

TÜRKİYE TEKSTİL SANAYİİ İŞVERENLERİ SENDİKASI AYLIK DERGİSİ

TEKSTİL İŞVEREN

SAYI: 463 - KASIM 2025



ITMF Konferansı'ndan notlar
Endonezya'dan bildiriyoruz

Ultra-Fast Fashion'a karşı
deklarasyon
Avrupalı tekstil üreticileri el ele verdi

Türkiye Sürdürülebilirlik Raporlaması Standardı
Düzenlemeyle ilgili bilmeniz gereken her şey

Tek lifli bilgisayar:
Tekstili yeniden tanımlayabilecek teknoloji

ARŞİVLİK DOSYA:

Tekstil sektörünün önemli aktörlerine sorduk:

“KURTULUŞ NEREDE?”

Krizden çıkış önerileri

Değerli Okuyucumuz,

Sendikamız için yoğun, sektörümüz için yıpratıcı bir yılı geride bırakıyoruz.

Daha önceki sayımızda detaylarını paylaştığımız, Sendikamızın varoluş sebebi olan yeni Toplu İş Sözleşmemizin uygulama dönemindeyiz; Ekim ayında ilk altı aylık zam oranımızı gerçekleştirdik bile. Üyelerimiz bu yeni maliyetlere adapte olmaya çalışırken, sektörümüz de üzücü küçülme ve kapanma haberlerini almaya devam ediyor. Fakat elbette, yaklaşık 100 yıllık tecrübemizi ve emeğimizi koyduğumuz sektörümüze dair inancımızı ve azmimizi kaybetmiyoruz.

Bu sayımızın ana konusu olarak, yaklaşık iki yıldır sektörümüzde herkesin birbirine sorduğu soruyu seçtik: “Kurtuluş nerede?” Türkiye’nin önde gelen tekstil ve hazır giyim şirketlerinin üst düzey temsilcilerine, en büyük sorunlarımızı ve kendilerinin çıkışı nerede gördüğünü sorduk. Sorunlar bir-iki ana konu etrafında toplansa da, bu krizden çıkış önerileri çok çeşitliydi. Yine de tüm görüşler tek bir ana fikre işaret ediyor: “Şimdiye kadar çok kriz gördük, fakat bu kadar uzun ve çok faktörlü olanı görmedik.” Bu da akıllara her sene, o yıla damga vuran 10 sözcüğü seçerek listeleyen Collins Sözlüğü’nün 2022 yılı sözcüğünü akıllara getiriyor: “permacrisis” yani “sürekli kriz hali.” Bu değerli isimlerin röportajımıza verdiği cevapların okuyucularımıza da rehber olacağını umuyoruz.

Her zaman söylediğimiz gibi; etkisi ve ölçeği farklı yaşansa da, bu kriz ülkemize özgü değil. Üyesi bulunduğumuz Uluslararası Tekstil Üreticileri Federasyonu ITMF’in, Ekim ayında katıldığımız Endonezya’daki yıllık konferansının da odağında küresel tekstil endüstrisinin içinde bulunduğu olumsuz tablo vardı. Özellikle pandemi sonrası büyümeden, artan talepten, sürdürülebilirlik ve dijitalleşme yatırımlarından bahsedilen konferansa bu yıl, ticareti baskılayan tarifeler ve buna dolaylı etkisi olan regülasyonlar damgasını vurdu. Dünyanın her yerinden tekstil üreticilerinin katıldığı bu konferansların gündemlerindeki değişimi takip etmek, sektörün nereye gittiğini anlamak için oldukça faydalı. Bu sebeple izlenimlerimizi, sizlerin de faydalanmanız için bu sayıda paylaşıyoruz.

Avrupa Birliği’ne baktığımızda, “regülasyon tsunamisi”nin bir nebze yavaşladığını, bazı düzenlemelerde ertelemeye ve esnemeye gidildiğini daha önceki sayımızda paylaşmıştık. Bu trend devam ederken, gündeme “aşırı-hızlı moda” oluşumlarıyla mücadele girdi. Bir süredir AB yetkililerinden, yurt dışı online alışveriş platformlarından gelen aşırı ucuz ürünleri kontrol altına alınmasını talep eden Avrupalı yerel üreticiler, Première Vision fuarında bir araya gelerek çarpıcı bir deklarasyon yayınladı. Bu platformlara karşı ürün başına vergi, sürdürülebilirlik gözetimi ve başka pek çok koruyucu önlem talep ediliyor.

AB’de sürdürülebilirlik gündemi biraz yavaşlasa da, ülkemizde büyük ölçekli şirketleri direkt, onların daha küçük tedarikçilerini ise dolaylı etkileyen Türkiye Sürdürülebilirlik Raporlaması Standardı (TSRS) düzenlemesi tam gaz devam ediyor. Geçtiğimiz yıl yürürlüğe giren ve içinde bulunduğumuz aylarda yayınlanması beklenen raporlar önümüze düşmeye başladı bile. Bir yandan işletmelerin sürdürülebilirlik çabalarını standart bir formatta müşterilerine ve iş ortaklarına sunmalarına olanak veren bu düzenleme, öte yandan hazırlama ve doğrulama süreçleriyle şirketleri hayli yordu. Sendikamız, üyelerini bu çalışmada yalnız bırakmayarak destek verdi. Bu sayıda TSRS konusunun geçmişini, avantajlarını ve zorluklarını işin uzmanına sorduk. Önümüzdeki yılın raporlamasına hazırlanan tüm işletmelere faydalı olacağını umuyoruz.

Bunları ve pek çok ilgi çekici konuyu keyifle okumanızı 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@tekstilisveren.org.tr

Tekstil İşveren Dergisi

KASIM 2025 • Sayı: 463

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 TTSİS 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 Kurtuluş nerede?

Arşivinizde yer açın! Tekstil sektörünün önde gelen aktörleriyle, içinden geçilen sıkıntılı süreci ve çözüm önerilerini konuştuk.

32 ITMF Konferansı

Bu yıl Endonezya'da yapılan konferansa, "Trump tarifeleri" damgasını vurdu. İzlenimlerimiz haberimizde.

36 TSRS ile ilgili bilmek istediğiniz her şey

Türkiye Sürdürülebilirlik Raporlaması Standardı (TSRS) ve avantajları nedir? Carbon Hints Eğitim ve Danışmanlık Genel Müdürü Seda Gümüş dergimiz için yazdı.

42 Avrupa 'ultra hızlı moda'ya karşı birleşti

Başta Avrupa Tekstil ve Hazır Giyim Konfederasyonu Euratex olmak üzere, AB ülkelerinde tekstil ve hazır giyim sektörünü temsil eden kuruluşlar, 'Ultra Hızlı Modaya Karşı Deklarasyon' belgesini imzaladı.

46 Texhibition İstanbul

Sekizincisi yapılan fuar, 110 ülkeden 25 bine yakın ziyaretçiyi ağırladı.

50 Teknik makale

Bilgisayar tek bir life sığar mı? MIT araştırmacılarının son buluşu, 'tekstil' tanımını değiştirebilir.

55 İstanbul Bienali

Bienal, geçen yılki aranın ardından üç yıla yayılan bir programla sanatseverlerle buluşuyor.

56 Kültür-sanat

Etkinlik ajandası

58 Michelin Key alan oteller belli oldu

Restoranların ardından Michelin Rehberi en iyi konaklama seçeneklerini belirledi. Michelin Key adıyla ilk kez açıklanan 'en iyi oteller' listesine Türkiye'den 26 otel girdi.

64 Anadolu kumaş ve dokumaları bu markada

Kadın kooperatiflerinin elinden çıkan dokumalar, Tonishe çatısı altında modayla buluşuyor.

70 İngilizce özetler





Türkiye AR-GE harcamalarında rekora imza attı

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre gayrisafi yurt içi AR-GE harcamasının GSYH içindeki oranı 2023'te yüzde 1.39 iken 2024'te yüzde 1.46'ya yükseldi. Gayrisafi yurt içi AR-GE harcaması 2024'te bir önceki yıla göre 274 milyar 279 milyon lira artarak 651 milyar 822 milyon liraya çıktı. Harcamaların finansmanında mali ve mali olmayan şirketler yüzde 53.8'lik payla ilk sıraya otururken, genel devlet kurumları yüzde 30.4 ikinci sırada yer aldı. Yükseköğretim kurumları ise yüzde 12,9 ile bu kaynakları takip etti. Yurt dışı kaynakların payı ise yüzde 2,9 olarak gerçekleşti. Aynı araştırmanın sonuçlarına göre AR-GE yatırımlarının yüzde 33.4'ü İstanbul'da, yüzde 27.8'i Ankara'da, yüzde 9.4'ü Kocaeli-Sakarya-Bolu-Yalova bölgesinde yapıldı.

Antalya'da pamuğun yükselişi

Antalya, turizmin yanı sıra tarımsal faaliyetlerde de öne çıkıyor. Bunlardan biri de 'beyaz altın' olarak da adlandırılan pamuk. 1980'lerde yıllık 100 bin tonun üzerinde olan, ancak 2000'li yıllarda 8 bin tonlara kadar düşen pamuk üretimi, son dönemde üreticilerin tekrar yönelmesiyle 2024'te 17 bin tonlara kadar çıktı. Antalya Ticaret Borsası Başkanı Ali Candır şu anda 40 bin dekar alanda üretilen



pamuğun kalitesinin hem ithallerden hem de Türkiye genelinden daha iyi olduğunun kullanıcılar tarafından ifade edildiğini söyledi. Candır, "Antalya, pamukta küçük bir üretim payına sahip görünse de kaliteli ürün yapısı ve yüksek verimiyle ülke ortalamasının üzerinde bir başarı göstermektedir. Bu yönüyle pamuk, kentimizin tarımsal çeşitliliğini ve üretim kültürünü simgeleyen önemli bir ürün olmaya devam etmektedir" dedi.



Sentetik elyaf üretimi arttı

Sürdürülebilirlik ve organik ürünlere yönelim konusundaki çabalar yetersiz kaldı. Textile Exchange'in 'Materials Market Report 2025' raporuna göre, dünya genelinde elyaf üretimi bir önceki yıla göre yaklaşık yüzde 6 oranında artış gösterdi; üretim 124 milyon tondan 132 milyon tona çıktı. Bu artıştaki en büyük etken, fosil bazlı sentetik elyaflar oldu. Sentetikler toplam üretimin yüzde 69'unu, yalnızca polyester ise yüzde 59'unu oluşturdu. Böylece polyester, küresel tekstil pazarında lider konumunu daha da güçlendirdi. Pamuk dahil bitkisel elyafın toplam payı yüzde 24 seviyesinde kaldı. Bu tablo, sentetik elyafın düşük maliyet ve tedarik avantajıyla pazarın ana hammaddesi haline geldiğini ortaya koyuyor. Mevcut trendlerin sürmesi hâlinde, küresel elyaf üretiminin 2030'a kadar 169 milyon tona ulaşacağı öngörüldü.



Almanlar Türk battaniyesiyle ısındı

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre ülkemiz 2020-2024 döneminde 285.8 milyon dolarlık 'battaniye ve seyahat battaniyeleri' ihracatı yaptı. Bu ürünlerdeki ithalat ise 29.4 milyon dolar oldu. Böylece, söz konusu üründe 256.4 milyon dolarlık dış ticaret fazlası elde edildi. Türkiye'nin beş yıldaki ihracatında Almanya 39.4 milyon dolarla öne çıktı. Almanya'nın ardından en fazla dış satım Mısır, Irak, Hollanda ve ABD'ye yapıldı. Ocak-Temmuz döneminde de en fazla ihracat yine Almanya'ya gerçekleştirildi. Bu ülkeye 7 ayda 2.8 milyon dolarlık "battaniye ve seyahat battaniyeleri" satıldı. Almanya'yı 2.6 milyon dolarla ABD ve 1.9 milyon dolarla Mısır takip etti.



Kahramanmaraş'ta etkili bir zirve

Kahramanmaraş, küresel pamuk ve tekstil endüstrisi başta olmak üzere iş dünyasının kilit aktörlerini bir araya getiren International Cotton Association (ICA) ile Kahramanmaraş Sanayici ve İş İnsanları Derneği (KASİAD)'ın stratejik ortaklığında düzenlenen 2. 'ICA Workshop Türkiye Çalıştay'ına ev sahipliği yaptı. Zirvede, uluslararası ticaret kurallarının önemi vurgulanırken, yeni küresel işbirliklerinin de temelleri atıldı. Açılıшта bir konuşma yapan ICA Başkan Yardımcısı Pierre Chehab, Türkiye'nin üretim ve ihracat alanındaki merkezi konumuna vurgu yaptı. KASİAD Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Dinçer ise Kahramanmaraş'ın özellikle pamuk ve iplik üretimindeki önemine değinerek, "Bütün olumsuz şartlara rağmen tekstil sektörümüz, iş hacmini koruma çabasını sürdürüyor, büyük bir gayret ve özveriyle direniyor. Üretimde yaşanan düşüşe rağmen, bu sebat ve kararlılık geleceğe dair bize umut veriyor" dedi.

