Türk Tekstil Vakfı
- > Çerkezköy Ticaret ve Sanayi Odası
- > Çerkezköy Organize Sanayi Müdürlüğü
- > Çerkezköy Esnaf ve Sanatkarlar Odası Birliği
- > Merinos Halı
- > Altınyıldız
- > Egebeyi Tekstil
- > Mangırlar Otomat

Bu protokolün amacı Mesleki ve Teknik eğitimin kalitesini artırmak, öğrencilerin sektörle doğrudan etkileşimini sağlamak ve okullarda yürütülen eğitim süreçlerinin iş dünyasının ihtiyaçlarına uyumunu geliştirmektir.

Okulumuzda, öğrenme süreçleri ürüne de dönüşmektedir. Örneğin Sıfır Atık Projesi kapsamında numune dokuma tezgahlarında, dokuma makinesi kenar atıkları kullanılarak yolluk, kilim, şal vs. üretilmektedir.

Kancalı dokuma makinelerinde dokuma örgüleri ve çeşitli renk raporları kullanılarak, farklı varyasyonlarda nevresim takımı, yatak, koltuk örtüsü, TV örtüsü gibi ev tekstil ürünleri yapılmaktadır.

EAT Desen Tasarım Programı ile öğrenciler desenlerini Jakarlı



Okulumuzda, öğrenme süreçleri ürüne de dönüşmektedir. Örneğin Sıfır Atık Projesi kapsamında numune dokuma tezgahlarında, dokuma makinesi kenar atıkları kullanılarak yolluk, kilim, şal vs. üretilmektedir.

Dokuma tezgahında gerçeğe dönüştürmektedir.

Çorap makinesinde istenilen renk ve desende isme özel çorap üretimi yapıp döner sermaye kapsamında satışı gerçekleştirilmektedir.

Sublimasyon tekniğiyle hazırlanan desenin transfer kağıdı üzerine aktarılması ve ısı presi yardımıyla kişiye ve kurumlara özel promosyon ve hediye baskılar yapılmaktadır.

ADANA TÜRK TEKSTİL VAKFI MESLEKİ VE TEKNİK ANADOLU LİSESİ

Bölge Okulu olarak hizmet veren Okulumuz, bu kapsamdaki mesleki eğitim faaliyetlerini Kimteks ve Kıvanç Tekstil ile imzaladığı Bölge Okulu protokolüyle sürdürmektedir. Ayrıca 2024 yılı itibariyle Adana Seyhan Devlet Hastanesi ve Marsa Kadın Doğum Hastanesi ile anlamlı bir işbirliği yapılmış; okulumuz sağlık sektörünün ihtiyaç duyduğu tekstil ürünlerinin ana üretim merkezi haline gelmiştir. Hastanede kullanılan bazı tekstil ürünlerinin tasarım, dokuma, boyama ve dikim aşamalarının tamamı okulumuzun modern atölyelerinde gerçekleştirilmektedir.

Bu projeye öğrencilerimiz, teorik bilgilerini gerçek üretim sahasında pratiğe dökerek mesleki tecrübe kazanırken, okulumuz da kamu sağlığına doğrudan katkı sunmaktadır.

Sektör standartlarında üretilen ve

doğrudan hastanelerimize sunulan ürün yelpazesi şunlardır:

> **Bebek Beresi:** Yuvarlak örme makinelerinde üretilen esnek ve pamuklu kumaşlar; boyama ve dikim işlemlerinin ardından yeni doğan üniteleri için hazır hale getirilmektedir.

> **Bebek Pozisyon Yatağı:** Küvezdeki bebeklerin konforunu ve güvenliğini artırmak amacıyla, tamamen öğrencilerin tasarımı olan yumuşak dokulu ve ergonomik yataklar üretilmiştir.

> **Yeşil Ameliyat Bohçası:** Ameliyathanelerin en temel ihtiyaçlarından biri olan ve sterilizasyon şartlarına uygun olarak hazırlanan profesyonel ameliyat bohçaları dikilmiştir.

> **Yastık Üretimi:** Yüzde 100 pamuklu kumaşlarla dikilen yastıklar, elyaf dolum işleminin ardından modern pres makinelerimizde paketlenerek

kullanıma sunulmuştur. Adana Marsa Kadın Doğum Hastanesi'nin yoğun bakım ünitesinde tedavi gören bebekler için ise özel üretilen yastıklar hastaneye başlatılmıştır. Son olarak, Mesleki Eğitim Genel Müdürlüğü ile Elmas Projesi kapsamında savunma sanayiine yönelik kamuflaj, asker üniforması, çadır, uçak döşeme, paraşüt gibi teknik tekstil ürünlerinin üretilmesi amacıyla bir proje başlatılmıştır.

2024 yılı itibariyle Adana Seyhan Devlet Hastanesi ve Marsa Kadın Doğum Hastanesi ile anlamlı bir işbirliği yapılmış; okulumuz, sağlık sektörünün ihtiyaç duyduğu tekstil ürünlerinin ana üretim merkezi haline gelmiştir.





TÜRKİYE TEKSTİL SANAYİİ İŞVERENLERİ SENDİKASI KAYSERİ MESLEKİ TEKNİK ANADOLU LİSESİ

Kayseri'de gelişmiş ev tekstili, mobilya ve yatak endüstrisinin talep ve ihtiyaçlarına paralel olarak okulumuzda bir yatak üretim hattı kurulmuştur. Mayıs 2026'da kurulması planlanan yay üretim hattı ile okulumuz, yatak üretiminin tüm aşamalarını gerçekleştirebilecek kapasiteye sahip olacaktır.

Okulumuzda üretilen yataklar, yurtlar, öğretmen evleri, polis evleri gibi kamu kuruluşlarına taleplerine istinaden üretilerek gönderilmektedir. Ayrıca sensörlü, uzaktan kumandalı hasta yatağı üretimi de yapılmaktadır.

Okulumuzda bulunan yatak üretim hattına ilaveten Kayseri sanayisinde yay ve yatak imalatı yapmakta olan 75 firmanın nitelikli eleman sıkıntısı çökmeleri üzerine Orta Anadolu Kalkınma Ajansı ile hazırlanan projeye

Çift Yaylı Paket Yay Makinası ve Dijital Paket Yay Dizgi Makinası Hattı ile öncelikle bu alanda eğitim gören öğrencilerimiz okulumuzda edindikleri tecrübelerle sektöre kazandırılacaktır. Endüstriyel Otomasyon Teknolojileri alanında öğrenim görmekte olan öğrencilerimiz, kurulan üretim hatları üzerinde oluşacak otomasyon anızalarına müdahale ederek deneyim kazanacaklar ve mezun olduklarında uygulama becerileri ve tecrübeleri ile sektörde istihdam edilebilecektir.

Okulumuz Tekstil Teknolojisi Alanı öğrenci ve öğretmenleri tarafından sosyal sorumluluk kapsamında Filistin-Gazze'ye gönderilmek üzere Ekim ayında hazırlanan yatak, yorgan, yastık, nevresim takımı ve uyku tulumu gibi malzemeler Kayseri Kızılay Şubesi'ne teslim edilmiştir.

Okulumuzda üretilen yataklar, yurtlar, öğretmen evleri, polis evleri gibi kamu kuruluşlarına taleplerine istinaden üretilerek gönderilmektedir.

Bu okulumuz da diğerleri gibi 2024 yılında Bölge Okulu statüsü kazanmış; bu kapsamda Mesleki Eğitim Genel Müdürlüğü ile Karsu Tekstil, Yataş ve Sersim firmalarıyla; 2025 yılında ise Kayseri İl Milli Eğitim Müdürlüğü ile Erciyes Anadolu Holding bünyesinde bulunan Mondri, İstikbal Mobilya ve Boyteks, Lüks Kadife ile Mesleki ve Teknik Eğitime fayda sağlamak amacıyla Mesleki Eğitim İşbirliği Protokolleri imzalanmıştır.



ITMF Uluslararası Tekstil Ödülleri 2026

Son başvuru
tarihi
30 Nisan 2026

Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası'nın ulusal üyesi bulunduğu Uluslararası Tekstil Üreticileri Birliği ITMF, dünyada tekstil alanında yenilik ve girişimleri ödüllendiriyor. Üç kategoride düzenlenen yarışmanın kazananları, projelerini sunmak üzere 14-15 Ekim 2026 tarihlerinde Brezilya'nın Fortaleza şehrinde düzenlenecek ITMF 2026 Yıllık Konferansı'na davet edilecek*.

Sürdürülebilirlik ve İnovasyon Ödülü

Tekstil endüstrisinde yenilikçilik, tasarım, gelişim ve sürdürülebilir üretim odaklı çalışmalar ödüllendirilecektir.

<https://www.itmf.org/awards/itmf-innovation-sustainability-awards-2026>

Uluslararası İşbirliği Ödülü

17 Sürdürülebilir Kalkınma Hedefi değerlerine yönelik, başarılı uluslararası işbirliği çalışmaları ödüllendirilecektir.

<https://www.itmf.org/awards/itmf-international-collaboration-awards-2026>

ITMF Start-Up Ödülü

Tekstil endüstrisine yeni ürün ve süreç çözümleri sunan start-up aşamasındaki girişimler ödüllendirilecektir.

<https://www.itmf.org/awards/itmf-start-up-awards-2026>

Başvurular 30 Nisan 2026 tarihine kadar secretariat@itmf.org adresine e-posta aracılığı ile yapılabilir. Başvuru şartlarına ve belgelere yukarıdaki bağlantılardan ulaşılabilir.

*Konferansa katılım ve Fortaleza'daki konaklama masrafları ITMF tarafından karşılanmakta olup, yolculuk masrafları katılımcıya aittir.

Bilgi:

Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası Araştırma Departmanı
0 212 344 07 77 <http://www.tekstilveren.org.tr/>

Türk pamuğunda teşvik dopingi: BCI SERTİFİKASINA DEVLET DESTEĞİ GELDİ

Türkiye'nin tekstil ihracatında kritik öneme sahip olan sürdürülebilir pamuk üretimine, Ticaret Bakanlığı'ndan önemli bir stratejik destek geldi. Better Cotton Initiative (BCI) sertifikasyonu, "Pazara Giriş Belgesi Desteği" kapsamına alınarak ihracatçının maliyet yükünü hafifletecek teşvik listesine dahil edildi. Karar, sektörün çatı kuruluşu İyi Pamuk Uygulamaları Derneği (IPUD) tarafından büyük bir memnuniyetle karşılandı.



Ticaret Bakanlığı'nın yayımladığı yeni genelgeye göre, fiziksel (izlenebilir) BCI üretimi yapmak isteyen üreticilerin denetim ve sertifikasyon giderlerinin %50'si devlet tarafından ödenecek. Destek Yönetim Sistemi (DYS) üzerinden yapılacak başvurularda, şirket başına yıllık destek limitinin 7.2 milyon TL'ye kadar yükselmesi, Türk tekstilcisinin uluslararası rekabet gücünü artıracak bir hamle olarak görülüyor.

IPUD Başkanı Kayhan: "Sürdürülebilir tedarikte elimiz güçlendi"

Türkiye'de sürdürülebilir pamuk üretiminin yaygınlaştırılması ve Better Cotton standartlarının uygulanması için çalışmalar yürüten İyi Pamuk Uygulamaları Derneği (IPUD) gelişmeyi değerlendiren bir açıklama yaptı. IPUD Yönetim Kurulu Başkanı Muzaffer Kayhan,

IPUD Yönetim Kurulu Başkanı Muzaffer Kayhan, söz konusu desteğin Türkiye'nin küresel tekstil arenasındaki imajını pekiştireceğini vurguladı.



IPUD Yönetim Kurulu Başkanı Muzaffer Kayhan

bu adımın Türkiye'nin küresel tekstil arenasındaki imajını pekiştireceğini vurguladı. Kayhan, şu değerlendirmelerde bulundu:

"BCI sertifikasyonunun teşvik kapsamına alınması, sürdürülebilir tarım stratejilerimizin doğruluğunu kanıtlayan, sektörümüz adına son derece stratejik bir adımdır. Bu destek, üreticilerimizin dünya pazarlarına giriş maliyetlerini düşürürken, Türkiye'nin 'iyi pamuk' tedarik zincirindeki konumunu güçlendirecektir.

Bu hamlenin, paydaşlarımızın sürdürülebilir üretime geçişini hızlandıracağına ve küresel talebe yanıt verme kapasitemizi artıracığına inanıyoruz. Süreci yakından takip ederek ve sektörün bu teşviklerden maksimum düzeyde faydalanması için çalışıyoruz."

TEŞVİK NELERİ KAPSIYOR?

"Pazara Giriş Belgesi Desteği", ihracatçı firmaların uluslararası pazarlara giriş için ihtiyaç duyduğu sertifika ve belgelendirme süreçlerinde oluşan maliyetleri azaltmayı amaçlıyor. Program kapsamında; sertifika alınması veya yenilenmesi için yapılan denetim, belgelendirme, test ve analiz gibi giderler desteklenebiliyor. Destek oranı yüzde 50'ye kadar çıkarken, şirket başına yıllık destek tutarı 7,2 milyon TL'ye kadar ulaşabiliyor. Başvurular, T.C. Ticaret Bakanlığı tarafından yürütülen Destek Yönetim Sistemi (DYS) üzerinden gerçekleştiriliyor.

Better Cotton (BCI) sertifikasının yanı sıra ISO, Global G.A.P., BRC, FSSC 22000, Organik Tarım, HACCP ve Rainforest Alliance gibi uluslararası geçerliliğe sahip çok sayıda sertifika da destek kapsamına dahil bulunuyor. Böylece firmaların sürdürülebilir üretim standartlarına uyum sağlaması, uluslararası alıcıların talep ettiği sertifikasyon süreçlerini tamamlaması ve küresel tedarik zincirlerine daha güçlü şekilde entegre olması hedefleniyor.

Destek kapsamında ayrıca, sertifikaların yenilenmesi, kapsam genişletme işlemleri ve pazara girişte zorunlu veya rekabet avantajı sağlayan test ve analiz raporları için yapılan harcamalar da belirli koşullar altında desteklenebiliyor. Ancak eğitim, danışmanlık, yol ve konaklama gibi giderler destek kapsamına dahil edilmiyor.

Programın başvuru süreçleri, destek kapsamındaki belgelerin güncel listesi ve uygulama esaslarına ilişkin detaylı bilgilere T.C. Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü tarafından yayımlanan "Pazara Giriş Belgesi Desteğine İlişkin Genelge" üzerinden ulaşılabilir. İlgili doküman Ticaret Bakanlığı'nın resmi internet sitesi üzerinden incelenebilir. Ayrıca başvuruların yapıldığı Destek Yönetim Sistemi (DYS) platformu da süreç hakkında güncel bilgilere erişim imkânı sağlıyor.

Bilgi için:

<https://ticaret.gov.tr/data/63341ce713b8769ec0647ebe/30.06.2025%20PAZARA%20GİRİŞ%20BELGESİNE%20İLİŞKİN%20GENELGE.pdf>

İnsan vücudunu iletişim ortamı olarak kullanan pilsiz ve çipsiz akıllı "I-Fiber" yapısı

Giysinin yalnızca bir taşıyıcı değil, çevreyle ve kullanıcıyla etkileşime geçen aktif bir arayüz haline dönüşmesi mümkün mü? "I-fiber" (interaktif lif) olarak adlandırılan yapı, insan vücudunu devrenin bir parçası olarak kullanarak çalışıyor.

GÜRAY KILINÇ / TTSİS ARAŞTIRMA UZMANI



Science (2024) / Donghua University

Akıllı tekstiller alanında bugüne kadar karşılaşılan en büyük engellerden biri, elektronik bileşenlerin kumaş yapısına entegre edilmesi sırasında ortaya çıkan enerji kaynağı ve işlem birimi gereksinimidir. Konvansiyonel e-tekstil sistemleri pil, mikro çip ve kablolu gerektirmekte; bu da giysinin esnekliğini, konforunu ve günlük kullanılabilirliğini önemli ölçüde sınırlamaktadır. Donghua Üniversitesi Malzeme Bilimi ve Mühendisliği Bölümü'nden bir araştırma ekibi, bu temel soruna kökten bir çözüm sunarak Science dergisinde yayımlanan çalışmasıyla yankı uyandırdı. Ekip, pil ve çip gerektirmeden çevresel elektromanyetik enerjiyi toplayabilen, dokunmatik algılama yapabilen ve kablosuz sinyal iletimi sağlayabilen yeni bir akıllı lif geliştirdi. "I-fiber" (interaktif lif) olarak adlandırılan bu yapı, insan vücudunu devrenin bir parçası olarak kullanarak çalışıyor.

Kazara gerçekleşen buluş
Araştırmanın ilk yazarı, doktora öğrencisi Yang Weifeng... Yang, 2021 yılında alternatif akım sinyaliyle güçlendirilecek bir ışık yayan lif üzerinde çalışırken, elektrot bağlantısının yanlışlıkla koptuğunu fark etti. Ancak beklenmedik bir şekilde lif parlamaya devam ediyordu. Bu durum, fiziksel bir

elektrik bağlantısı olmaksızın, ortam enerjisinden düşük empedanslı bir enerji yolunun hâlâ mevcut olduğunu gösteriyordu. Yang, bu "sihirli" gözlemi sistematik bir araştırmaya dönüştürdü. Profesör Wang Hongzhi ve araştırmacı Hou Chengyi'nin rehberliğinde yürütülen çalışma, Singapur Ulusal Üniversitesi ve Anhui Tarım Üniversitesi ile işbirliği içinde gerçekleştirildi. Üç yıllık deneme-yanılma sürecinin ardından ekip, insan vücudunu enerji devresinin bir unsuru olarak kullanan üç katmanlı bir akıllı lif yapısını başarıyla geliştirdi.