Türkiye'de imalattaki bozulma eğilimi 1.5 yıla ulaştı

İstanbul Sanayi Odası (İSO) Türkiye İmalat PMI (Satın Alma Yöneticileri Endeksi) anketinin Eylül 2025 dönemi sonuçları, Ağustos'ta 47.3 olan manşet PMI verilerinin Eylül'de 46.7'ye gerilediğini ve imalat sektörünün yavaşlamaya devam ettiğini gösterdi. Böylece faaliyet koşullarındaki bozulma eğilimi bir buçuk yıla ulaştı. Anket katılımcılarının geri dönüşleri, firmalar açısından zorlayıcı talep koşullarının sürdüğüne işaret etti. Bu durum, yeni siparişlerle ihracatın daha da yavaşlamasına yol açarak imalat sanayi üretiminde belirgin düşüşle sonuçlandı. Yeni siparişlerdeki zayıflama, imalatçıların birikmiş iş yüklerini azaltabilmelerine olanak tanıdı ve bu azalış yaklaşık bir yılın en yüksek seviyesine ulaştı. Firmalar satılamayan nihai ürünlerini stoklarına ekledi ve böylece üretim sonrası stoklar son üç ayın ilk artışını kaydetti. Eylül ayında, anket kapsamında izlenen 10 sektörün sadece ikisi; gıda ürünleriyle ağaç ve kağıt ürünleri üretim hacmini artırdı. En sert üretim düşüşü ise Ağustos ayına göre hafiflemekle birlikte yine tekstil ürünlerinde gerçekleşti.



Türkiye ile Afrika arasında ekonomik köprü kuruluyor

Türkiye ile Afrika ülkeleri arasındaki ekonomik işbirliklerini derinleştirmeyi hedefleyen Türkiye-Afrika İş ve Ekonomi Forumu'nun beşincisi İstanbul'da gerçekleşti. 50 Afrika ülkesinden temsilcilerin katıldığı forumda bir konuşma yapan Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK) başkanı Nail Olpak (solda), Afrika ile ikili ticaret ve yatırımların önemine işaret etti ve "37 milyar dolar seviyesindeki ikili ticaretimizi önce 50, sonra 75 milyar dolara çıkarmak ana hedefimiz" dedi. Olpak, sağlık alanında Afrika'dan gelen misafirleri ağırlamaktan duyduğu memnuniyeti dile getirerek, "Özetle enerjiden gıdaya, altyapıdan madenciliğe, sanayiden hizmet sektörüne kadar her alanda Afrikalı dostlarımızla daha fazla işbirliği istiyoruz" ifadelerini kullandı.





AB, tekstil atıkları için yeni düzenlemeleri onayladı

Avrupa Parlamentosu, 9 Eylül 2025'te kabul ettiği yeni düzenlemeyle, tekstil ve ayakkabı atıklarının yönetiminde üreticilere daha fazla sorumluluk yükledi. 'Genişletilmiş Üretici Sorumluluğu (EPR)' ile üreticiler, ömrünü tamamlayan ürünlerinin toplanması, ayrıştırılması ve geri dönüştürülmesinden doğrudan sorumlu olacak. Amaç, Avrupa Birliği'nin 2030 iklim hedefleri doğrultusunda atık miktarını azaltmak ve döngüsel ekonomiye geçişi hızlandırmak. Düzenleme, özellikle hızlı moda şirketleri için daha sıkı yükümlülükler getirirken, geri dönüşüm altyapısına yapılacak yatırımların önemine dikkat çekiyor.

Mısır'da 70 milyon dolarlık tekstil tesisi açıldı

Çin merkezli tekstil şirketi Zhejiang Hengsheng tarafından desteklenen 70 milyon dolarlık yeni tesis, Kahire'nin kuzeydoğusunda açıldı. Tesisin yılda 300 milyon dolarlık gelir yaratması ve yaklaşık bin 300 kişiye doğrudan istihdam sağlaması bekleniyor. Bu yatırım, Mısır'ın Afrika'da tekstil ve hazır giyim üretiminde stratejik bir merkez olma hedefini güçlendiriyor.



ITMA ASIA + CITME 2025'e yoğun ilgi

Singapur'da 28–31 Ekim 2025 tarihlerinde düzenlenecek ITMA ASIA + CITME fuarına ilgi büyük; 800'e yakın katılımcı bekleniyor. Tekstil makineleri alanında dünyanın en büyük buluşmalarından biri olarak görülen fuarda, 19 ürün sektörü alıcılarla buluşacak. Enerji verimliliği sağlayan makineler, dijitalleşme çözümleri ve sürdürülebilir üretim teknolojileri öne çıkan başlıklar arasında yer alıyor. Sektör temsilcileri, etkinliği sadece yeni teknolojilerin tanıtıldığı bir platform olarak değil, aynı zamanda uluslararası işbirliği fırsatlarının tartışıldığı stratejik bir merkez olarak değerlendiriyor.

Moda sektörü sertifikalı pamukta geride kaldı

Solidaridad ve Good On You tarafından 23 Eylül 2025'te yayınlanan '2025 Cotton Rankings' raporu, moda sektörünün sürdürülebilir pamuk kullanımında yetersiz kaldığını gösteriyor. İlk 100 markanın incelendiği raporda, birçok markanın sertifikalı pamuk kullanımını şeffaf biçimde açıklamadığı ve giderek daha fazla sentetik elyafa yöneldiği belirlendi. Uzmanlara göre bu eğilim, çevresel sürdürülebilirliği olumsuz etkilerken pamuk üreticilerinin gelir kaybına da yol açıyor. Raporda, sektörün hem çiftçileri desteklemek hem de iklim hedeflerini yakalayabilmek için sertifikalı pamuk kullanımını artırması gerektiği vurgulandı.



Texworld Paris'te, Orta ve Doğu Avrupa öne çıktı

Texworld Apparel Sourcing Paris 2025 fuarında, Orta ve Doğu Avrupa ülkeleri güçlü bir şekilde öne çıktı. Ermenistan ve Kırgızistan, ilk kez ulusal pavilyonlarla fuara katılarak bölgenin uluslararası alandaki görünürlüğünü artırdı. Bölgeden gelen tedarikçilerin sayısındaki artış, özellikle lojistik maliyetleri ve tedarik sürelerini kısaltma ihtiyacından kaynaklanan 'near sourcing' (yakın tedarik) eğiliminin güçlendiğini gösteriyor. Fuarda, Avrupa'ya coğrafi yakınlığın sağladığı rekabet avantajı sıkça vurgulandı. Katılımcılar, markalar için daha esnek, güvenilir ve hızlı tedarik kanalları oluşturulmasının önemine dikkat çekti. Bu gelişmeler, küresel ölçekte artan maliyet baskıları ve tedarik zincirlerindeki kırılganlıklar karşısında, Orta ve Doğu Avrupa'yı yeni bir üretim ve işbirliği merkezi konumuna taşıyor.

CiCLO® teknolojisine mikroplastik ödülü

CiCLO® teknolojisi, tekstil ürünlerinin doğada daha hızlı çözünmesini sağlayarak mikroplastik kirliliğini azaltma konusunda geliştirdiği çözümlerle 'Behind the Seams' ödülüne layık görüldü. Teknoloji, özellikle ev tekstili ve giyim sektöründe sentetik elyafın çevresel etkilerini en aza indirmeyi hedefliyor. Sektör uzmanları, bu tür teknolojilerin küresel ölçekte benimsenmesinin, mikroplastik kirliliğiyle mücadelede kritik bir rol oynayacağını ifade ediyor.



ReHubs, 'Avrupa Tekstil Geri Dönüşüm Planı'nı açıkladı

Tekstil ürünlerinin geri dönüşümü üzerine çalışan ReHubs, Avrupa tekstil sektöründe döngüsellliği hızlandırmak amacıyla, 22 Eylül 2025'te yeni strateji ve eylem planını duyurdu. 2032 yılına kadar Avrupa'da yıllık 2.5 milyon ton tekstil atığının yeniden işlenerek kumaşa dönüştürülmesi hedefleniyor. Bu doğrultuda, 5–6 milyar euro'luk kamu ve özel sektör yatırımıyla büyük ölçekli geri dönüşüm tesislerinin kurulması öngörüldü. ReHubs, tekstil atıklarının toplanması, ayrıştırılması, geri dönüştürülmesi ve tekrar üretime kazandırılması süreçlerini tek bir çatı altında birleştiriyor. Ayrıca standartların uyumlaştırılması, inovasyonun desteklenmesi, markalar arası işbirlikleri ve düzenleyici çerçevelerle uyum, planın temel unsurları arasında yer alıyor. ReHubs, bu adımların yalnızca çevresel fayda yaratmakla kalmayıp, aynı zamanda binlerce yeni istihdam oluşturacağını vurguluyor.

Gildan ve HanesBrands birleşiyor

Gildan Activewear, HanesBrands'ı yaklaşık 2.2 milyar dolar değerle satın alarak iki şirketi tek çatı altında birleştirme kararı aldı. Birleşme, daha geniş bir üretim ağı kurmayı ve temel giyim pazarında güçlü bir konum elde etmeyi amaçlıyor. Şirketler, üç yıl içinde yıllık 200 milyon dolar maliyet sinerjisi sağlamayı öngörüyor. Anlaşma tamamlandığında HanesBrands hissedarları, Gildan'ın yaklaşık yüzde 20'sine sahip olacak.

Coca-Cola Güney Afrika'da 680 işçiyi işten çıkarıyor

Coca-Cola Beverages South Africa (CCBSA), ülkedeki iki fabrikasını kapatarak 680 işçiyi işten çıkaracağını açıkladı. Bu sayı, şirketin ülkedeki toplam işgücünün yaklaşık yüzde 9'una denk geliyor. Şirket, kararın gerekçesini 'mâli kısıtlamalar' olarak açıklarken, Gıda İşçileri Sendikası (FAWU) asıl nedeninin 'iş



yeniden yapılandırmak' olduğunu vurguluyor. İlginç olan, Coca-Cola'nın sadece birkaç ay önce Midrand tesisine yüksek hızlı yeni bir şişeleme hattı için 365 milyon Rand (yaklaşık 19.5 milyon dolar) yatırım yapması. Sendika, kararla mücadele edeceğini açıklarken, Coca-Cola sürecin şeffaflıkla yürütüleceğini taahhüt etti. Bu gelişme, Ford ve Goodyear gibi şirketlerin de benzer işten çıkarmalar açıkladığı Güney Afrika ekonomisi için ciddi bir sarsıntı niteliğinde.

Tayland'da emeklilik krizi kapıda: Nüfus yarıya inebilir

Tayland'da emekli nüfus ilk kez, çalışma çağındaki genç nüfusu geride bıraktı. Bu tarihi dönüm noktası, ülkenin derin bir nüfus krizine sürüklendiğini gösteriyor. İstatistikler, mevcut eğilimin sürmesi halinde Tayland nüfusunun 60 yıl içinde yarı yarıya azalarak 33 milyona ineceğine işaret ediyor. Yıllık doğum sayısının 485 bine düştüğü ülkede hükümet, emeklilik yaşının yükseltilmesi, bebekler için kreş olanaklarının genişletilmesi ve



doğum teşvikleri gibi önlemlerle krize müdahale etmeye çalışıyor. Ancak uzmanlar, özellikle orta sınıf ailelerin yüksek çocuk yetiştirme maliyetleri nedeniyle çocuk sahibi olmaktan kaçındığına ve bu eğilimin sosyal eşitsizlikleri daha da derinleştirebileceğine dikkat çekiyor.



Dünya çocuk işçiliğini bitirme hedefini kaçırdı: 138 milyon çocuk hâlâ çalışıyor

Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) ve UNICEF'in yayınladığı son rapor, dünyanın 2025 yılına kadar çocuk işçiliğini ortadan kaldırma hedefini tutturamayacağını ortaya koydu. 2024 verilerine göre dünya genelinde hâlâ 138 milyon çocuk işçi bulunuyor ve bu çocukların yaklaşık 54 milyonu sağlık ve gelişimlerini tehdit eden tehlikeli işlerde çalıştırılıyor. Rapora göre, bu korkunç tablonun değişmesi için mevcut ilerleme hızının 11 katına çıkması gerekiyor. Çocuk işçiliğinin en yaygın olduğu sektör yüzde 61 ile tarım. Onu yüzde 27 ile hizmet sektörü ve yüzde 13 ile sanayi izliyor. Bölgesel dağılım ise şöyle: Sahra Altı Afrika, 87 milyon çocuk işçiyle başı çekerken, Asya ve Pasifik'te 28 milyon, Latin Amerika ve Karayipler'de ise 7.3 milyon çocuk bu durumdan etkileniyor. Uzmanlar, eğitim ve sosyal koruma programlarına yapılan yatırımlar azalırsa, sayıların daha da artacağı konusunda uyardı.

ABD'de H-1B vize ücreti 100 bin dolara çıkarıldı

Donald Trump yönetimi, yetenekli yabancı çalışanlara yönelik H-1B vizesi için alınan ücretleri dramatik biçimde artırdı. Yeni düzenlemeye göre 21 Eylül 2025 itibarıyla yeni başvurular



için vize ücreti 100 bin dolar olarak belirlendi. Önceki ücretin çok üzerinde olan bu tutar, teknoloji şirketlerinden sağlık sektörüne kadar pek çok işgücünü etkileyecek. Yeniden başvuru yapanlar ya da mevcut vize sahipleri bu artıştan etkilenmeyecek. ABD Göçmenlik Kurumu (USCIS), bu değişikliğin "H-1B sistemi üzerindeki suiistimalleri engellemek ve Amerikan işgücünü korumak" amacıyla yapıldığını belirtiyor. Eleştirmenler ise değişikliğin inovasyon, üniversite araştırmaları ve start-up kuruluşlarının yabancı yetenekleri çekmesinde büyük engel yaratacağını savunuyor. J.P. Morgan ekonomistleri de her ay yaklaşık 5 bin 500 yeni iş yetkilendirmesinin, bu politika yüzünden iptal olabileceği uyarısını yaptı.

Brezilya'da 'Modern Kölelik' soruşturmasına Bakan müdahalesi

Brezilya Çalışma Bakanı Luiz Marinho, ülkenin en büyük Bet üreticilerinden JBS'ye ait bir tavuk birimini 'kölelik benzeri koşullar' nedeniyle kara listeye alma sürecini durdurdu. Müfettişler, 10 işçinin günde 16 saate varan yasa dışı vardiyalara



zorlandığını, temiz içme suyuna erişemediğini ve ücretlerinden yasa dışı kesintiler yapıldığını tespit etti ve JBS'yi taşeronun ihlallerinden sorumlu tutarak kara listeye eklenmesini önerdi. Normalde bu listeye giren şirketler iki yıl boyunca orada kalıyor ve devlet bankalarından kredi alma haklarını kaybediyor. Bakanın sürece müdahalesi, Brezilya'nın kölelik karşıtı çabalarını zayıflatma riski taşıyor.

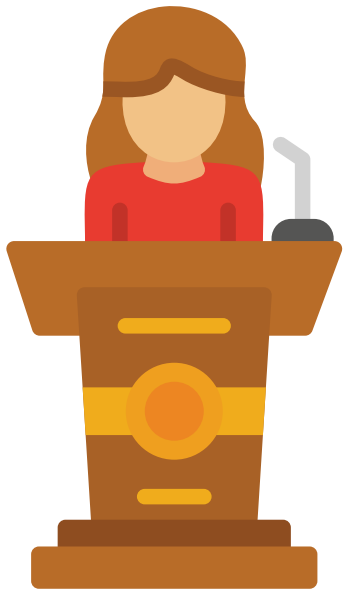


ABD'de yeni 'Maaş Şeffaflığı Yasası': İşverenlere 25 bin dolara kadar ceza geliyor

ABD'nin Massachusetts eyaletinde, iş dünyasında adaleti sağlamayı hedefleyen yeni bir yasa 29 Ekim itibarıyla yürürlüğe giriyor. 'Maaş Aralığı Şeffaflığı Yasası' adını taşıyan bu düzenlemeyle, eyalette 25 veya daha fazla çalışanı bulunan şirketler, ilan ettikleri her pozisyon için maaş aralığını açıklamak zorunda kalacak. Yasa, işe alımdan terfiye kadar birçok süreçte çalışanların ve adayların maaş skalasını öğrenme hakkını garanti altına alıyor. Amaç, kadınlar ve azınlıklar arasında yaygın olan ücret eşitsizliğini minimize etmek. Uzmanlar, maaşın açıkça belirtildiği iş ilanlarına başvuru oranlarının daha yüksek olduğunu vurguluyor. Kurallara uymayan işverenler ise ağır cezalarla karşılaşacak. İlk ihlal uyarı ile geçştirilirken, dördüncü ihlalde ceza 25 bin dolara kadar çıkabiliyor. Yeni düzenlemenin, eyaletin işgücü piyasasını daha şeffaf ve rekabetçi hale getirmesi bekleniyor.

Küresel Cinsiyet Eşitsizliği Raporu: Siyasette kadın-erkek eşitliği için 130 yıl gerekli

Birleşmiş Milletler Kadın Birimi (UN Women) tarafından yayınlanan güncel rapor, siyasette toplumsal cinsiyet eşitliğine ulaşmanın önünde hâlâ uzun bir yol olduğunu ortaya koydu. Verilere göre, mevcut ilerleme hızıyla kadınların siyasette eşit temsili için en az 130 yıl gerekiyor. Eylül 2025 itibarıyla dünya genelinde sadece 29 ülkede 32 kadın devlet veya hükümet başkanı bulunuyor. Kabine düzeyindeki temsilde ise durum daha da endişe verici: Bakanlık pozisyonlarının yalnızca yüzde 22.9'u kadınlara ait. Kadın bakanların büyük çoğunluğu ise geleneksel olarak 'kadın işi' olarak görülen sosyal politika ve aile konularındaki portföylerde görev alıyor. Parlamentolardaki tablo da iç açıcı değil. Dünya genelinde milletvekillerinin yalnızca yüzde 27.2'si kadınlardan oluşuyor. Ruanda (%64), Küba (%56) ve Nikaragua (%55) gibi ülkelerin kadın temsilde öncü olmasına rağmen, 21 ülkede kadın milletvekili oranı yüzde 10'un altında seyrediyor. Araştırmalar, kadınların siyasete katılımının topluma somut faydalar sağladığını gösteriyor. Örneğin Hindistan'da kadın belediye başkanlarının olduğu bölgelerde temiz su projeleri yüzde 62 daha fazla hayata geçirilmiş. Uzmanlar, cinsiyet kotası uygulayan ülkelerde kadın temsiline belirgin şekilde arttığını vurgularken, mevcut ilerlemenin yetersiz olduğunu belirtiyor.



Her 10 kuryeden 8'i kaza geçirdi: Güney Kore'de acil önlem çağrısı

Güney Kore'deki Rider Union sendikası, kuryelerin yaşadığı iş kazalarına dikkat çekmek için başkent Seul'de bir basın toplantısı düzenledi. Sendikanın açıkladığı çarpıcı ankete göre, her 10 kuryeden 8'i iş başında kaza geçirdiğini bildirdi. 595 kuryenin katıldığı araştırmada, katılımcıların yüzde 96.6'sı platformların dayattığı 'görevler' nedeniyle sıkça tehlikeli durumlarla karşılaştıklarını belirtti. Bu görevler, kuryeleri sınırlı sürede belirli sayıda teslimat yapmaya zorlayarak ek ücret vaat ediyor. Sendika, sistemin kuryeleri aşırı sıcak ve sağanak yağış gibi olumsuz hava koşullarında bile hız yarışına ittiğini ve dinlenme hakkını elinden aldığını vurguladı. 2025'in sadece ilk altı ayında en az 16 kuryenin iş kazaları nedeniyle hayatını kaybettiği açıklandı. Yetkilileri acilen önlem almaya çağırarak sendika, Çalışma Bakanlığı'ndan platformların görev sistemini derhal incelemesini ve güvenlik standartlarını iyileştirmesini talep etti.



TEKSTİL SEKTÖRÜ İÇİN KURTULUŞ NEREDE?

Tekstil sektörünün yaşadığı sorunlar artık birçok mecrada dile getiriliyor. Krizden etkilenen çok sayıda firma ya kapandı ya küçüldü ya da üretimini katma değerli ürünlere kaydırды. Bu süreçte yönünü başka ülkelere çevirenler de oldu. Ama yaşanan bu kriz ilk değil. Sektör daha önce de böyle sınavlar verdi. Biz de daha önce yaşanan krizlerin nasıl atlatıldığını ve şimdi buradan nasıl bir çıkış yolu bulunacağını, sektörün önde gelen isimlerine sorduk.

YASEMİN BOZKURT



NEVZAT SEYOK

TTSİS ve Karsu Yönetim Kurulu Başkanı

“Sektörümüzün kurtuluşu, sanayicimizin sabır ve fedakârlığında, çalışanımızın emeğinde, devletimizin özen ve desteğinde ve tüm bu unsurların ortak büyüme hedefi için birlikte hareket etmesindedir.”

Şu an tekstil sektöründe yaşanan sıkıntıların sizce en büyük nedeni ne?

Son birkaç yıldır ülkemizin büyümesinin ve refahının artmasının önündeki en büyük engelin enflasyon olduğunun ve bununla mücadele için acı bir reçetenin gerekliliğinin farkındayız. Fakat bu sıkı mali ve döviz kuru politikalarının getirileri kadar, sanayimizden götürdükleri de iyi hesaplanmalı ve gerekli destek mekanizmaları acilen hayata geçirilmeli.

İstihdam, dış ticaret dengesi ve katma değer açılarından ülkemizin en kritik sektörlerinden biri olan tekstil ve hazır giyim sektörüne bu politikaların en yıkıcı etkisi, üretim maliyetlerindeki artış sonucu uluslararası rekabet gücümüzü kaybetmemiz oldu.

Ağustos 2025 itibariyle asgari ücretin işverene maliyeti 755 doları bulurken, Grup Toplu Sözleşmemiz altında ve sendikalı iş yerlerinde ortalama işgücü maliyeti 1.700 dolara yaklaştı. Böylece işgücü maliyetinin üretim maliyetlerimiz içindeki payı, hazır giyimde yüzde 50'leri aştı; tekstilde yüzde 30'lar seviyesine çıktı. Oysa dünya genelindeki rakiplerimizde ücretler 150-200 dolar bandında. Bu



TTSİS ve Karsu Yönetim Kurulu Başkanı Nevzat Seyok

“Sıkı mali ve döviz kuru politikalarının getirileri kadar, sanayimizden götürdükleri de iyi hesaplanmalı ve gerekli destek mekanizmaları acilen hayata geçirilmeli.”

maliyetlerle ihracat pazarlarımızda fiyat tutturmamız imkânsız hale geldi. Finansmana erişimin de iyice kısıtlandığı bu ortam, yalnızca bizim sektörümüzü etkilemedi; ülkemiz hızlıca sanayisizleşmeye doğru koşuyor. Şu an GSYİH'mızın yaklaşık yüzde 20'sini oluşturan sanayi üretiminin payının düşmesi, hem sosyal hem de ekonomik olarak ciddi riskler oluşturur. Nüfus ve ekonomik yapımız, sadece hizmet sektöründen geçinmemizi sağlayacak yapıda değil.

Firmanızın üretim, ihracat ya da istihdamında bu süreçte ne tür değişiklikler oldu?

İhracat pazarlarımızda güçlü kalmak için sürekli kendini yenileyen, hem ürün hem üretim süreçlerinde sürdürülebilirlik için sürekli yatırım

yapan bir firmayız. Başta enerji ve hammadde olmak üzere operasyon maliyetlerinin geldiği noktada enerji tasarrufu, hammaddede fireden kaçınmak için dijital uygulamalar gibi konularda altyapımızı sürekli geliştiriyoruz.

Bu süreçte bazı tekstil firmaları kapandı; bazıları küçüldü; bazıları ise hedef değiştirdi. Siz bu kriz sırasında nasıl formüller geliştirdiniz? Hangi stratejiler öne çıktı?

Biz bu kriz döneminde sürdürülebilirlik ve teknolojik gelişime yatırım yapmayı seçtik. Bu aslında çok yönlü bir strateji. Birincisi müşteri talepleri ve şartları. Bizim sektörümüzün ana alıcısı olan markalar, tedarikçilerin doğal kaynakların kullanımı konusunda çok yüksek standartlar bekliyor. Daha az enerji kullanımı, suyun tekrar kullanımı gibi... Bu aynı zamanda üretim maliyetlerinin de düşmesine yardımcı oluyor. Örneğin biz Karsu'da, akımdan çektiğimiz elektriğin maliyetini saatlik olarak hesaplayan yapay zekâ kullanımıyla, üretimimizi planlayabiliyoruz.

Çalışanlarımızın güvenli koşullarda çalışmasını temin etmek için dijital İSG uygulamalarını fabrikamıza entegre ettik. Tüm bunları yaparken aynı zamanda şirket olarak doğaya ve insana karşı sorumluluğumuzu da yerine getiriyoruz. Tabii bu yatırımlar, özellikle finansal dengelerin çok bozulduğu günümüzde, pek çok işletme için ciddi bir maliyet, uygun finansman kaynaklarına erişim ise ciddi bir sorun. Her ne kadar tüm bu yatırımlar için bankalarca 'yeşil finansman' promosyonu yapılsa da, sanayicilerimiz bunların sözde kaldığını, ticari olarak yeterince avantajlı imkanlar sunulmadığını dile getiriyor. Ticaret Bakanlığımızın 'Responsible' programını takdirle karşılamış olmakla birlikte, kabul koşulları ve ön ödeme şartı sebebiyle bu programdan sadece belli bir ölçeğin üzerinde ve sayılı üreticimiz faydalanabildi; uyum kapasitesi zaten düşük olan daha küçük firmalarımız ise bu imkândan yoksun kalıyor. Devletimiz ve finans kuruluşları, bu dönüşümü kolaylaştıracak finansman olanakları için bir an önce adım atmalı.

“Çok kriz gördük ama böylesini görmedik”

Türkiye daha önceki yıllarda da sektörel ya da ekonomik krizler yaşadı. Firmanız bu tür krizleri daha önce nasıl atlattı? Verebileceğiniz çarpıcı örnekler var mı? Bu krizlerden edindiğiniz dersler bugüne nasıl yön veriyor?