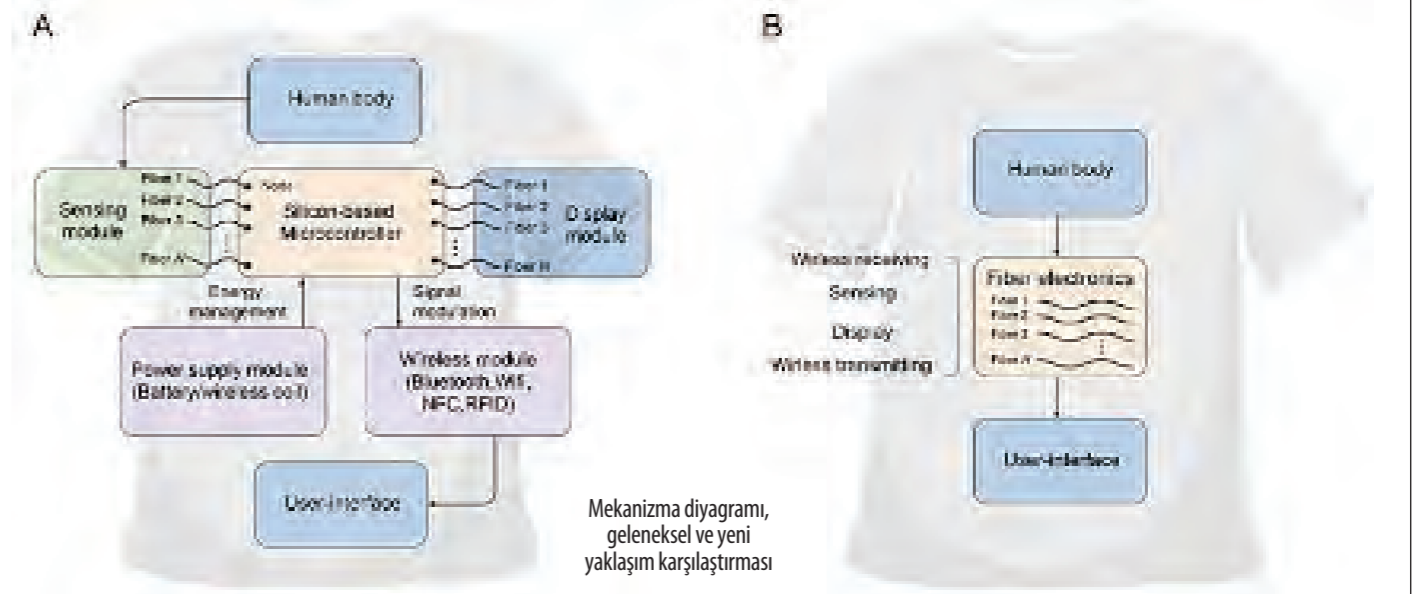
Üç katmanlı yapı: Anten, dielektrik ve lüminesan

I-fiber'in çalışma mekanizması, ortamdaki elektromanyetik enerjiyi toplama prensibine dayanmaktadır. Günlük yaşamda cep telefonları, güç kabloları ve çeşitli elektronik cihazlar sürekli elektromanyetik alan yayar. Ancak bu enerji büyük ölçüde havada dağılır; çünkü havanın elektriksel empedansı yüksektir.

I-fiber'in çalışma mekanizması, ortamdaki elektromanyetik enerjiyi toplama prensibine dayanıyor.

İnsan vücudu ise havaya kıyasla çok daha düşük empedansa sahiptir. I-fiber, bu farktan yararlanarak çalışır. Lifin yapısı üç eş merkezli katmandan oluşmaktadır. Çekirdek katman, gümüş kaplı naylon liflerden üretilmiş bir anten görevi görür ve çevredeki alternatif elektromanyetik alanları algılar. Orta katman, baryum titanat (BaTiO₃) kompozit reçinesinden oluşan bir dielektrik tabakadır ve elektromanyetik enerji başlangıcını güçlendirmek üzere optimize edilmiştir. Dış katman ise çinko sülfür (ZnS) kompozit reçinesinden üretilen elektrik alanına duyarlı bir lüminesan tabakadır. İnsan cildi life temas ettiğinde, temas noktasında bir kontakt kapasitansı oluşur ve kapalı bir enerji döngüsü meydana gelir. Bu döngüde insan vücudu, ortam elektromanyetik enerjisini life ileten düşük empedanslı bir yol işlevi görür. Yeterli yük biriktiğinde optik katman uyanır ve lif görünür ışık yayar. Aynı zamanda parmak basıncı belirli bir eşiği aştığında kablosuz bir radyo frekans sinyali üretilir. Böylece lif, hem görsel hem de dijital sinyal çıkışı sağlayabilen bir sensöre dönüşür.

Von Neumann dışı mimari: Basitleştirilmiş donanım
I-fiber'in en devrimsel yönlerinden biri, geleneksel bilgisayar mimarisinden tamamen farklı





bir yaklaşım benimsemesidir. Konvansiyonel e-tekstil sistemleri, Von Neumann mimarisi temelinde çalışır: Veri toplama, işleme, depolama ve iletim modülleri sıralı olarak birbirine bağlıdır. Bu yapı, her bir işlev için ayrı bir donanım bileşeni gerektirir ve sonuç olarak sistemin hacmini, ağırlığını ve sertliğini artırır. I-fiber ise "Von Neumann dışı" bir mimari önermektedir. Enerji toplama, bilgi algılama ve sinyal iletimi işlevleri tek bir lif yapısında bütünleştirilmiştir. Lifin kendisi hem sensör hem enerji kaynağı hem de iletişim aracı olarak işlev görmektedir. Geleneksel e-tekstil sistemlerinde sensör modülü ayrı, işlemci ayrı, batarya ayrı ve iletişim modülü ayrı birer bileşen olarak kumaşa monte edilmekte ya da eklenmektedir. Bu bileşenlerin her biri genellikle sert, kırılgan ve hacimli yapılardan oluşmakta; dolayısıyla giysinin doğal esnekliği ve kullanıcı konforu ciddi ölçüde kayba uğramaktadır. I-fiber'in tek katmanlı bütünleşik yapısı, bu çok bileşenli mimariyi ortadan kaldırarak giyilebilir cihazların donanım yapısını radikal biçimde sadeleştirmekte ve konfor

ile giyilebilirlik sorunlarına yapısal bir çözüm sunmaktadır.

Tekstil entegrasyonu ve uygulama örnekleri

Araştırmacılar, i-fiber'in tekstil uygulamalarını birçok farklı senaryoda test etti. İlk uygulamada, liflerin bir tişörte dikilmesiyle giysi üzerinde ışıklı bir mesaj görüntüsü oluşturuldu. Giysi yüzeyine dokuma yöntemiyle entegre edilen lifler, parmak temasıyla aktive edilerek metin ve desenlerin görüntülenmesini sağladı. Bir diğer uygulamada, bileğe yerleştirilen lif tabanlı bir klavye prototipi geliştirildi; kullanıcının bilek üzerindeki dokunmatik hareketleri kablosuz olarak bir ekrana metin olarak iletildi. Ev otomasyon alanında ise i-fiber teknolojisi bir halıya entegre edildi. Kullanıcı halıya bastığında lifler hem parlardı hem de kablosuz sinyal üreterek ortam aydınlatmasını otomatik olarak aktive etti. Bu uygulama, geleneksel sensör sistemlerinin yerini alabilecek, tamamen tekstil tabanlı bir etkileşim arayüzü ortaya

Lifin dokunma ve basınca duyarlı yapısı, göğüs bölgesine entegre edildiğinde solunum paternlerinin izlenmesine olanak tanıyabilir.

koyması açısından dikkat çekicidir. Araştırmacılar ayrıca sanal oyun kontrolü için de bir tekstil arayüzü geliştirmiştir. Kumaşa dokunarak üretilen kablosuz sinyaller, gerçek zamanlı olarak oyun içi aksiyonları kontrol edebilmektedir. Yang, bu uygulamayı değerlendirirken yumuşak ve hafif bir kumaşa dokunarak oyun içeriğiyle etkileşim kurmanın çığır açıcı bir yöntem olduğunu belirtmiştir. Sağlık izleme alanında ise teknolojinin önemli bir potansiyeli bulunmaktadır. Lifin dokunma ve basınca duyarlı yapısı, göğüs bölgesine entegre edildiğinde solunum paternlerinin izlenmesine olanak tanıyabilir. Hareket algılama kapasitesi sayesinde fiziksel aktivite takibi ve duruş analizi

gibi uygulamalarda da kullanım senaryoları değerlendirilmektedir. Lifin ince ve yumuşak yapısı, ticari pamuklu kumaşlara benzer bir dokunuş sunmaktadır. Dokuma ve örme süreçlerinde endüstriyel ölçekli ekipmanlarla üretim yapılabilmesi, teknolojinin seri üretime uygunluğunu desteklemektedir. Yang, hammadde maliyetlerinin düşük olduğunu ve mevcut tekstil işleme tekniklerinin kullanılabilirliğini vurgulamaktadır.