Bugün sektörde 40-50 yıldan fazladır emek veren kime sorsanız size aynı cevabı verecektir: “Çok kriz gördük ama böylesini görmedik.” Ülkedeki ekonomik koşullardan dolayı

rekabetçiliğimizi kaybettiğimiz dönemler oldu; küresel krizlerden dolayı talebin düştüğü başka dönemler de yaşandı. Bunları sektör olarak kolektif tecrübemizle, birikmiş finansal gücümüzle atlattık. Fakat bu kez her ikisini birden yaşıyoruz. Hem maliyetlerimiz yabancı para cinsinden fazlasıyla arttı; hem de 2022'de pik yapan talep şu an ciddi bir düşüşte. Bu da hem tekstil hem hazır giyimde entegre üretim kapasitesine sahip ülkemizde, değer zincirindeki hemen hemen tüm üreticileri etkiledi. Dolayısıyla eski formüllerin “multi-crisis” olarak adlandırılan bu çoklu kriz döneminde işe yaramadığı bir dönemdeyiz.

Türk tekstil sektörünün şu an içinde bulunduğu

“Rekabet gücümüzü yitirdiğimiz dönemler de oldu, talebin daraldığı dönemler de. Ancak bu kez iki krizi aynı anda yaşıyoruz.”

sıkıntılı günleri atlatması için tecrübelerinize dayanarak sormak isteriz: Sizce kurtuluş nerede?

Uzun yıllardır tekstil sektörünün içinde olan, bu sektöre emek ve gönül vermiş bir aile şirketinin yöneticisi olarak, sektöre olan inancımı ve umudu kaybetmek istemiyorum. Bu maliyetlerle artık durmak, üretmekten daha kârlı hale geldi. Yıllardır birlikte çalıştığımız ekip arkadaşlarımızla yolları ayırmak, makineleri durdurmak ve fabrikayı kapatmak bugün gelinek noktada en akılcı çözüm gibi görünüyor. Fakat gerçek sanayiciler için bu, alınması öyle çok kolay bir karar değil. Başka çare bulamadığı için bu yolu seçen üreticilerimizin de ne kadar üzgün olduğunu biliyorum.

Fakat durum artık sanayicimizin ve çalışanlarımızın birkaç yıl fedakârlık ederek aşabileceği eşiği geçmiştir. Bu noktada, devletimizin böylesine kritik bir sektörü ayakta tutmak için özel teşvikler ve destekler çıkarmasını bekliyoruz.



Elbette kısıtlı kamu kaynaklarının verimli olmayan teşvikler için kullanılmasını beklemiyoruz. Fakat küresel tekstil ve moda pazarı tekrar ivme kazanıncaya, yabancı markaların siparişleri ülkemize geri dönünceye, maliyetlerden kaynaklı rekabet gücü kaybımız tekrar dengeleninceye kadar; daha önceki yıllarda sektör olarak ülkemiz ekonomisine kazandırdığımız kaynaklarının bir kısmının yine sektörümüze harcanmasını talep ediyoruz. Böylece dış ticaret açığının kapanmasına, istihdamdan kaynaklı gelirlere, vergi gelirlerine katkımız devam edecektir.

Teşvikle kastımız bölgesel teşvik programı da değil. Evet, işin nereden yapıldığının çok kritik olmadığı ya da mevcut fabrikasını hızlıca taşıyabilecek endüstriler için bölgesel teşvikler çok faydalı olabilir. Çağrı merkezleri gibi insan odaklı ve konfeksiyon gibi kolay taşınabilen hafif sanayi sektörlerinin buralarda yatırım yapması her bakımdan faydalıdır. Daha geri kalmış bölgelerdeki istihdamın ve refahın artması için de önemli bir kalkınma aracıdır. Fakat ağır makineleriyle, bu makineleri kullanmayı bilen yetişmiş yerleşik iş gücüyle, Kayseri ve Çerkezköy gibi oturmuş bir ekosistemiyle tekstil gibi bir sektörün, sadece teşviklerden faydalanmak için taşınması hiç verimli olmayacaktır. Bu sebeple, yerinde ve sektörel -yani her sektörün dinamiğine, güncel şartlarına, küresel rekabet gücüne göre hızlıca adapte edilebilen- teşvik talebimizi ısrarla dile getirmeye devam ediyoruz.

Cumhurbaşkanımız, 2026 yılını Reform Yılı ilan etti. Orta Vadeli Program'ın (OVP) gözden geçirileceği, sanayinin dönüşümü



ve iş ortamının iyileştirilmesi için yapısal reformlar yapılacağı açıklandı. Bu planlar yapılırken ülkemizin en köklü, fakat demode olmamış, sürekli yatırımlarla kendini yenilemeye çalışan sektörümüzün göz ardı edilmemesini temenni ediyoruz. Bunu altını çizerek sanayicimizde son yıllarda böyle bir izlenim oluştu. Yeni serbest ticaret anlaşmaları yapılırken ya da sektörel politikalar belirlenirken, ekonomimize tekstil ve hazır giyim sektörünün artık vazgeçilebilir olduğu hissi yaratıldı. Oysa yakın zamana kadar net 1.3 milyon kişiye -ki bunun yarıya yakını kadındır-, yan hizmetleriyle en az 3 milyon kişiye iş veren, yıllık 20 milyar dolar net döviz girdisi sağlayan, birim ihracat değeri ülkemiz ortalamasının dört katı kadar olan bir sektörden bahsediyoruz.

Son olarak sosyal diyalogun, sektörün eski günlerine dönmesinde önemli bir araç olması gerektiğini hatırlatmak isterim. Hem TİSK

“Hem TİSK Başkan Vekili, hem Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası Başkanı kimliğiyle söylemeliyim ki, sendikacılık sığ bir ücret tartışması kalıbından çıkmalı.”

Başkan Vekili, hem Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası Başkanı kimliğiyle söylemeliyim ki, sendikacılık sığ bir ücret tartışması kalıbından çıkmalı. İşçi ve işveren sendikaları bir araya geldiğinde al-ver pazarlığını aşarak, sektörlerin büyümesine odaklanmalı. Esnek çalışma modeli, âtlı iş gücünün hareket geçirilmesi için politikaların yapılması gibi politikalar devletten birlikte talep edilmeli. Özetle sektörümüzün kurtuluşu sanayicimizin sabır ve fedakarlığında, çalışanımızın emeğinde, devletimizin özen ve desteğinde ve tüm bu unsurların ortak büyüme hedefi için birlikte hareket etmesindedir.

“Devletimiz, finans kurumlarımız, suni bir heves ve cesaretle kalkışılan, planlaması çok iyi yapılmamış yatırımların yapılmasının önüne geçecek plan ve kontrol mekanizmaları oluşturmalı.”

“Avrupalı müşterileri karşılayacak küçük tedarikçileri de desteklemek şart”

Global ölçekte düşündüğünüzde, Türkiye'nin tekstil sektöründeki yerinin ve pazar payının gelecek yıllarda nasıl bir görünüm içinde olacağını düşünüyorsunuz? Daha istikrarlı bir sektörel tablo için geleceğe yönelik ne tür adımlar atılmalı?

Âtlı kapasitelerin oluşmasına sebebiyet verecek verimsiz

teşviklerden kaçınılmalı. Birkaç yıl önce iplik sektöründe yaşadığımız gibi, üreticimiz pandemi sonrası talepte hareketlenme görür görmez bir iştahla makine siparişleri verdi, fabrikalarını büyötmeye kalktı. Fakat kısa süre sonra gördük ki bu ertelenmiş bir talepti ve saman alevi gibi kısa sürdü. Firmalarımız, kurulumu bile yapılmamış makinelerle kalakaldı. Devletimiz, finans kurumlarımız, suni bir heves ve cesaretle kalkışılan, planlaması çok iyi yapılmamış yatırımların yapılmasının önüne geçecek plan ve kontrol mekanizmaları oluşturmalı. Başka bir konu, bizim sektörümüzdeki fragmantasyon. Kolektif olarak çok büyük bir kapasiteye sahibiz, evet. Fakat işletmelerin boyutlarına baktığımızda ölçekler küçük. Bir gömleğin dikimi bir yerde yapılıyor, aksesuarı başka yerde monte ediliyor, nakışı başka yerde yapılıyor. Tekstilde uzmanlaşmış ülkelerde ise, özellikle yeni yatırımlarda ölçeklerin çok

büyük olduğunu görüyoruz. Örneğin Çin'de küçük bir şehre gidiyorsunuz, Türkiye'nin tüm ev tekstili kapasitesi kadar üretimi var. Alıcılar açısından, özellikle denetleme ve kalite kontrol tarafında bu bir avantaj. Marka, denetçisini tek bir fabrikaya gönderiyor, tüm standartları bir kerede denetliyor. Bu, sektörümüzdeki 'izlenebilirlik' şartları açısından önemli. Fakat şunu da unutmamak gerekli; bizim parçalı yapımız, hem üreticiye hem müşteriye esneklik ve çeviklik sağlıyor. Alt tedarikçiler sayesinde, ana tedarikçi müşterisinin acele bir siparişine hızlıca cevap verebiliyor. Dolayısıyla ölçekte hassas bir denge kurmak önemli. Hedef pazarlarımızdan biri olan ABD gibi büyük pazarların ihtiyaçlarına cevap vermek için büyük ölçekli üreticileri ayakta tutarken, birim fiyatında yüksek fakat miktarda düşük olabilen Avrupalı müşterileri karşılayacak küçük tedarikçileri de desteklemek şart.



MUSTAFA DENİZER

Diktaş A.Ş Yönetim Kurulu Başkanı, TTSİS Yönetim Kurulu Üyesi, ITMF Başkan Yardımcısı

“Krizden çıkışın tek yolu, krizden önce hazırlık yapmak. En az 10 yıllık stratejilerle ürünlerinizi, şirketinizi, müşterilerinizi planlamak. Bu, söylemesi kolay ama uygulaması çok zor bir gerçek.”

Su an tekstil sektöründe yaşanan sıkıntıların sizce en büyük nedeni ne?

Türkiye'nin tekstil yolculuğu aslında bir çan eğrisine benziyor. 1980'lerde ilk adımlar atıldı, 1990'larda ivme hızlandı, 2000'lerde zirveye çıkıldı. Ama biz baştan biliyorduk ki, Avrupa Birliği'ne komşu, Gümrük Birliği içinde yer alan bir ülkenin maliyetleri sonsuza kadar düşük kalamazdı. O çan eğrisinin aşağıya dönüşü kaçınılmazdı.

Pandemi dönemi bu tabloyu biraz gölgeledi. Çünkü bir anda gelen suni talep hepimize “bu böyle devam edecek” hissini verdi. Oysa kalıcı değildi. Biz de hızla yatırımlara giriştik. Modernizasyonu güçlendirmek yerine daha çok harcıâlem üretim kapasitesi kurduk. Böyle olunca iniş kısmı daha hızlı yaşandı. Belki 5-10 yıla yayılacak bir düşüş, 1-2 yılda üzerimize çöktü. Burada bir başka eksiklik de vardı: Arka bahçeler yaratmadık. Bir zamanlar Türkmenistan, Özbekistan; sonra Mısır... Bunları yeterince devreye sokamadık. Ayrıca dünyada ses getiren markalar çıkaramadık. Ve en önemlisi, katma değerli alan olan teknik tekstilde Almanya'nın yaptığı gibi mühendislik ürünü, yüksek teknoloji barındıran üretimlerde



Diktaş A.Ş Yönetim Kurulu Başkanı, TTSİS Yönetim Kurulu Üyesi, ITMF Başkan Yardımcısı Mustafa Denizer

geride kaldık.

Bugün geldiğimiz noktada, hikâye biraz da şunu söylüyor: Biz pahalılaştık, ama ürünümüz farklılaşmadı. Bu yüzden çan eğrisinin aşağı inişi daha sancılı oluyor. Ve evet, muhtemelen 1-2 yıl daha bu tabloyu yaşayacağız.

“Tunus'ta yatırımımıza başlıyoruz; birkaç yeni ülke daha planlarımız arasında”

Sizin firmanızın ve yönetim ekibinde bulunduğunuz kurum ve kuruluşlara üye firmaların üretim, ihracat ya da istihdamında bu süreçte ne tür değişiklikler oldu?

Kendi şirketimize bakarsak, biz zaten baştan beri niş ürünler üreten bir firmayız. Aslında Türkiye'de maliyet baskısını en erken hissedenlerden biri olduk. Bundan 20 sene önce bile rakibimiz Çin'di. O gün önümüzde iki yol vardı: Ya küçülecektik, ya da üretimimizi başka ülkelere taşıyacaktık. Biz aile olarak tercihimizi net koyduk: Üretici kalmak. Bu yüzden Mısır'da ilk tesisimizi kurduk; büyüterek

“Bundan 20 sene önce de önümüzde iki yol vardı: Ya küçülecektik, ya da üretimimizi başka ülkelere taşıyacaktık. Biz aile olarak tercihimizi net koyduk: Üretici kalmak.”

yolumuza devam ettik. Fakat gördük ki bu da yetmez. Avrupa'ya uzun vadeli, kesintisiz destek verebilmek için Kuzey Afrika'da daha güçlü bir varlık gerekiyordu. Şimdi Tunus'ta yatırımımıza başlıyoruz; arkasından birkaç yeni ülke daha planlarımız arasında yer alıyor. Böylece biz sadece maliyet avantajı sağlamadık, aynı zamanda bulunduğumuz ülkelerin sunduğu farklı STA'lar (Serbest Ticaret Anlaşmaları) ve gümrük avantajlarından da yararlandık. Yani tek bir ülkeye bağlı kalmadık; tam tersine, uluslararası bir üretim ağı oluşturduk. Bugün geldiğimiz noktada bu strateji bize büyük bir avantaj sağlıyor. Biz krizi fırsata çevirmedik; aslında krize göre davranmadık bile. Çünkü biz bu adımları 10-15 yıl önce attık. Stratejik

ortaklıklar ve niş ürünler üzerine kurulu bir yol haritamız vardı. Dolayısıyla, Türkiye'de rakiplerimizin zorlandığı bu dönemde biz büyüyerek çıkan bir şirkettiz. Ama bu başkalarının gerilemesinden değil, bizim çok önceden çizdiğimiz vizyondan kaynaklanıyor. Bugün 3-4 farklı coğrafyada üretim yapabilen, uluslararası ölçekte bir şirket olma yolundayız. Üyeler için de şunu söyleyebiliriz. Herkes kabuk değiştirmek zorunda; ya küçülüp tekrar değişik ürünlerle daha katma değer yaratan pazarlara girecekler; ya da yurt dışına açılıp maliyet avantajı yaratacakları coğrafyalarda fırsatlar arayacaklar. Ama bugünkü düzende ayakta kalıp para kazanmak gerçekten zor.

Bu süreçte bazı tekstil firmaları kapandı; bazıları küçüldü; bazıları ise hedef değiştirdi. Sizce bu dönemde hangi stratejiler öne çıktı?

Yaptığımız stratejik hamleler yalnızca üretim kapasitemizi çeşitlendirmede; aynı zamanda bizi başka pazarlarda kalıcı olarak büyümeye taşıdı. Biz hiçbir zaman günübirlik siparişlerin peşinden koşmadık. Tam tersine, yıllar sürecek üretim ortaklıklarını kurduk. Böylece ihracatımızı hem istikrarlı hem de sürdürülebilir bir yapıya oturttuk. Bugün dünyada yeni bir denklem var. Özellikle ABD'nin, Trump döneminde koyduğu tarifeler sonrasında birçok ülke (Çin, Pakistan, Vietnam, Bangladeş, Hindistan) Mısır'a kıyasla yüzde 25-30 dezavantajlı hale geldi. Bu, çok büyük bir fark. Mısır, bu tabloda belki de en şanslı ülke. Üstelik bir de OIZ (Qualified Industrial Zones) avantajı var. Bu anlaşma sayesinde Mısır'dan ABD'ye giren ürünlerde ciddi bir serbestlik sağlanıyor. Yani biz sadece

düşük maliyet değil, aynı zamanda gümrük kapılarında büyük kolaylık elde ediyoruz. Dolayısıyla biz bugün sadece “değişik ülkelerde üretim yapıyoruz” demiyoruz. Aynı zamanda değişik pazarlara, değişik ürünlerle giriyoruz. Bu da bizi sadece Türkiye'de değil, uluslararası ölçekte büyüyen bir oyuncu haline getiriyor. **Türkiye daha önceki yıllarda da sektörel ya da ekonomik krizler yaşadı. Firmalar bu tür krizleri daha önce nasıl atlattı? Verebileceğiniz çarpıcı örnekler var mı? Bu krizlerden edinilen dersler bugüne nasıl yön veriyor?**

Bizim şirketimiz 80 yıllık bir geçmişe sahip. Türkiye Cumhuriyeti 100 yılını

“Herkes kabuk değiştirmek zorunda; ya küçülüp tekrar değişik ürünlerle daha katma değer yaratan pazarlara girecekler; ya da yurt dışına açılıp maliyet avantajı yaratacakları coğrafyalarda fırsatlar arayacaklar.”

devirdi. Ben de 30 yıldır iş hayatının içindeyim. Bu süre zarfında çok derin krizler yaşadık. Bazıları tamamen Türkiye'nin kendi finansman sorunlarından kaynaklandı, bazıları ise küresel krizlerdi. Ama o krizler, bugünküler kadar uzun sürmedi. Çok daha sert vuruyordu ama daha kısa zamanda geçiyordu. Türkiye aslında kriz yönetimini, enflasyonla yaşamayı çok iyi bilen bir ülke. Son 10 yılda biraz unutmuştuk belki ama bu yeni dönemde yeniden hatırlamak zorunda kaldık. Çünkü bu kez karşımızda uzun vadeli, kendi devletimizden kaynaklı kur ve faiz sorunları var. Buna bir de talep daralması eklendi. Rakiplerimiz, büyük oyuncular hep ucuz mala yöneldi. Alımları azalttı. Sonuçta en büyük kaybeden taraf ne yazık ki Türkiye'nin tekstil sektörü oldu. Çünkü biz sadece ihracata değil, devasa bir iç piyasaya da sahibiz. Ve burada esas problem, iç piyasadaki kaybımız. İnsanların alım gücü düşünce, bizim markalarımızın mallarına da talep düşüyor. İhracatta ise tablo o kadar kötü değil. Diğer ülkelerle kıyasladığımızda,





onların kayıplarıyla paralellik gösteriyoruz. Ama iç piyasa çökünce bu bizi daha ağır etkiliyor.

Türk tekstil sektörünün şu an içinde bulunduğu sıkıntılı günleri atlatması için tecrübelerinize dayanarak sormak isteriz: Sizce kurtuluş nerede?

Peki biz krizden etkilenmiyor muyuz? Tabii ki etkileniyoruz. Ama kriz yönetimi dediğimiz şey, bir yerde küçülürken başka bir yerde büyüebilmek. Sonuçta ortalamayı koruyabilmek. Bu da öyle ‘hemen’ yapılacak bir şey değil.

Bugün çok konuşuluyor: “Herkes Mısır’a gidiyor.” Ama bu iş öyle kolay değil. Öyle Mısır’a gidip kontağı çevirip hemen üretime başlamak mümkün değil. Bunlar 3–4 yıl süren serüvenler. Eğer kriz geldiğinde finansal olarak zayıf yakalandıysanız, zaten yeni bir ülkeye kaydıracak ne zamanınız ne de kaynağınız oluyor.

O yüzden krizden çıkışın tek yolu, krizden önce hazırlık yapmak. En az 10 yıllık stratejilerle ürünlerinizi,

“Kriz yönetimi dediğimiz şey, bir yerde küçülürken başka bir yerde büyüebilmek. Sonuçta ortalamayı koruyabilmek. Bu da öyle ‘hemen’ yapılacak bir şey değil.”

şirketinizi, müşterilerinizi planlamak. Söylemesi kolay ama hayatta uygulaması çok zor bir gerçek.

Global ölçekte düşündüğünüzde, Türkiye’nin tekstil sektöründeki yerinin ve pazar payının gelecek yıllarda nasıl bir görünüm içinde olacağını düşünüyorsunuz? Daha istikrarlı bir sektörel tablo için geleceğe yönelik ne tür adımlar atılmalı?

Türkiye’de tekstil ve konfeksiyon, köklü ve güçlü bir sektör. Hiçbir zaman bitecek bir sektör değil. Bugün yaşadığımız şey aslında bir düzeltme. Evet, bazı küçük şirketler kapanacak, bazıları ürünlerini veya pazarlarını değiştirmek zorunda kalacak. Belki biraz daha aşağı ineceğiz, ama ben bu yeni seviyede sektörün kendini koruyacağına inanıyorum.

Bu noktadan sonra önemli olan, tek bacadan çıkmak. Yani yalnızca Türkiye’ye bağlı kalmadan, know-how’ımızı başka ülkelere taşıyarak, oralarda yatırım yaparak üretim yapmak. Bunun yanında markaya çok daha fazla önem vermemiz gerekiyor. Türkiye’den daha fazla marka çıkmalı. Ayrıca teknik tekstil, farklı ve katma değerli ürünlere yönelmek şart.

Unutmamamız gereken şey şu: Avrupa gibi dev bir pazar var. Ve bu pazar her zaman near-shoring dediğimiz modele ihtiyaç duyacak. Yani Türkiye ve Kuzey Afrika’dan tedarik etmeye devam edecek.

Çünkü moda öyle bir sektör ki, özellikle fast fashion müşterisi bir haftada, 10 günde mal istiyor. Bu hızla üretimi hiçbir zaman Uzak Doğu’dan alamayacak. Dolayısıyla Türkiye sektöründe yerini koruyacak. Ama kabuk değiştirmesi mecburi. Daha fazla marka, daha fazla katma değer, daha fazla çeşitlenmiş üretim... İşte geleceğin anahtarı bu.

Türkiye’de tekstil sektöründe yaşanan kriz, dijitalleşme ve yapay zekâ tabanlı üretim teknolojilerinin benimsenmesini hızlandırabilir mi, yoksa yatırımları daha da mı zorlaştırıyor?

Yapay zekâ aslında birçok taşı yerinden oynatacak. Yani sırf tekstil özelinde bakarsak, işin dizayn kısmında epey bir iş yapay zekâya geçecek gibi görünüyor. Dolayısıyla işveren açısından maliyet avantajlı bir durum ama çalışan açısından birçok iş kaybı olacak. Sadece ‘dizayn’ demeyelim; finans tarafında olabilir, muhasebe tarafında olabilir, pazarlamada olabilir; birçok şey yapay zekâya çok hızlı dönecek. Önümüzdeki beş yılda biz bile şaşıracağız gibi görünüyor. Dolayısıyla zaten bunu her şirketin maliyet düşünerek yapması lazım. Burada maliyet düşürülmesi de tekstil sektörünün rekabetçiliğini artırabilir. Ama dünyada bunu yapacak birçok da rakibimiz olduğu için burada geri kalmamamız lazım. Özellikle şu an üniversitelerde, meslek yüksek okullarında yapay zekâ ve dijitalleşmeyle ilgili çok sıkı eğitimlerin verilmesi lazım; gelecek aslında burada. İleride, yeni iş fikri üretmek için bile yapay zekâya danışıp, onun yönlendirmesiyle birçok yatırıma gireceğiz gibi görünüyor.

İSRAFİL UÇURUM

Bossa Yönetim Kurulu Başkanı

“Zor dönemde yatırım yapan, kriz sonrası dönemde rekabet avantajını eline geçiriyor. Bu bakış açısı bugün hâlâ bize yol gösteriyor.”

Şu an tekstil sektöründe yaşanan sıkıntıların sizce en büyük nedeni ne?

Enflasyon ile döviz kuru arasındaki uyumsuzluk şu anda sektörümüz için en büyük sorunlardan biri. Bu durum, sektörün pazardaki rekabet gücünü korumasını zorlaştırıyor. Buna ek olarak, dünyada global talepteki daralma da önemli bir problem. Önümüzdeki dönemde beklentimiz, enflasyonun düşmesi ve döviz kuru artışıyla uyumlu hale gelmesi. Bu gelişme, sektörümüzde önemli bir canlanmaya katkı sağlayacaktır.

Firmanızın üretim, ihracat ya da istihdamında bu süreçte ne tür değişiklikler oldu?

Biz üretimde verimliliği artırmaya, ihracatta pazar çeşitliliğine odaklandık. İstihdam tarafında çalışanlarımızı koruyarak süreci yönettik ve yaptığımız yatırımlarla ek istihdam da yarattık. Böylece dengeleri lehimize çevirip istikrarı sürdürdük.

Bu süreçte bazı tekstil firmaları kapandı; bazıları küçüldü; bazıları ise hedef değiştirdi. Siz bu kriz sırasında nasıl formüller geliştirdiniz? Hangi stratejiler öne çıktı?

Katma değerli ürünler ve hızlı teslim kabiliyeti bizi öne çıkardı. Sürdürülebilirlik, su tasarrufu ve geri dönüşüm projeleri, son dönemde müşterilerimizin odağında yer alan



Bossa Yönetim Kurulu Başkanı
İsrail Uçurum

“Biz kriz dönemlerinden, ihracata yönelerek ve üretim verimliliğini artırarak güçlü çıktık. Zor dönemde yatırım yapan, kriz sonrasında rekabet avantajını eline geçiriyor.”

başlıca konular haline geldi. Bunun yanında ihracatı güçlendirerek döviz gelirini artırmak, krize karşı en sağlam kalkınımız oldu.

Firmanız bu tür krizleri daha önce nasıl atlattı? Verebileceğiniz çarpıcı örnekler var mı? Bu krizlerden edindiğiniz dersler bugüne nasıl yön veriyor?

Türkiye geçmişte de krizler yaşadı. Biz her defasında ihracata yönelerek ve üretim verimliliğini artırarak güçlü çıktık. Öğrendik ki zor dönemde yatırım yapan, kriz sonrası dönemde rekabet avantajını eline

geçiriyor. Bu bakış açısı bugün hâlâ bize yol gösteriyor.

“Kurtuluş ihracatta, inovasyonda ve sürdürülebilirlikte”

Türk tekstil sektörünün şu an içinde bulunduğu sıkıntılı günleri atlatması için tecrübelerinize dayanarak sormak isteriz: Sizce kurtuluş nerede?

Kurtuluş ihracatta, inovasyonda ve sürdürülebilirlikte. Katma değerli üretimle hem içerdeki enflasyon baskısını dengelemek hem de dünyada daha güçlü bir konuma gelmek mümkün.

Global ölçekte düşündüğünüzde, Türkiye’nin tekstil sektöründeki yerinin ve pazar payının gelecek yıllarda nasıl bir görünüm içinde olacağını düşünüyorsunuz? Daha istikrarlı bir sektörel tablo için geleceğe yönelik ne tür adımlar atılmalı?