Performans özellikleri ve sınırlamalar

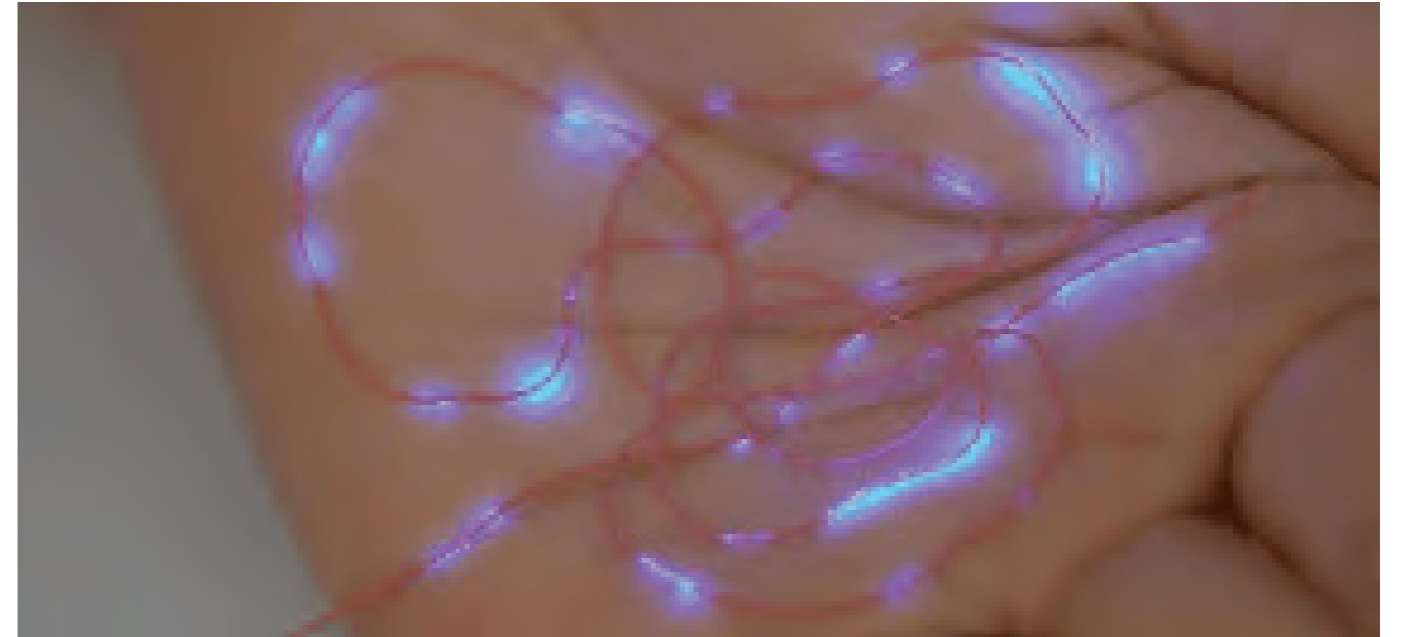
I-fiber, mekanik esneklik testlerinde tekstil kullanımına uygun bir performans sergilemiştir. Lif, tekrarlayan bükülme döngülerinde yapısal bütünlüğünü koruyabilmektedir. Lüminesans homojenliği açısından ise lifin farklı noktalarında tutarlı ışık yoğunluğu elde edilmiştir. Kablosuz sinyal iletimi açısından, harici bir algılama bobini liften yayılan sinyalleri alarak dijital komutlara dönüştürebilmektedir. Lifin çapı ve vücutla temas eden yüzey alanı değiştirilerek sinyal karakteristikleri ayarlanabilmekte; bu da farklı dokunma biçimlerinin (hafif temas, basınç, sürtünme) birbirinden ayrıştırılabilmesini mümkün kılmaktadır. Bununla birlikte, teknolojinin bazı sınırlamaları mevcuttur. Lif, yalnızca ortamda

Lifin çapı ve vücutla temas eden yüzey alanı değiştirilerek sinyal karakteristikleri ayarlanabilmekte; bu da farklı dokunma biçimlerinin (hafif temas, basınç, sürtünme) birbirinden ayrıştırılabilmesini mümkün kılmaktadır.

yeterli düzeyde elektromanyetik alan bulunduğunda işlevsel olabilmektedir; bu da kapalı alan uygulamalarında avantaj sağlarken, elektromanyetik olarak izole ortamlarda performansı düşürebilir. Lifin ürettiği sinyal gücü, karmaşık veri işleme gerektiren uygulamalar için henüz yeterli değildir; bu nedenle sistem, mevcut haliyle temel algılama ve basit etkileşim senaryolarıyla sınırlıdır. Ayrıca lifin yıkanabilirlik ve uzun süreli kullanım dayanıklılığına ilişkin kapsamlı endüstriyel testler henüz tamamlanmamıştır. Araştırma ekibi, gelecekte lifin duyarlılığını ve sinyal çeşitliliğini artırmayı, farklı vücut bölgelerinden alınan sinyallerin ayırt edilebilirliğini geliştirmeyi ve çok lifli ağ yapılarıyla daha karmaşık etkileşim senaryoları oluşturmayı hedeflemektedir.

Tekstil endüstrisi için potansiyel

I-fiber teknolojisi, akıllı tekstillerin geleceğine ilişkin önemli ipuçları sunmaktadır. Nottingham Trent Üniversitesi'nden e-tekstil uzmanı Profesör Theodore Hughes-Riley, çalışmayı değerlendirirken bu türde kablosuz olarak parlayabilen bir sistem görmediğini belirterek, buluşun dikkat çekici niteliğini vurgulamıştır. Teknolojinin sağlık izleme, insan-makine etkileşimi ve akıllı ev sistemleri gibi alanlarda önemli uygulama potansiyeli bulunmaktadır. Pil ve çip bağımlılığını ortadan kaldırması, tekstilin doğal esnekliğini ve konforunu koruması ve mevcut üretim altyapısına uyumlu olması, i-fiber'i mevcut e-tekstil yaklaşımlarından farklılaştıran temel avantajlar olarak öne çıkmaktadır. Özellikle dokunsal veri toplama alanında, giysilere veya eldivenlere entegre edilen bu sensörlerin yapay zekâ modellerinin eğitimi için büyük ölçekli gerçek dünya verisi sağlayabileceği öngörülmektedir. I-fiber, akıllı tekstil alanında yeni bir paradigmayı işaret etmektedir: Giysinin yalnızca bir taşıyıcı değil, çevreyle ve kullanıcıyla etkileşime geçen aktif bir arayüz haline dönüşmesi. Bu teknoloji, tekstilin geleneksel sınırlarını zorlayarak malzeme bilimi, elektronik mühendisliği ve insan-bilgisayar etkileşimini tek bir lif yapısında buluşturmaktadır.



Rahatlığın stille buluştuğu yer: Matchy Matchy

Kadın, erkek ve çocuk... Tüm tüketici gruplarını kapsayan rahat ve bunun yanında stil sahibi kıyafetler... Tüm üretim süreçleri Kahramanmaraş'ta gerçekleşen Matchy Matchy, dingin renk paleti, cilt dostu kumaşları, rahat yaşam tarzını estetikle birleştiren çizgisiyle öne çıkıyor. Markanın hikâyesini, kurucu ortağı Özge Vural Toy'dan dinledik.



Markanızın kuruluş hikâyesi nedir?

Matchy Matchy, günlük hayatta stil sahibi olmanın konforla çelişmek zorunda olmadığını savunan bir fikirle doğdu. Günlük hayatta hem iyi görünen hem de gerçekten iyi hissettiren parçalar arıyordum; ancak çoğu zaman stil ve konfor arasında bir seçim yapmak gerekiyordu. Benim için bu ikisinin bir arada var olabileceği bir alan yaratmak kaçınılmazdı.

İlhamını, hayatın içindeki o sessiz ama güçlü anlardan aldı: Sabahın ilk saatleri, evin içindeki dinginlik, hareket halindeyken bile rahat kalabilme ihtiyacı... Bu hissi taşıyan bir marka yaratma fikri, zamanla Matchy Matchy'nin temelini oluşturdu.

Bu süreci iş ortağım Mustafa Yalçın ile birlikte şekillendirdik. Kendisi bir iş insanı olmasının yanı sıra tekstil alanındaki bilgi birikimiyle markanın oluşumuna çok güçlü bir katkı sağladı.

Tasarım bakış açımı ile onun üretim ve malzeme konusundaki derinliği birleşince, marka doğal bir denge üzerine kuruldu.

Bugün Matchy Matchy, yalnızca estetik bir uyum sunmaktan öte; cilde değdiği anda fark yaratan kumaşları, zahmetsiz silüetleri ve zamansız yaklaşımıyla kendi dünyasını kuruyor.

Birlikte deneyimlenen stil

Matchy Matchy ismi markanızın DNA'sı ile nasıl bir ilişki içinde?

"Matchy Matchy" ismi, markanın özünü çok net anlatıyor. Uyum, birliktelik ve bütünlük... Ancak bu uyum sadece görsel değil; duygu, yaşam tarzı ve estetik anlayışın da birbiriyle örtüşmesi. Bizim için "match" olmak, bir görünümünden çok bir his.

Tüm tüketici gruplarına yönelik ürünleriniz var. Markanıza en çok hangi grup ilgi gösteriyor?

Markamızın çıkış noktasında "birlikte deneyimlenen stil" fikri vardı ama bugün Matchy Matchy bunun çok ötesine geçmiş durumda. Artık yalnızca aileler ya da çiftler için değil; stilinde sadelik, kalite ve zamansızlık



Özge Vural Toy

"Matchy Matchy ilhamını, hayatın içindeki o sessiz ama güçlü anlardan aldı: Sabahın ilk saatleri, evin içindeki dinginlik, hareket halindeyken bile rahat kalabilme ihtiyacı..."

arayan herkes için bir tercih.

Match olma fikri hâlâ güçlü bir parça, ancak bizi asıl farklı kılan; kumaşın dokusu, renk paletinin dinginliği ve gün boyu süren o zahmetsiz rahatlık hissi. İnsanlar Matchy Matchy'yi sadece birlikte giymek için değil, iyi hissettirdiği için seçiyor.

Bu kategorileri aynı marka altında buluşturmanın avantajları var mı?

Bu yaklaşım, bize bir gardıroptan öte bir dünya kurma imkânı veriyor. Aynı estetik dili farklı bedenlere ve yaşam anlarına taşıyabilmek, markayı bütünsel bir stil evrenine dönüştürüyor. Koleksiyon içindeki bu akış sayesinde renkler, dokular ve silüetler birbirini besliyor. Her parça tek başına güçlü ama birlikte daha anlamlı. Bu bütünlük, kullanıcıya da sezgisel bir konfor sunuyor. Stil, düşünülmesi gereken bir şey olmaktan çıkıp doğal bir deneyime dönüşüyor.

Üretim süreciniz Türkiye'de mi gerçekleşiyor?

Evet, üretimimizin tüm süreçleri Türkiye'de, Kahramanmaraş'ta gerçekleşiyor. Bu bizim için sadece operasyonel bir tercih değil; zanaate ve detaylara yakın kalma biçimi. Kumaşın ilk dokunuşundan son dikişe kadar süreci yakından takip etmek, kaliteyi garanti altına alıyor.

Koleksiyonlarınızda en çok hangi malzemeleri kullanıyorsunuz?

Kumaş, bizim için tasarımın başlangıç noktası. Yüzde 100 pamuk ve organik boyalar koleksiyonlarımızın temelini oluşturuyor. Nefes alabilirlik, yumuşaklık ve ciltle kurduğu o hassas ilişki... Özellikle çocuk koleksiyonuna çok yüksek bir hassasiyetle yaklaşıyoruz.

“Üretimimizin tüm süreçleri Kahramanmaraş'ta gerçekleşiyor. Bu sadece operasyonel bir tercih değil; zanaate ve detaylara yakın kalma biçimi.”



“Sürdürülebilirliği bir söylemden öte, iş yapış biçimimizin doğal bir parçası olarak ele alıyoruz. Kullandığımız suyun yüzde 70'ini geri dönüştürüyoruz.”

Malzemeyi nereden, nasıl temin ediyorsunuz?

Kumaş seçiminde yalnızca estetik değil, etik de belirleyici. Uzun soluklu işbirlikleri kurduğumuz yerel üreticilerle çalışıyoruz. Bu noktada ortağım Mustafa Yalçın'ın tekstil kökenli olması sürece önemli bir derinlik katıyor; iplikten dokumaya kadar tüm aşamalarla yakından ilgileniyor. Her kumaşın hikâyesini bilmek, dokusunu hissetmek ve üretim sürecini takip etmek bizim için vazgeçilmez.

“Kullandığımız suyun yüzde 70'ini dönüştürüyoruz”

Markanızın sürdürülebilirlik yaklaşımı nasıl?

Sürdürülebilirliği bir söylemden öte, iş yapış biçimimizin doğal bir parçası olarak ele alıyoruz. Daha nitelikli ürünler üretmek, uzun ömürlü parçalar tasarlamak ve her aşamada bilinçli seçimler yapmak yaklaşımımızın temelini oluşturuyor. Kumaş seçiminden üretim süreçlerine uzanan tüm adımlarda izlenebilirlik, kalite ve sorumluluk odağında ilerliyoruz. Bu yaklaşım, sürdürülebilirliği bizim için aynı bir başlık olmaktan çıkarak, markanın bütününe yayılan bir değer haline getiriyor. Üretimimizin gerçekleştiği fabrikada, suyun yüzde 70'inin geri dönüştürülmesi de bu yaklaşımın somut bir yansıması...

Koleksiyonlarınızın tasarım süreci nasıl işliyor?

Tasarım sürecinde ben ve ekibim, trendleri yalnızca takip etmekle kalmayıp, onları zamana karşı kalıcı kılacak şekilde yeniden yorumlamaya odaklanıyoruz. Güncel moda diliyle güçlü bir bağ kuran, ancak sezonlar



“Athleisure, artık trendden çok bir yaşam biçimi. Ancak sadece rahatlık yeterli değil; iyi kesim, kaliteli kumaş ve estetik bütünlük de çok önemli.”

ötesinde de değerini koruyan silüetler yaratmayı önceliklendiriyoruz. Dokunsallık ise bu sürecin en belirleyici katmanlarından biri. Kumaşın hissi, tasarımın karakterini tamamlayan temel unsurlardan biri haline geliyor. Matchy Matchy, yüzde 100 pamuk ve organik boyalarla renklendirilen kumaşlarıyla bu yaklaşımı güçlü bir şekilde destekliyor; hem konforu hem de estetik bütünlüğü aynı düzlemde buluşturuyor.

Athleisure trendine bakış

Stil ve fonksiyonelliği nasıl dengeliyorsunuz?

Bizim için stil, ancak içinde rahatça yaşayabildiğinizde anlam kazanıyor. Bu yüzden her tasarım, hareket özgürlüğünü destekleyecek şekilde kurgulanıyor. Akışkan kesimler ve gün boyu konfor sunan yapılarla, parçaların sadece iyi görünmesini değil, iyi hissettirmesini de önceliklendiriyoruz.

Genç tüketiciler modayı nasıl dönüştürüyor?

Yeni nesil, modayı tüketmekten çok deneyimlemek istiyor. Ürünün arkasındaki hikâyeyi, üretim sürecini ve değerleri önemsiyor. Bu da markaları daha şeffaf, daha duyarlı ve daha rafine olmaya yönlendiriyor.

Athleisure trendinin geleceği hakkında ne düşünüyorsunuz?

Athleisure, artık trendden çok bir yaşam biçimi. Ancak bugün geldiği noktada sadece rahatlık yeterli değil; iyi kesim, kaliteli kumaş ve estetik bütünlük de aynı derecede önemli. Biz bu alanın giderek daha rafine hale geleceğini düşünüyoruz. Konfor ve zarafet arasındaki çizgi incelidikçe, ortaya çok daha güçlü bir stil dili çıkıyor.



Türkiye



TİM TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ

İTHİB İSTANBUL TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

FUTURETEX İSTANBUL

HAYALİNDEKİ KUMAŞI

FUTURETEX

KUMAŞ TASARIM YARIŞMASI İLE

Tasarla

ÖDÜLLER

Nakdi Ödüller

Eğitim Ödülü

Yurt Dışı Fuar Ziyareti

6 Ay Yabancı Dil Eğitimi

Yurt Dışı Eğitim Ödülü

Texhibition Özel Ödülleri

YARIŞMA KOÇU

Özlem KAYA

SON BAŞVURU TARİHİ

1 HAZİRAN 2026

Ödüller ve Detaylar İçin Web Sayfamızı Ziyaret Edin!

www.futuretexistanbul.com





Biri seyirlik, diğeri yaşamalık **BRUGGE & GENT**

“Belçika ve turizm” denince akla ilk gelen şehirlerden biri kuşkusuz Brugge. Neredeyse el değmemiş gotik mimarisiyle, Orta Çağ’ı günümüzde de yaşatan, içinde kanalların geçtiği bu küçük şehir bir film seti gibi. Komşusu Gent ise, Brugge’ün daha dinamik, enerjik ve hayat dolu hali gibi...

AYŞEGÜL SAVUR ÖZGEN





Brugge'de kanal gezisi yapmanın keyfi...

Ortaçağ şehri Brugge, tam bir aşk nefret ilişkisi sunuyor. Kimi ona aşık oluyor, kimi çok kasvetli buluyor. Özellikle de karanlık havalarda gidenler...

arabamıza benzin doldurmak bunun ilk adımıydı. İş başa düşmüştü. Önce pompa çalışmadı, sonra bu işlemi iki kere yaptığımız için kredi kartımızdan fazla para çekildiğini düşündük. Çünkü o sırada bankadan, kredi kartınızdan şu kadar para çekildi gibi bildirimler geliyor... Aylin o sırada arabada online bir toplantıda. Yardım da isteyemiyordum. "Yahu ne oluyor" filan derken, stres içinde benzini doldurmayı başardım. Tam bu işi halledip, "oh be" diyerek direksiyona oturmuştum ki, arabanın altından tangır tungur sesler gelmeye başladı. Kenara çekip, aşağı bakınca yolculuğumuzun tatsız sürprizi bize "merhaba" dedi. Lastiğimiz patlamıştı.