Türkiye hızlı, esnek ve kaliteli üretimiyle zaten güçlü bir konumda. Önümüzdeki dönemde tasarıma, teknolojiye ve markalaşmaya daha çok yatırım yapılırsa Türkiye’nin pazar payı daha da artar.

“Türkiye’de tekstil sektöründe yaşanan kriz, dijitalleşme ve yapay zekâ tabanlı üretim teknolojilerinin benimsenmesini hızlandırabilir mi, yoksa yatırımları daha da mı zorlaştırıyor?”

Kesinlikle hızlandırır. Çünkü dijitalleşme ve yapay zekâ bir maliyet unsuru değil, tam tersine verimlilik ve esneklik kaynağıdır. Bu yatırımlar sayesinde kriz dönemlerinde bile maliyetler kontrol altına alınabiliyor. Biz de Bossa olarak bu alanlara daha fazla ağırlık veriyoruz.

AHMET ÖKSÜZ

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Yönetim Kurulu Başkanı

“Üretimin ve istihdamın sürdürülebilmesi için finansmana erişimin kolaylaştırılması artık zorunluluk haline geldi.”

Şu an tekstil sektöründe yaşanan sıkıntıların sizce en büyük nedeni ne?

İç piyasada yükselen maliyetler, ABD'nin özellikle Asya ülkelerinde artırdığı vergiler nedeniyle rakiplerimizin ihracat pazarlarına yönelik agresif hamleleri tekstil sektörümüzde büyük baskı oluşturuyor. Döviz kurunun, enflasyonun gerisinde kalması, enerji ve işçilik maliyetlerindeki yüksek artış firmalarımızın rekabet gücünü zayıflatıyor. ABD'nin ilave gümrük vergisi kararı sonrası Uzak Doğu menşeli ürünler, en büyük ihracat pazarımız olan Avrupa ülkelerinde agresif ihracat politikası gütmeye başladı. Bu da fiyat rekabeti yapmamızı giderek zorlaştırıyor. Üreticilerimiz, pazarlarını kaybetmemek için kimi zaman maliyetin bile altında satış yapıyor. Bu durum, firmaları ayakta tutuyor gibi görünse de aslında ciddi bir erozyona yol açıyor. Üretimin ve istihdamın sürdürülebilmesi için finansmana erişimin kolaylaştırılması artık zorunluluk haline geldi. **Üyelerinizin üretim, ihracat ya da istihdamında bu süreçte ne tür değişiklikler oldu?** Son iki yılda yaşanan daralma üretim kapasitelerimizde düşüşe, istihdamda ise gerilemeye yol açtı. Tekstil ve hazır giyim sektörlerimizde 1.3 milyon olan istihdam, 300 binin



İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı
Ahmet Öksüz

“Üreticilerimiz, pazarlarını kaybetmemek için kimi zaman maliyetin bile altında satış yapıyor. Bu durum, firmaları ayakta tutuyor gibi görünse de ciddi bir erozyona yol açıyor.”

üzerinde azaldı. Tablo firmaların kârlılıktan büyük ödünler vererek çarkları döndürmeye çalıştığını gösteriyor. Tekstil sektörümüz iç ve dış piyasada yaşanan tüm olumsuzluklara rağmen 2025'in ilk sekiz ayında 181 ülkeye 7.6 milyar dolarlık ihracat yapabildi. Bu, firmalarımızın dirençli yapısının göstergesi ancak bu direncin de kınlanması için bir dizi tedbirlere ivedilikle ihtiyaç duyuyoruz. **Bu süreçte bazı tekstil firmaları kapandı; bazıları küçüldü; bazıları ise hedef değiştirdi. Sizce bu dönemde hangi stratejiler öne çıktı?** Bu dönemde sektörde öne çıkan strateji, 'kâr etmeyi değil, ayakta kalmayı' hedeflemek oldu. Birçok firmamız maliyet artışlarını fiyatlarına yansıtamasa da ihracat pazarını kaybetmemek için düşük

kârlarla, hatta bazen zararına ihracat gerçekleştirdi. Çarkların dönmesi ve istihdamın korunması öncelik haline geldi. Bu dönemde en önemli önceliğimiz, tekstil ve hazır giyim üretim çarklarından herhangi birinin zarar görmemesi. Dünyada tekstil ve hazır giyim üretiminin tüm aşamalarını gerçekleştirebilen çok az sayıda ülke var. Avrupa, Afrika ve yakın coğrafyada ise bu entegrasyona sahip tek ülkeyiz. Bu stratejik gücü korumamız ve çarklardan hiçbirine zarar vermememiz gerekiyor. Diğer taraftan, markalaşmaya ve katma değerli üretime yönelen firmalar önümüzdeki dönemde ayakta kalma şansını artıracak. Kısacası önümüzdeki dönem 'zorluklara direnç' göstererek 'stratejik dönüşüm'ünü tamamlayan firmalarımızın ayakta kalmayı başarabilecek. **Türkiye daha önceki yıllarda da sektörel ya da ekonomik krizler yaşadı. Firmalar bu tür krizleri daha önce nasıl atlattı? Verebileceğiniz çarpıcı örnekler var mı? Bu krizlerden edinilen dersler bugüne nasıl yön veriyor?**

Tekstil sektörü geçmişte de birçok kriz atlattı. Sektörümüz hep 'üretime sarılarak' çıkış yolunu buldu. Halihazırda sektörümüzün yaşadığı en büyük zorluk ise ilk defa iç piyasa dengelerinin ve yurt dışının eş zamanlı olarak zor bir dönemden geçiyor olması. Firmalarımız bu dönemi, gerek rekabet güçlerini artıracak yeni yöntemlere ve ürünlere odaklanarak, gerek iç pazara biraz daha ağırlık vererek gerekse alternatif ihracat pazarlarına yönelerek atlatmaya çalışıyor. Texhibition fuarımızın da bu dönemde firmalarımızın ve sektörümüzün moral ve motivasyon kaynağı haline geldiğini vurgulamamız gerek. Şu anda ziyaretçi sayısı açısından Avrupa'nın en büyük tekstil fuarı olmasının yanında fuarda geliştirilen iş hacmiyle de çok önemli bir ekonomik değer kazandık. Krizlerden alınan en büyük ders, markalaşmanın ve katma değerli üretimin önemidir. Sadece fason üretim yapanların kınlanlığı artarken, kendi markasına yatırım yapanlar daha güçlü bir konumda krizlerden çıkabildi.

Türk tekstil sektörünün şu an içinde bulunduğu sıkıntılı günleri atlattması için tecrübelerinize dayanarak sormak isteriz: Sizce kurtuluş nerede?

Bu kriz dönemini en az hasarla atlatabilmek için, üç acil eylemin hayata geçirilmesini önemli buluyoruz: Döviz dönüşüm desteğinin yüzde 7.5'e çıkarılması, Eximbank kredilerinde 12 ay ek süre verilmesi ve konkordato süreçlerinde ticari alacakların korunması. Bu adımlar, firmalarımıza nefes aldıracak. Uzun vadede ise markalaşma, tasarım, dijitalleşme ve yeşil dönüşüm artık bir tercih değil, mecburiyet. Türk tekstilinin

küresel pazarda ayakta kalması, sadece fiyatla değil kalite, inovasyon ve marka gücüyle mümkün. Sektörümüzün entegre yapısı, 1 milyon kişilik istihdamı ve en fazla dış ticaret fazlası veren sektör olma konumuyla stratejik değeri ortada; bu nedenle krizlerden çıkışın anahtarı da yine üretimde, markalaşmada ve doğru politikalarla desteklenmiş güçlü dönüşümde yatıyor.

Global ölçekte düşündüğünüzde, Türkiye'nin tekstil sektöründeki yerinin ve pazar payının gelecek yıllarda nasıl bir görünüm içinde olacağını düşünüyorsunuz? Daha istikrarlı bir sektörel tablo için geleceğe yönelik ne tür adımlar atılmalı?

Bugün hem AB hem de ABD'deki payımızı daha çok artırma potansiyeline sahibiz. Ancak sürdürülebilir büyüme için markalaşma, teknik tekstillere daha fazla yatırım ve katma değeri yüksek ürünlerde uzmanlaşma gerekiyor.

“Uzun vadede, Türk tekstilinin sadece üretici değil, 'marka ülkesi' kimliğiyle öne çıkması, pazar payımızı kalıcı kılacak.”

Uzun vadede, Türk tekstilinin sadece üretici değil, 'marka ülkesi' kimliğiyle öne çıkması, pazar payımızı kalıcı kılacak. Doğru yapısal adımlar atıldığında Türkiye, küresel tekstil ticaretinde daha da güçlü bir aktör olacaktır.

“Türkiye'de tekstil sektöründe yaşanan kriz, dijitalleşme ve yapay zekâ tabanlı üretim teknolojilerinin benimsenmesini hızlandırabilir mi, yoksa yatırımları daha da mı zorlaştırıyor?”

Kriz, firmalarımızın yatırım kapasitesini daraltsa da uzun vadede dijitalleşme ve yapay zekâ tabanlı üretimden kaçış yok. Zira verimliliği artırmanın, maliyetleri düşürmenin ve küresel rekabette öne çıkmanın yolu bu teknolojileri kullanmaktan geçiyor. Bugün bazı firmalarımız Ar-Ge yatırımlarını kısıtlamak zorunda kalsa da sektörün ayakta kalabilmesi için dijitalleşmeye mecburuz. İTHİB olarak düzenlediğimiz fuarlar, eğitimler ve projelerle üyelerimizi bu dönüşüme hazırlıyoruz. Kriz anında bile inovasyona yatırım yapan firmalar geleceğin kazananları olacak. Dolayısıyla kriz süreci, doğru politikalar ve desteklerle dijital dönüşümü hızlandıran bir fırsata da dönüşebilir.



TOYGAR NARBAY TGSD Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD) Başkanı

“Geçmişteki krizlerden daha derin bir yapısal sorunla karşı karşıyayız. Bu nedenle geçmiş deneyimlerimiz tek başına yeterli olmuyor. Bununla birlikte acil kamu desteği de bir tercih değil, zorunluluk haline geldi.”

Şu an hazır giyim sektöründe yaşanan sıkıntıların sizce en büyük nedeni ne?

Hazır giyim sektöründe yaşanan sıkıntıların temel nedeni, 2022 yılından bu yana uygulanan ekonomi politikalarıdır. Yüksek enflasyonla mücadele amacıyla benimsenen yüksek faiz ve baskılanan döviz kuru politikası, sektörümüzün rekabet gücünü tarihi seviyede aşındırdı. Sektörün maliyet yapısının yaklaşık yüzde 60'ı TL bazlı kalemlerden (işgücü maliyeti, genel yönetim ve işletme maliyetleri, finansman maliyetleri) oluşuyor. 2022'den günümüze kadar süregelen yüksek enflasyon ortamında, döviz kurunu baskılayarak yüksek faizle yürütülen dezenflasyon programı sonucunda bu maliyetler olağanüstü şekilde arttı. 2022-2024 arasında firmaların hammadde hariç giderlerini oluşturan genel finansman maliyeti (politika faizi) yüzde 258, işgücü maliyetleri (asgari ücret) yüzde 249, işletme ve yönetim maliyetleri (enflasyon) yüzde 138 artarken, geliri oluşturan döviz kur sepeti artışı yüzde 101 olarak gerçekleşti. Giderleri ve gelirleri oluşturan maliyet kalemlerindeki gelir aleyhine olumsuz artış, sektörümüzün toplam maliyetinin 2024 sonu itibarıyla



TGSD Başkanı Toygar Narbay

“2025’in ilk altı ayında 300’e yakın firmamızın konkordato ilan ettiğini ve 2 bin 700’e yakın firmanın kapandığını üzülmekteyiz.”

döviz sepeti bazında yüzde 26.5 artmasına neden oldu. Sonuç olarak, küresel pazarlarda, Asya’daki rakiplerimizden yüzde 60, Kuzey Afrika’dakilerden ise yüzde 45 daha pahalı hale geldik. Bu rekabetçilik kaybı hem ihracat pazarlarında pay kaybetmemize, hem de iç pazarda ithalatın cazip hale gelmesine yol açarak sektörümüzü darboğaza soktu. **Üyeniz olan firmaların üretim, ihracat ya da istihdamında bu süreçte ne tür değişiklikler oldu?** Bu süreçte hazır giyim sektörümüz maalesef ciddi kayıplar yaşadı. 2022’de 21.2 milyar dolar ile tarihi bir zirveye ulaşan ihracatımız, 2024’te 17.9 milyar dolara geriledi. 2025’in ilk yarısında ise dünya hazır giyim ticareti yüzde 6 büyürken, bizim ihracatımız yüzde 6.5 daraldı.

Haziran ayı itibarıyla dünya pazarından aldığımız pay 35 yıl sonra ilk kez yüzde 3’ün, ana pazarımız olan Avrupa Birliği’nden (AB) aldığımız pay ise 30 yıl sonra yüzde 5’in altına düştü. Üretim tarafında, 2022’de 30.8 milyar dolar olan üretim hacmimizin, 2025 sonunda 24 milyar dolara gerileyeceğini, yani yüzde 22’lik kapasite kaybı yaşayacağımızı öngörüyoruz. Bu tablo kaçınılmaz olarak istihdama da yansıyor. 2022’de 735 bin olan kayıtlı istihdamımız, 2025 sonunda 520 bin seviyelerine gerileme riskiyle karşı karşıya. Sadece bu yılın ilk yarısında 33 binden fazla çalışanımız işini kaybetti. Ayrıca, 2025’in ilk altı ayında 300’e yakın firmamızın konkordato ilan ettiğini ve 2 bin 700’e yakın firmanın kapandığını üzülmekteyiz.