İstasyonda sadece biz ve sıra sıra dizilmiş turların şoförleri var. Ne yapsam diye bakırken, köşede küçük bir market gördüm. İçeri girdim ve koltuğa

gömülmüş dinlenen bir adamla göz göze geldim. O bakış çok o kadar tanıdık ki... "Türk müsünüz" dedim hemen, "Evet" cevabı geldi tabii. Sağ olsun, üç Türk birden geldi yanımıza, lastiği değiştirdiler. Sohbet, muhabbet... Lastik değişimi tamamlanınca, "Türklerin sırtı buralarda yere gelmez evelallah" diyerek, Brugge yoluna devam ettik. Şaka gibi ama Ortaçağ atmosferine ışınlanmadan önce, bunları yaşadık.

Brugge: Borsa kelimesinin doğduğu yer

Brugge'e otomobile gidiyorsanız, bizim gibi önceden kalacağınız yeri, otoparka göre belirlemeniz iyi olur. Çünkü şehrin sokakları çok dar, park yeri sınırlı. Çok az sayıdaki otelin kendine ait otoparkı var; kimi oteller ise sizden ekstra park ücreti talep ediyor. Biz kalacağımız oteli, otoparka yakın bir konumda tercih ettik.

Şehir daha girer girmez, alışkın olduğunuz dünyayı geride bıraktığınızı ilan ediyor. Orta Çağ'dan kalma gotik binalar, Arnaut kaldırımli daracık sokaklar, iki adımda bir karşınıza çıkan butik çikolata dükkanları, aileden kalma dantellerin kıymetini bir kez

daha sorguladığınız dantel ve goblen mağazaları...

Brugge bir zamanlar ticaretin, para akışının ve zanaatın merkeziymiş. Kent, 13'üncü ve 15'inci yüzyıllar arasında, Kuzey Denizi'ne açılan su yolları sayesinde Avrupa'nın en önemli ticaret noktalarından biri olmuş. Sonra denizle olan bağlantısı zayıflamış ve ticaret başka limanlara kaymış.

Bugünkü "borsa" kelimesinin kökeni de Brugge'deki Van der Beurze ailesinin iş hanına bağlıyor. Düşünsenize bir zamanlar ticaretin, paranın başrolde olduğu bu şehrin bugün bunlarla hiç işi yokmuş gibi...

İyi korunmuş miras

Kentin turistik açıdan edindiği şöhrette In Brugge filminin haklı bir payı var. Şehir, sinemacıların arayıp da bulamacağı bir atmosfere sahip gerçekten de... Kanallar, köprüler, çan kuleleri, meydanlar, dar sokaklar, vitrinler iç içe müthiş bir uyum içinde.

Brugge'ün tarihi şehir merkezi, 2000 yılından bu yana UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alıyor. Orta Çağ'dan kalma Gotik mimarisi, kanalları ve tarihi dokusuyla bilinen bu bölge, özellikle Markt Meydanı (Grote

Markt), Belfry Çan Kulesi ve Begijnhof (Beguinage) manastır alanını içine alan geniş bir koruma bölgesi.

Begijnhof (bir konut topluluğu), 13'üncü yüzyılda kurulmuş. Beguine o dönemde, dünyadan tamamen kopmadan dindar ve bekâr hayat süren kadın topluluğuna verilen isim. Beguineler, gönüllü olarak yoksulluğu seçiyor ve ihtiyaç sahiplerine yardım ediyormuş. Brugge'de bu dindar kadın topluluğunun yaşadığı binalar, 1998 yılından bu yana UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde... Alanın girişinde bizi kuğular ve ördekler karşılıyor. Onlar bile burada başka bir dünya kurmuş, zamanı durdurmuş gibi.

Bana "Brugge'ü birkaç kelimeyle özetle" deseniz şunları sıralarım: Bozulmamış gotik mimari, kanallar, çikolata ve dantel... Şehirde bir çikolata müzesi bile var.

Bunlara bir dördüncüyü ekleyebiliriz: Resim. UNESCO'nun da belirttiği gibi kent, erken Flaman resminin merkezlerinden biri. Birazdan Gent'i anlatırken adına değineceğim Flaman ressam Jan van Eyck yalnızca Gent'le anılmıyor; Brugge de onun dünyasının çok önemli bir parçası. Van Eyck'in Brugge'de yaşadığı ve çalıştığı dönem,

Thelma and Louise filmi izlemiş kadınların dilinde hep kız kıza yola çıkma hayali vardır. 1991 yapımı filmin, buram buram özgürlük kokan afişleri bile bunu düşündürmeye yeter. Biz de ne zamandır yakın arkadaşım Aylin ile Avrupa'da böyle bir yolculuğa çıkmak istiyorduk. Ne zaman plan yapsak, işler son dakika sürpriziyle bizi yerimize oturttu. Ta ki geçen Mart ayına kadar. Sonunda hayattan 10 günlük zaman çalıp, hayalimizin bir kısmını gerçekleştirmek üzere Hollanda'ya gittik. Sonrasında iş, otomobile atlayıp, şehir şehir gezmeye kaldı.

Kendimize belirlediğimiz duraklardan ikisi Belçika şehirleri Brugge ve Gent'ti... Bazı ünlü şehirler vardır bir türlü gidemediğiniz, bazı filmler izleyemediğiniz, bazı kitaplar ne kadar bilindik olsalar da okuyamadığınız. Brugge benim için böyle... Yıllardır adı dilimde ama bir türlü gidemedim. Ve giden kime sorsam, şehrin aşk

nefret ilişkisi yarattığını görürüm. Kimi aşık olur Brugge'e, kimi hiç sevmez. Sevmeyenlerin çoğunun da kışın karanlık bir dönemde gittiğini kendi kendime tespit ettim.

Macera dolu başlangıç

Hollanda tarafından yola çıktık. Navigasyon, Sittard'dan Brugge'e üç saate yakın süre verdi. Tamam sorun yok, "güle eğlene gideriz" dedik. Benzin depomuzu doldurma işini, akaryakıt Hollanda'ya göre daha ucuz olduğu için Belçika'ya bıraktık. Belçika'ya geçmek zaten kısa sürüyor ama otoban üzerinde nedense Türkiye'deki kadar sık benzin istasyonu yok. Sonunda ucuz benzin uğruna, benzinsizlikten yolda kalacağız gibi bir duruma yaklaşıncaya haritada istasyon arayıp onun ayağına gitmek durumunda kaldık. Ve Brugge seyahatimizin, anılarımıza "macera dolu" olarak kazınacağını burada öğrenmiş olduk. Kimsenin çalışmadığı benzinlikten,



Tarihi binalar çikolata ve dantelcilerle dolu.

Tabii ki kent ulaşımında bisiklet başrolde.



Begijnhof

Brugge'ün tarihi şehir merkezi (Historic Centre of Brugge), 2000 yılından bu yana UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alıyor.



şehrin bir başka sanatsal boyut veriyor. Sanata meraklıysanız, Flaman ustalarla buluşmak için Groeningemuseum iyi bir durak.

Bir ressamın evinde kalmak

Brugge yürüyerek köşe bucağın gezebileceğiniz küçük bir masal dünyası. O yüzden gitmeden önce büyük araştırmalar yapmaya hiç gerek yok. Kendinizi sokaklara atın, bırakın Brugge sizi gezdirmesin. Karar vermekte en çok zorlanacağınız şey, çikolataları hangi mağazadan almanız gerektiği olabilir.

Açıkçası ben onu bile yapmadım, Brugge'de üretilen çikolatanın kötü çıkma ihtimali olmadığını düşünüyorum. Gözüm keştiğim bir yere girip, bir seçki yaptım. Brugge'e gittiğinizi duyanların sizden çikolata beklentisi olacağını unutmayın!

"Nerede, ne yiyelim" dersanız, manzara ve canlılık istiyorsanız kanalların etrafında toplanan restoran ve kafelere göz atmanızı öneririm. Aralarında çok büyük bir kalite farkı olduğu söylenemez, canınızın istediğine oturun. Fakat ben turist olduğum yerlerde, herkesin ilk gördüğü yerlere gitmeyi değil de biraz arka



Gent'in meşhur kilise ve katedralleri bir içleme oluşturuyor.

sokaklara sızmayı tercih ederim. Asıl hazineler genellikle oralardadır. Bir de itiraf etmeliyim ki, bu seyahat boyunca Chat GPT bana harika bir rehber oldu. Mesela Brugge'de akşam yemeği zamanı geldiğinde çok aç değildik. Chat GPT'ye "Bir şeyler atıştırabileceğim, aşırı turistik olmayan, lezzetli, sakın bir yer öner" dedim. Onun tavsiyesiyle girdiğimiz De Verbeelding (Apero-Tapas) tam da aradığımız yerdik. Doyurucu porsiyonları, kaliteli hizmeti ve gerçek Avrupa hissiyle bize çok iyi geldi. Tavsiye ederim. Aylin daha önce Opus Latino'ya gidip çok beğenmiş, beni de götürmek istiyordu ama o gün kapalıydı ne yazık ki gidemedik.

Otelimize gelince, biz otoparka yakınlığını düşünerek, kendimizce fiyat kalite performansına bakarak Hotel Malleberg'i tercih ettik. Adı otel ama aslında ev gibi... Zaten bir zamanlar, 1912-1983 yılları arasında yaşamış kadın ressam Rachel Baes'in eviymiş. Evin odaları bugün otel odası olarak hizmet veriyor. Küçük resepsiyon bölümünde bizi tatlı bir genç kız karşıladı. Ana giriş kapısı ile oda anahtarını verdi ve yok oldu. Binada çalışan görmüyorsunuz, ana kapıyı kendi anahtarınızla açıp

otele giriyorsunuz. Bence harika bir tecrübeydi. Brugge'de kendi evimizde kalıyor gibi hissettik.