Bu süreçte bazı hazır giyim firmaları kapandı; bazıları küçüldü; bazıları ise hedef değiştirdi. Sizce bu dönemde hangi stratejiler öne çıktı?

Sektörümüz bu zorlu dönemde ayakta kalabilmek için çeşitli stratejilere yönelmek zorunda kaldı. Öne çıkan ilk strateji, üretim ve

rekabet koşullarının daha uygun olduğu ülkelere yatırım yapmak oldu. Özellikle Mısır’a yapılan yatırımlarda ve üretimin bu bölgeye kaydırılmasında ciddi bir artış söz konusu. Ticaret Bakanlığı verilerine göre, sektörümüzün yurt dışı yatırımları 2024 itibarıyla 85’e, bu yatırımların toplam büyüklüğü ise 830 milyon dolara ulaştı. İkinci bir strateji ise “organizatörlük” modeline geçiş. Yani firmalarımız Türkiye’deki üretimlerini azaltıp, alıcıların siparişlerini yurt dışındaki daha uygun maliyetli tesislerde ürettirerek bir nevi aracı rolü üstleniyor. Bu durum, Türkiye’deki üretim ve istihdam kaybını maalesef derinleştiriyor. Bunun yanı sıra bazı firmalarımız da kârlılıklarını artırmak ve fiyat rekabetinden sıyrılmak için markalaşma ve katma değerli ürünlere odaklanma çabalarını hızlandırdı. Ancak bu, uzun soluklu ve ciddi finansman gerektiren bir süreç olduğu için mevcut kriz ortamında oldukça zorlayıcı olabiliyor.

Bunun yanında sektör 2022-2025 yılları arasında maruz kaldığı yüzde 26.5 maliyet artışı karşısında birim satış kilogram fiyatını yüzde 9.6 artırdı; yüzde 22 daralan üretime karşılık kayıtlı iş gücünü yüzde 27 azaltmak zorunda kaldı. Ancak bunlar bile şirketlerin kârlılığını kaybetmesini önlemeye yetmedi. TGSD olarak yaptığımız modellemeye göre 2022 yılında yüzde 10.5 vergi öncesi kâr üretebilen bir firmanın kârlılığı 2023 yılında yüzde 5.6’ya düştü. Aynı firma 2024’ü yüzde -5.1 zararla kapattı. Bu yılı da yüzde -4.6 zararla kapatacağı görülüyor. Bu durum, 100 birim ciro için 25 birim sermaye kullanan ve bu sermayenin yüzde 50’sini öz kaynak,

yüzde 50’sini yabancı kaynaktan sağlayan firmanın, bu yıl sonunda öz kaynağının büyük bölümünü kaybedeceğini gösteriyor. **Türkiye daha önceki yıllarda da sektörel ya da ekonomik krizler yaşadı. Firmalar bu tür krizleri daha önce nasıl atlattı? Verebileceğiniz çarpıcı örnekler var mı? Bu krizlerden edinilen dersler bugüne nasıl yön veriyor?** Türk hazır giyim sektörü, geçmişte de birçok krizle yüzleşti ve bu krizlerden önemli dersler çıkardı. Özellikle 2001 ve 2008 krizlerinde esneklik, hızlı adaptasyon ve pazar çeşitlendirmesi gibi yeteneklerimizle ayakta kaldık. O dönemlerde

“Geçmişte döviz kurunun enflasyonla paralel hareket etmesi ihracatçıya nefes aldırırken, bugün baskılanan kur politikası bu imkânı ortadan kaldırıyor.”

firmalarımız, maliyetleri düşürmek için verimlilik artıncı yatırımlara yöneldi, daha küçük ama kârlı siparişlere odaklandı ve özellikle Rusya ve Orta Doğu gibi alternatif pazarlara açılarak risklerini dağıttı. Ancak bugünkü krizin dinamikleri geçmiştekilerden çok farklı. Daha önceki krizler genellikle talep şokları veya kısa süreli finansal dalgalanmalardı. Bugün ise temel sorun, kendi içimizdeki ekonomi politikalarından kaynaklanan ve uzun süredir devam eden bir maliyet ve rekabetçilik krizi. Geçmişte döviz kurunun enflasyonla paralel hareket etmesi ihracatçıya nefes aldırırken, bugün baskılanan kur politikası bu imkânı ortadan kaldırıyor. Geçmişten aldığımız en önemli ders, krizlerin aynı zamanda birer fırsat olduğudur. Ancak bu fırsatları değerlendirebilmek için üretim gücümüzü ve finansal sağlığımızı korumamız şart. Bugün geldiğimiz noktada, firmalarımızın öz kaynakları tükenmiş durumda ve geçmişteki krizlerden daha derin bir yapısal



sorunla karşı karşıyayız. Bu nedenle geçmiş deneyimlerimiz tek başına yeterli olmuyor. Bununla birlikte acil kamu desteği de bir tercih değil, zorunluluk haline geldi.

Türk hazır giyim sektörünün şu an içinde bulunduğu sıkıntılı günleri atlama için tecrübelerinize dayanarak sormak isteriz: Sizce kurtuluş nerede?

Kısa vadede kurtuluş, sektörün kendi dinamikleriyle çözemeyeceği bu yapısal soruna karşı, kamunun sağlayacağı akılcı ve acil desteklerde. Kendi yarattığımız bir sorunla değil, uygulanan ekonomi politikalarının bir sonucuyla yüzleşiyoruz. Bu nedenle çözüm, politika yapımcıların atacağı adımlarda yatıyor. TGSD olarak Şubatta kamuoyuyla paylaştığımız ve ekonomi yönetimine de sunduğumuz 10 maddelik bir talep ve çözüm önerilerimiz var. Bunları şöyle sıralıyoruz:

1. Döviz kuru, enflasyonla paralel hareket etmeli ve ihracatçılara, yaptıkları net ihracatın (ithalattan arındırılmış net ihracatları kadar) yüzde 10'u kadar döviz dönüşüm desteği verilmelidir.
2. Eriyen işletme sermayeleri, referans faizin yarısı kadar değişken faiz oranıyla ve uzun vadeli kredilerle tamamlanmalı, reeskont kredilerinde faizin tahsilatı dönem sonunda yapılmalıdır.
3. Emek yoğun sektörlerdeki KOBİ'lere verilen çalışan başı 2.500 TL destek, ölçek gözetmeksizin tüm firmalara verilmelidir. Bölgesel asgari ücret için çalışma yapılmalı ya da asgari ücret için verilen 1.000 TL destek, bölgesel gelişmişliğe göre kademeli olarak artırılmalıdır.
4. Eximbank kredi destekleri 2018'de olduğu gibi toplam ihracat



“Firmalarımızın öz kaynakları tükenmiş durumda ve geçmişteki krizlerden daha derin bir yapısal sorunla karşı karşıyayız. Bu nedenle geçmiş deneyimlerimiz tek başına yeterli olmuyor.”

değerinin yüzde 16'sı seviyesine çıkartılmalı, vadeler uzatılmalı, Eximbank tarafından talep edilen banka teminat mektupları yüzde 75 oranında KGF ile tamamlanmalıdır. 5. Avrupa Yeşil Mutabakatına uyumun sağlanması için sanayicilerin yapacakları GES yatırımlarına ruhsat almalarının önündeki sorunlar çözümlenmelidir. 6. İşletmelerin ölçeklerini büyötmelerini sağlayacak yeni teşvik mekanizmaları oluşturulmalıdır. Hazır giyim sektöründe 250 kişi üzerinde istihdamı olan ve toplam firma sayısının yüzde 1.3'üne denk gelen firmalar, istihdamın yüzde 28'ini, üretimin ise yüzde 40'ını gerçekleştirmektedir. Katma değerli üretim için ölçek büyütölmelidir.

7. Çevrimiçi kanallardan çevre ölkelere satış yapılabilmesi için mikro ihracat ve KDV iade süreçleri kolaylaştırılmalı; gümrükleme, nakliye maliyetlerini düşürecek düzenlemeler yapılmalıdır.
 8. EYT ile kaybedilen tecrübe ve bilgiye sahip iş gücünün işletmelere dönüşünü sağlayacak destekler verilmeli, kayıt dışılığı önlemek için emekli çalışanlardan SGK primi alınmamalıdır.
 9. Kadınların iş gücüne katılımlarının sağlanması için eşi sosyal güvenlik sistemine dahil olan ve çalışma hayatında olmayan kadınların SGK primleri üç yıl boyunca alınmamalıdır.
 10. Kadınların iş gücüne katılımlarının sağlanması için yerel yönetimlerin ve bakanlıkların her semte, mahalleye kreş yatırımlarını ihtiyaca uygun şekilde yapması sağlanmalıdır.
- Bunlara ilave olarak kısa çalışma ödeneğinin devreye alınması ve ham madde ithalatına getirilen vergilerin kaldırılması da istihdamı korumak için önem taşıyor.

Global ölçekte düşündüğünüzde, Türkiye'nin hazır giyim sektöründeki yerinin ve pazar payının gelecek yıllarda nasıl bir görünüm içinde olacağını düşünüyorsunuz? Daha istikrarlı bir sektörel tablo için geleceğe yönelik ne tür adımlar atılmalı?

Türkiye, global hazır giyim pazarında her zaman stratejik bir oyuncu olmuştur ve olmaya devam edecektir. Ancak mevcut politikalar devam ederse, kısa ve orta vadede pazar payı kaybımızın sürmesi kaçınılmaz. Rekabetçiliğimizi yeniden kazanırsak önümüzde önemli fırsatlar var. Avrupa Yeşil Mutabakatı, tedarik zincirlerinde şeffaflık ve sürdürülebilirlik arayışları, yakın coğrafyadan tedariki daha önemli hale getiriyor. Bu, büyük bir avantaj. Ayrıca Asya-Pasifik bölgesindeki jeopolitik gerilimler, alıcıları Türkiye gibi daha güvenli limanlara yöneltebilir. İstikrarlı bir gelecek için atılması gereken adımların başında, TGSD olarak hazırlıklarını sürdürdüğümüz “UFUK 2040” gibi uzun vadeli stratejik planlar geliyor. Bu plan, markalaşma, dijitalleşme, yeşil dönüşüm ve yeni pazarlara açılma gibi temel hedefleri içeriyor. Ülke markası olmak da çok önemli. Bu nedenle İtalya ve Fransa'nın yaptığı gibi turizm, gastronomi, moda endüstrisi ve kamunun ulusal bir yaklaşımla “Türkiye Markası” oluşturmak üzere stratejik bir yol haritası belirlemesi gerektiğini düşünüyoruz. “Türkiye Markası”, firmalarımızın markalaşma çabalarına da kaldıraç etkisi sağlayacak ve katma değerli satışlarına pozitif katkı verecektir. Ölçek ekonomisinden yararlanmak için firmaların birleşme ve büyümelerini teşvik edecek

politikalara, inovasyon ve Ar-Ge'ye daha fazla yatırım yapmaya ve en önemlisi, tüm bunları yapabilecek finansal gücü sağlayacak öngörülebilir bir ekonomik ortama ihtiyacımız var.

“Türkiye'de hazır giyim sektöründe yaşanan kriz, dijitalleşme ve yapay zekâ tabanlı üretim teknolojilerinin benimsenmesini hızlandırabilir mi, yoksa yatırımları daha da mı zorlaştırıyor?”

Teorik olarak, krizler verimliliği artırma ve maliyetleri düşürme baskısı yarattığı için dijitalleşme ve teknolojiye yönelimi teşvik edebilir. Ancak pratikte, sektörümüzün şu an yaşadığı kriz, bir talep veya verimlilik krizinden çok, bir

“Firmalarımız, ayakta kalma mücadelesi verirken uzun vadeli ve yüksek maliyetli teknoloji yatırımlarını ikinci plana atmak zorunda kalıyor.”

finansman ve kârlılık krizidir. Az önce de belirttiğim gibi firmalarımız iki yıldır üst üste zarar ediyor ve öz kaynaklarını tüketmiş durumdadır. Böyle bir ortamda, bırakın yeni teknoloji yatırımları yapmayı, mevcut operasyonlarını sürdürmekte bile zorlanıyorlar. Dolayısıyla mevcut krizin dijitalleşmeyi hızlandırmaktan çok, yatırımları ertelemeye ve zorlaştırmaya neden olduğunu söylemek daha doğru olur. Firmalarımız, ayakta kalma mücadelesi verirken uzun vadeli ve yüksek maliyetli teknoloji yatırımlarını ikinci plana atmak zorunda kalıyor. Dijitalleşme ve yapay zekâ, sektörümüzün geleceği için vazgeçilmez ve rekabet gücümüzü uzun vadede bu teknolojiler belirleyecek. Ancak bu yatırımları yapabilmemiz için öncelikle bugünkü finansal darboğazdan çıkmamız ve yatırım yapacak sermayeyi yeniden biriktirebilecek bir kârlılık seviyesine ulaşmamız gerekiyor.