Gent gitmeye değer mi?

Brugge küçük bir şehir olduğu için sadece bir gece kalmalık program yapmıştık. Sonraki durağımız Gent olacaktır. Fakat yolda çektiğimiz çileyi hatırlayın. Brugge'e tahmin ettiğimizden geç ve gergin geldiğimizden, ertesi sabah acaba bir gün daha mı kalsak diye geçirdim içimden. Fakat Hollanda'daki ev sahibimiz Aytaç, her adımımızı uzaktan takip ettiği için buna izin vermedi. Benim "Gent çok mu lazım" soruma, hiç beklemeden "Evet çok lazım, hadi çıkın yola" diye karşılık verdi. Kendisine bu konuda sonsuz güvendiğimizden, sözünü ikiletmeden hareket ettik.

Ve daha şehre girerken, "Gerçekten de burası çok lazım" demeye başladık. Bir üniversite şehri olan Gent, komşusu Brugge'ün çok daha dinamik, enerjik, canlı hali... Brugge dokunmaya kıyamayacağınız bir sanat eseriyse, Gent her gün elinizin altında olmasını istediğiniz kullanışlı bir tasarım harikası gibi...

Arabamızı merkezi bir otoparka

bıraktık. Öyle ki dışarı çıkınca, adımımızı harika bir kent meydanına attık (Vrijdagmarkt). Hava güneşli, etraf restoran ve kafelerle dolu... Ne var ki, sabah 11:00 olmasına rağmen çoğu henüz açılmamıştı. Lloyd Cafe'nin açık olduğunu görüp içeri girdik. Tam da aradığımız yerdeydik. Tatlı tuzlu malzemelerde hazırlanan şahane pancake'ler aklımızı başımızdan aldı. Enerji depolayıp kenti arşınlamaya başladık.

Harika bir nehir turu

Gent de Brugge gibi bir zamanların ticaret şehri, zengin bir yer. Şehir özellikle tekstil ürünlerinin ticaretiyle ünlenmiş. İngiliz yünü ve kumaş ticareti kentin ana geçim kaynaklarından biri olmuş. Zaten nehir kıyısında farklı meslek örgütlerine ait binaları görüyorsunuz. Bu, Belçika genelinde yaygın bir durum. Brüksel'de de durum aynı. Her biri "benim binam seninkinden daha görkemli" mantığıyla yaptırılan meslek örgütü binaları, bugün şehir meydanının tarihi silüetini oluşturuyor.

Gent'te de durum farklı değil. Nehir kıyısındaki meşhur semtler Graslei ve Korenlei'ye bunu net şekilde görüyorsunuz. Buradaki binalar eski ticaret hayatının, loncaların ve depolama düzeninin izlerini taşıyor.

Gent'te yapılabilecek en güzel şey, nehir turuna çıkmak. Biz de Leie Nehri üzerinde gezen turlardan birine



Gent'te nehir turu...

kataldık. Havanın güzel olması bu tura daha da keyifli hale getirdi. Tarihi evler ve 1180 tarihinde yapılan Gent Kalesi arasında yapılan bu tura, dallan nehre uzanan salkım söğütler de inanılmaz bir görsellik kattı. Balkonlarında güneşlenenleri görmek de aynı bir güzellikti. Biz de baharı doyasıya içimize çektik.

Nehrin iki tarafındaki Graslei ve Korenlei semtleri çok hareketli. Kafe ve restoranlarda zaman geçirenlerin yanında, sandviçlerini içecekleri alıp nehir kıyısında mola veren gençlere de sıklıkla rastlıyorsunuz.

Gizemli Kuzu'nun Tapınması

Turdan inince yine tabana kuvvet deyip şehri gezmeye başladık. Nehirden çıkınca sizi üç adet görkemli yapı karşılıyor.

Bu yapılar Saint Bavo's Katedrali, Saint Nicholas' ve Saint Michels' Kilisesi... Dünyanın en önemli sanat eserlerinden biri sayılan, Erken Hollanda ressamları ve kardeşler Hubert ve Jan van Eyck'e atfedilen Altar Panosu ya da Gizemli Kuzu'nun Tapınması (The Adoration of the Mystic Lamb) adlı eser Saint Bavo's Katedrali'nde sergileniyor. Bunun için katedralin ücretli olarak girdiğiniz ayrı bir sergi alanı var.

Brugge ve Gent aynı ailenin iki güzel çocuğu... Birine giderseniz, diğerini asla es geçmeyin.



Lloyd Cafe'nin enfes pancake'leri



Dünyanın en önemli sanat eserlerinden biri sayılan, Erken Hollanda ressamları, Hubert ve Jan van Eyck kardeşlere atfedilen Altar Panosu ya da Gizemli Kuzu'nun Tapınması (The Adoration of the Mystic Lamb) adlı eser Saint Bavo's Katedrali'nde sergileniyor.

BRUGGE VE GENT REHBERİ

Nasıl gidilir?

Direkt bu iki kente gitmeyi hedefliyorsanız, en kolayı Brüksel'e uçup oradan trene geçmek. Brüksel'den Gent yaklaşık 30-40 dakika, Brugge yaklaşık ise bir saat uzaklıkta.

Brugge'de nerede kalınır?

Şehir zaten küçük, merkeze yürüyerek kolaylıkla ulaşabileceğiniz tarihi butik otelleri tercih ederseniz, yerel havayı daha iyi yaşarsınız. Manzara istiyorsanız kanal kıyısındaki otelleri tercih edin.

Gent'te nerede kalınır?

Graslei-Korenlei çevresi ya da merkeze yürümeye mesafesinde bir otel çok iyi olur. Gent akşamları da yaşadığı için burada geceleme, şehri daha doğru tanımayı sağlıyor.

Brugge'den ne alınır?

Çikolata, dantel, küçük ev objeleri, kaliteli sofratekstil. Bisiklet baskılı tişörtler...

Gent'ten ne alınır?

Sanat baskıları, tasarım dükkanlarından küçük objeler, Van Eyck temalı ürünler.

Ne yenir?

Her iki şehirde de Belçika'da olduğunuz için midye-patates ve iyi Belçika biraları, başrolde. Brugge'de çikolataları unutmayın. Gent'te ise waffle kokusu sokakları sarıyor.

KONSER



Aşkın Nur Yengi

90'lar Türkçe popunun en güçlü kadın seslerinden biri olan Aşkın Nur Yengi, hafızalara kazınan şarkılarıyla sahnede. Ayrılmam ve Sevgiliye gibi zamana meydan okuyan hitleriyle sanatçı, dinleyicilerini aşkın ve melankolinin iç içe geçtiği nostaljik bir yolculuğa davet ediyor.

8 ve 23 Mayıs, 6 Haziran

Jolly Joker Kartal, Vadistanbul, Atakent

22:30 | 1.995-23.000 TL

paribu.com



Andrea Bocelli

Dünyanın en etkileyici tenorlarından Andrea Bocelli, İstanbul'da büyüleyici sesiyle dinleyiciyi sınırların ötesine taşıyan bir geceye hazırlanıyor. Klasik müziğin görkemini pop dokunuşlarıyla buluşturan sanatçının Time to Say Goodbye ve Vivo per lei gibi ölümsüz eserleri, dev bir orkestra eşliğinde yankılanacak.

30 Mayıs

Beşiktaş Stadyumu

20:00 | 3.234-55.860 TL

passo.com.tr

TİYATRO



Ballı Süt

Tülin Özen ve Nilperi Şahinkaya'yı ilk kez aynı sahnede buluşturan Ballı Süt, iki kız kardeşin geçmişleriyle ve çocukluk travmalarıyla yüzleşmesini çarpıcı bir dille ele alıyor. Anıl Can Beydilli'nin yazıp yönettiği bu etkileyici oyun, kırılğan ama güçlü bir kardeşlik hikâyesi sunuyor.

8 ve 12 Mayıs

Fişekhane ve Zorlu PSM

20:30 | 950-1.950 TL

tiyatrolar.com.tr



KONSER

Bonnie Tyler

Gençliği 1980'li yıllara denk gelenleri sevindirecek bir haber: O yılların efsanevi sesi Bonnie Tyler, ilk kez Harbiye Açık hava Sahnesi'nde! Sanatçının, Total Eclipse of the Heart ve Holding Out for a Hero gibi klasikleşmiş hitleriyle yıldızların altında dev bir koro eşliğinde unutulmaz bir geceye hazır olun.

18 Haziran

Harbiye Cemil Topuzlu

Açık hava Tiyatrosu

21:00 | 1.400-5.000 TL

passo.com.tr

Satıcının Ölümü

Son zamanların en iddialı tiyatro yapımı "sahne" dedi. Arthur Miller imzalı, Pulitzer ve Tony ödüllü başyapıt Satıcının Ölümü, hayaller, başarı arzusu ve aile bağları etrafında şekillenen bu güçlü bir hikâyeyi anlatıyor. Sahnede ise en az hikâye kadar güçlü bir kadro var: Willy Loman rolünde Halit Ergenç yer alırken, ona Zerrin Tekindor, Fatih Artman ve Kerem Arslanoğlu eşlik ediyor.

24 Nisan, 2-8-20-21 Mayıs, 5-7-15-16 Haziran

Zorlu PSM

20:30 | 1.250-5.500 TL

passo.com.tr



TİYATRO

Scorpions

İstanbul bu yaz, efsaneler geçidini sahne oluyor. Bu efsanelerden bir diğeri, rock müziğin yıldızlarından Scorpions... Grup, unutulmaz şarkıları ve görkemli sahne performansıyla sahne alacak. Grubun yıllara meydan okuyan 77 yaşındaki vokali Klaus Meine'nin güçlü sesi eşliğinde binlerce rock tutkununun bir araya geleceği bu büyük konseri kaçırmayın.

24 Haziran

Beşiktaş Stadyumu

21:00 | 3.795-12.575 TL

biletix.com



KONSER

SERGİ



Semiha Berksoy – Tüm Renklerin Ayrası

Türkiye'nin ilk opera sanatçılarından, sahnede olduğu kadar tuvalde de iz bırakan Semiha Berksoy'un çok yönlü dünyası İstanbul Modern'de bir arada. Sanatçının resimleri, sahne kostümleri, fotoğrafları ve kişisel arşivinden parçalar, izleyiciyi Cumhuriyet'in kültürel hafızasında bir yolculuğa çıkarıyor. Müzik, tiyatro ve resmin iç içe geçtiği bu sergi, Berksoy'un sıra dışı sanat evrenine yakından bakmak için güçlü bir fırsat sunuyor.

İstanbul Modern

10:00-18:00 (Pazartesi hariç)

Bilet: 290-650 TL

istanbulmodern.org.tr



KONSER

ZAZ

Fransız şansonlarını sokak enerjisiyle birleştiren ZAZ, güçlü vokali ve sahnedeki bitmeyen dinamizmiyle Harbiye Açık hava'da unutulmaz bir gece vaat ediyor. Başta Je veux olmak üzere sevilen şarkıların yankılanacağı konser, yaza keyifli ve enerjik giriş için harika bir seçenek.

16 Haziran

Harbiye Cemil Topuzlu Açık hava Tiyatrosu

21:00 | 2.712-10.678,50 TL

passo.com.tr

What will be the implications of 'Made in Europe' for Turkish manufacturers?

Toward the end of 2025, one of the instruments aligned with certain European Union's (EU) industrial policy targets began to come into focus—bringing along concerns that Türkiye might be left out: the 'Made in EU' criterion.

Toward the end of 2025, one of the instruments aligned with European Union's (EU) industrial policy targets began to draw attention—raising concerns that Türkiye could be left out: the "Made in EU" criterion. With the European Commission's publication of the EU Industrial Accelerator Act Draft on March 4, 2026, many of the uncertainties surrounding this issue have now been clarified. So, how will the "Made in EU" criterion affect Turkish manufacturers?

As a result of the EU increasingly adopting policies that support local industries—arguably in line with the spirit of the times and leaning toward protectionism—the EU Industrial Accelerator (Enhancement) Act Draft was published by the European Commission on March 4, 2026, within what can be considered a relatively short timeframe given the EU's legislative processes. While the draft continues to prioritize decarbonization and clean technologies, it also emphasizes increasing the industrial share of GDP—currently down to 14%—to around 20%.

Made in EU": Is Türkiye in or out?

Toward the end of 2025, one of the instruments serving this goal began to come into focus—bringing with it concerns that Türkiye might be excluded: the 'Made in EU' criterion. The "Made in EU" certification, which is expected to provide priority in public procurement and certain public support advantages, requires that a defined share of raw and intermediate materials for specific products be



sourced from EU countries, thereby granting them EU origin.

Although it is initially implied that this criterion will apply to product groups such as automotive, construction, aluminum, and solar panels, the possibility that textile products could also fall within its scope—particularly in the context of defense and military procurement—has been discussed within our sector. The Turkish Textile Employers' Association has also voiced its concerns through the European Apparel and Textile Confederation (EURATEX), of which it is a member.

With the European Commission officially presenting and sharing the draft with the public on March 4, 2026, some of these questions have now been answered.

First and foremost, the inclusion of the Customs Union in the clause defining which countries' products will be recognized under the "Made in EU" origin has provided relief for Turkish manufacturers. The relevant provision states:

- Countries that have a free trade area or customs union agreement with the Union
- Content originating from countries that are parties to the Government

Procurement Agreement may acquire Union origin

Of course, conditions such as reciprocal market openness and the requirement that European-origin products be treated as "domestic products" in those countries still apply. Nevertheless, thanks to its Customs Union membership, Turkish products—already highly integrated into the European market—are unlikely to face major obstacles.

Which products will be subject to the "Made in EU" criterion?

Looking at the product groups to which the EU Industrial Accelerator Act Draft applies the "Made in EU" or "low carbon" requirement for public procurement and support programs, the priority list includes net-zero technologies such as steel, cement, aluminum, vehicles, solar panels, and wind turbines. In the future, energy-intensive sectors such as chemicals may also be added to this list.

In other words, these products will be required to be produced to a certain extent within the EU or in countries included under the "Made in EU" framework. For example, electric vehicles will need to be assembled in these countries, with at least 70% of their components originating from them.

Although the textile and apparel industries are not yet included in the initial draft, Turkish technical textile manufacturers—especially those positioned within the value chains of industries such as automotive, where textiles are used as raw materials and intermediate goods—are likely to hold a competitive advantage.

Texhibition Istanbul: Much-needed boost amid war and rising costs

Companies shaping the global textile market gathered at Texhibition Istanbul, on March 4–6, 2026. Approximately 500 companies participated in the fair—in its 9th edition—showcasing a wide range of products from fabrics and yarns to accessories. Although the number of participants declined due to tensions from the war in the Gulf, exhibiting companies still succeeded in establishing new business partnerships.

Held at the Istanbul Expo Center, the fair hosted over 25,000 visitors from 125 countries across a 43,000-square-meter exhibition space. Visionary talks held during the fair shed light on the future of the industry, while the products on display served as a source of inspiration for designers. From fabrics and yarns to a wide array of accessories—from buttons to zippers—the exhibition once again highlighted the strong position of the Turkish textile industry in the global market. Ideas developed around sustainable production and the use of artificial intelligence in textiles also paved the way for new collaborations.

The trend areas at Texhibition Istanbul, which inspire industry stakeholders, once again stood out this year. These spaces showcased the distinctive features and creative themes of participating companies' yarn, fabric, and accessory products. Designed by Texhibition's Creative Director İdil Tarzi, the thematic storytelling within these areas provided inspiration for companies at various stages of production.

While observing the fair on site, we spoke with several participants about their assessments of this year, their companies' standout innovations, and the present and future of the industry.

KARSU TEXTILE

**Bilgehan Ülger –
Marketing Coordinator**

> Despite the challenging period the Turkish textile sector is going through, what makes it strong in this competitive environment based on feedback from the fair?

The infrastructure of our textile industry is very strong. Even though costs have increased and we have to compete with more favorable conditions in neighboring countries, this strong foundation—combined with the Turkish industry's ability to adapt and transform—is a major advantage. While not every company can do this, the sector as a whole is capable of it, and that's a significant strength. The number of companies moving beyond standard products to more specialized ones is steadily increasing, which is another positive development. Collaboration is also key. Even competitors can cooperate at times, and closer relationships with customers provide an advantage. These factors act like a buffer—almost like an airbag or shield—protecting the industry from external shocks.

BOSSA T.A.Ş.

**Besim Özek –
Strategy and Business Development Director**

> What kinds of products are your customers demanding more recently? What are the current trends?

There is no single correct answer to this. It varies from market to market and customer to customer. Zara's expectations are different, German customers have different demands, as do Americans, the French, and Turkish clients. However, generally speaking, we can say that more elastic products—previously less common in denim—are gradually making a comeback. In particular, there is a renewed interest in regenerated elastic products. This might seem

like a subtle shift, but overall, there hasn't been a dramatic change in purchasing trends. Still, each market demands different products. For example, France and Germany can request completely unrelated types of fabrics.

KÜÇÜKÇALIK TEXTILE

**Ender Sözer –
Marketing and Sales Manager**

> What do your customers prioritize most when placing orders: speed, competitiveness, or innovation?

In reality, all of them. However, service stands out the most—especially when combined with speed. At the same time, customers have ongoing expectations for innovation. And of course, quality is a given—it's non-negotiable, so it almost goes without saying.

İSKUR DENİM

**Ali Urumoğlu –
Sales and Marketing Manager**

> Given the geopolitical tensions in our region, how has the sector been affected?

We are not a country at war. However, for the past four to five years—especially since the pandemic—we have effectively been in an economic war. The concept of war has shifted from a physical to an economic dimension. This is something we have already been experiencing. Iran was no longer a key market for us, as it had gradually exited the textile sector. Therefore, our market structure has not significantly changed. Iran, meanwhile, has turned more toward China during this period.