ADİL NALBANT

Tekstil Makine ve Aksesuar Sanayicileri Derneği (TEMSAD) Yönetim Kurulu Başkanı

“Böylesine derin bir süreç görmedik. Teknik tekstile ve yüksek katma değerli üretime yönelip bu dönüşüme güçlü destekler sağlarsak, sektörün temel yapısını koruyarak bu zorlu süreci aşabileceğimize inanıyorum.”

Şu an tekstil sektöründe yaşanan sıkıntıların sizce en büyük nedeni ne?

Yaşanan problemlerin birçok nedeni var. Sondan başa doğru gidersek, hem ülkemizdeki hem de dünyadaki makroekonomik durumun tekstil sektörü için çok olumlu olmadığını görüyoruz. Ama ülkemizdeki son iki buçuk-üç yılda dövizin baskılanması, dövizin aşağılarda kalması ve buna karşılık enerji giderlerinin, genel giderlerin ve işçilik giderlerinin artması maliyetlerde büyük bir fark yarattı. İşçilik giderlerinin 1.200 dolar seviyelerine çıkması ve buna karşılık diğer tekstil üreticisi ülkelerde 200-300 dolar seviyelerinde olması, bunun yanında diğer maliyet farkları, tekstil üreticilerimizin fiyat tutturamamasına yol açtı.

Üyeniz olan tekstil makineleri ve aksesuar üreticilerinin üretim, ihracat ya da istihdamında bu süreçte ne tür değişiklikler oldu?

Tekstil sanayisindeki bu sıkıntılar, tekstil makine üreticilerimizi de ister istemez etkiledi. Bilhassa iç piyasada makine verdiğimiz tekstil sanayiinde, finansal problemler olması ve yatırımların büyük ölçüde durması, bizim sektörümüze direkt



TEMSAD Yönetim Kurulu Başkanı Adil Nalbant

“Yılın ilk yarısında tekstil makinesi ihracatımız yüzde 10 artmış görünüyor. Ancak bu artışta ikinci el makinelerin ve Mısır’ a taşınmaların payı oldukça fazla.”

ikinci el makinelerin ve Mısır’ a taşınmaların payı oldukça fazla. **Bu süreçte bazı üretici firmalar kapandı; bazıları küçüldü; bazıları ise hedef değiştirdi. Sizce bu dönemde hangi stratejiler öne çıktı?**

Strateji demek, bir planlamaya, bir yol haritasına sahip olmanız demektir. Korona döneminde, tekstil sektöründe bir yalancı bahar yaşandı. Tekstil yatırımlarının rekor seviyelerde olduğu o dönemlerde kapasiteler arttı, yeni yatırımlar yapıldı. Büyüme devam edecek sanıldı ve yatırımlar çok kontrolsüzce yapıldı. Ancak pandemiden sonra ihtiyaçlar ve tüketim tercihleri değişti. İnsanlar daha rahat giysileri, daha konforlu, daha ucuz giysileri talep etti. Sonrasında da özellikle ‘basic’ tekstilde bizim ülkemizin

üretim maliyetleri, diğer ülkelerle kıyaslanamayacak bir seviyede artmaya başladı. Bu sebeple birçok üretici firma kapandı, bazıları küçüldü, bazıları da Mısır, Özbekistan gibi ülkelere taşındı. Ülke dışına taşınan arkadaşlarımızın da Türkiye’deki kadar rahat olduklarını düşünmüyorum. “Kendi ülkemizde üretip, dünyaya satabilmek çok daha doğru” diyorum. Daha önce Mısır’a, Türkmenistan’a giden arkadaşların yaşadığı bazı problemleri, bazı durumları da unutmamak lazım.

Türkiye daha önceki yıllarda da sektörel ya da ekonomik krizler yaşadı. Tekstil makine ve aksesuar üreten firmalar bu tür krizleri daha önce nasıl atlattı? Verebileceğiniz çarpıcı örnekler var mı? Bu krizlerden edinilen dersler bugüne nasıl yön veriyor?

Ben 1959 doğumluyum. Türkiye’de birçok ekonomik krizi, sektörel krizi, birtakım sıkıntılı dönemleri

yaşadım. Ama bu yaşadığımız, öncekilere benzemiyor. Çok daha derin bir süreçle karşı karşıyayız. Çünkü ülkenin sosyo-ekonomik durumu çok farklı. Lüks tüketime alışmış bir toplum kesimi var; insanlar kazandıklarının çok üzerinde harcamalar yapıyor. Bugüne kadar birçok kez yüksek enflasyon süreci yaşadık. Yüzde 750, yüzde 1.500 günlük faizlerin olduğu dönemleri de gördük. Ama bu dönemler çok çabuk atlatılabildi. Devalüasyon ve dövizle ilgili düzenlemeler yapıldı. Türk lirası konvertibl olunca piyasa da kendi değerine oturabildi. Ama şu anda baskılanan kurla karşı karşıyayız. 2003-2011 yılları arasında dövizin

“Yüzde 750, yüzde 1.500 günlük faizlerin olduğu dönemleri de gördük. Ama bu dönemler çok çabuk atlatılabildi. Döviz baskılamakla ekonomiyi sıkıntıya sokuyoruz.”

baskılanarak sanayicinin, üreticinin tamamen ithalatçılar tarafından ezildiği bir dönemden sonra birçok kaybımız olmuştur. 2003 yılında Türkiye’nin kalkınma planlamasında, dövizli rahat bırakıp en azından sanayiye, üretime ağırlık verseydik bugünleri yaşamazdık diye düşünüyorum. Bunun en büyük global örneği Çin. Çin, 2000’li yıllarda 10 milyar dolarlarda olan makine sanayisini bugün 650-700 milyar dolar seviyesine çıkarmış ve dünyadaki bütün üretimin gücünü ülkesinde toplamış durumda. Biz ise maalesef orada yaptığımız hatayı halen devam ettiriyoruz. Döviz baskılamakla ekonomiyi sıkıntıya sokuyoruz. İhracatçı, maalesef fiyatı tutturarak dünya pazarlarında ürünlerini satmakta oldukça geride kalıyor.

Bir de tabii ülkemizin 2023 yaşadığı büyük bir deprem olayı var. Bunun getirdiği sıkıntılar da sektörü hayli olumsuz etkiledi. Diğer taraftan dünyada insanların





önceliklerinde tekstil birkaç sıra daha aşağı düşmüş durumda. Almanya'nın bile savunmaya yıllık 500 milyar euro kaynak ayırdığı bir dönemde, olayın akışının başka yerlere gittiğini görebiliyoruz. Pandemiden sonra dünya artık eskisi gibi olmayacaktı. Devlet, korona salgınından sonraki dönemde bilhassa faizin baskılanmasıyla, iki-üç yıl düşük faizle piyasayı yatırıma zorlayarak aslında doğru bir uygulama yapmıştı. Ancak bizim sanayicimiz maalesef bunu kullanamadı. Buradaki ucuz faizi daha ziyade gayrimenkul piyasası kullandı. Düşük faizin esasen üretime verilmesi çok doğrudu. Ekonomiye kurgulayanlar da bunu bekliyordu. Ama maalesef otomotiv ve inşaat sektörleri bu konuda çok büyük paylar kaptı. Geldiğimiz noktada üretmeden hiçbir zaman ilerleyemiyorsunuz. Üretmediğiniz zaman sadece tüketimin bir parçası oluyorsunuz ve tükeniyorsunuz.

Türk tekstil sektörünün şu an içinde bulunduğu sıkıntılı günleri atlatması için tecrübelerinize dayanarak sormak isteriz: Sizce kurtuluş nerede?

Tekstil, bu ülkenin milli sektörüdür. Yani 100 yıldan bu yana tekstile vermiş olduğumuz emek, gayret, yatırım, yetişmiş insan gücü ve kabiliyeti, bu toprakların çok büyük bir değeridir. Bu coğrafyada tekstil makine sektörünün hayli yeni ve çok dinamik olduğunu biliyoruz. Tekstil ve hazır giyim olarak ülkemizin yaklaşık 30 milyar dolar ihracatı söz konusu. O sebeple bizim tekstil alt yapımızın, bilgi

“Tekstil, bu ülkenin milli sektörüdür. Yani 100 yıldan bu yana tekstile vermiş olduğumuz emek, gayret, yatırım, yetişmiş insan gücü ve kabiliyeti, bu toprakların çok büyük bir değeridir.”

birikimimizin, tecrübemizin, bizim güçlü yanımız olduğunu düşünüyorum. Buradaki tehditleri fırsata çevirebilecek bir yeniden yapılanmanın gerekli olduğunu ve acilen başlatılması gerektiğini düşünüyorum. Nitekim tekstil ihracatımıza baktığımızda teknik tekstillerin artış grafiğini görebiliyoruz. Şu anki tekstil altyapımızla teknik tekstile, katma değeri yüksek tekstile dönerek ve buna ciddi destekler vererek, tekstilin yapısının kaybolmasını koruyacak önlemler alarak, bu sıkıntılı durumdan kurtulacağımızı düşünüyorum. Ayrıca şunu da ilave etmek gerekir; hangi sektörde olursa olsun, makine ve teknolojiyi kendin üretmiyorsan, o sektörün fasoncusu olursun. Teknolojiyi, modayı belirleyen odakların talebi kısması ya da yönelimlerini değiştirmesi durumunda buradaki üreticilerimiz büyük sıkıntı yaşamaya başlıyor. Bu sebeple teknolojiyi, modayı elinde bulundurmak çok önemli.

A. OĞUZ BİLİMLİ

Kasar ve Dual Tekstil Sanayii A.Ş Genel Müdürü

“Bu durumun aşılması için şeffaf ve gerçek serbest kur politikasına geçilmesinin yapılacak ilk ve en önemli adım olduğunu düşünmekteyiz.”

Şu an tekstil sektöründe yaşanan sıkıntıların sizce en büyük nedeni ne?

Döviz kurlarındaki artışın, enflasyon oranındaki artışın çok altında kalmasının sektörde yaşanan en büyük sıkıntı olduğunu düşünmekteyiz; faiz oranlarının yüksek seyretmesinin sonucu olarak, finansman giderlerinin şirketin omuzunda büyük yükler yaratması da sektörün sıkıntı içerisinde olmasının başlıca nedenlerinden. **Firmanızın üretim, ihracat ya da istihdamında bu süreçte ne tür değişiklikler oldu?** Siparişlerin düşmesinin sonucunda, üretim düşüşü ve onun da ardından da istihdam düşüşü yaşanıyor. Bütün bu düşüşlerin verimlilik kayıplarına neden olması, sektördeki birim maliyetlerin artmasını kaçınılmaz hale getirdi.

“Ne yazık biz de küçülme politikaları uyguladık”

Bu süreçte bazı tekstil firmaları kapandı; bazıları küçüldü; bazıları ise hedef değiştirdi. Siz bu kriz sırasında nasıl formüller geliştirdiniz? Hangi stratejiler öne çıktı?

Bu süreçte pazar çeşitliliğini artırmak en önemli hedeflerimizden oldu ancak global pazardaki daralmanın bizim de küçülme



Kasar ve Dual Tekstil Sanayii A.Ş Genel Müdürü A. Oğuz Bilimli

“Siparişlerin düşmesinin sonucunda, üretim düşüşü ve onun da ardından da istihdam düşüşü yaşanıyor. Bunlar da sektördeki birim maliyetlerin artmasını kaçınılmaz kıldı.”

politikaları uygulamamızı kaçınılmaz hale getirdiğini üzülererek belirtmek isteriz.

Firmanız bu tür krizleri daha önce nasıl atlattı? Bu krizlerden edindiğiniz dersler bugüne nasıl yön veriyor?

Bugün yaşadığımız bu krizin bundan önce tecrübe ettiğimiz krizle hem yapısal hem de boyutsal olarak çok ciddi farklılıklar içerdiği düşüncedeyiz. Sahip olduğumuz tecrübelerle bugüne baktığımızda, alınan önlemlerin çözüm üretmede hayli yetersiz olduğu kanısındayız.

Türk tekstil sektörünün şu an içinde bulunduğu sıkıntılı günleri atlatması için tecrübelerinize dayanarak sormak isteriz: Sizce kurtuluş nerede?

Kurtuluş tabii ki ekonomi yönetiminin, orta vadeli programında ciddi ve anlamlı değişiklikler yapması olabilir. Bu değişikliklerin üreticiyi, ihracatçıyı ve sanayi sektörünü destekleyici paketler içermesi gerektiğini düşünmekteyiz.

Global ölçekte düşündüğünüzde, Türkiye'nin tekstil sektöründeki yerinin ve pazar payının gelecek yıllarda nasıl bir görünüm içinde olacağını düşünüyorsunuz? Daha istikrarlı bir sektörel tablo için geleceğe yönelik ne tür adımlar atılmalı?

Global ölçekte Türkiye'nin tekstil sektöründeki yerinde ve pazar payında sert düşüşler yaşanmaktadır. Bu düşüş trendinin aynı şekilde ve hatta artan hızda devam edeceğinden endişeliyiz. Durumun aşılması için şeffaf ve gerçek serbest kur politikasına geçilmesinin, yapılacak ilk ve en önemli adım olduğunu düşünmekteyiz.

Türkiye'de tekstil sektöründe yaşanan kriz, dijitalleşme ve yapay zekâ tabanlı üretim teknolojilerinin benimsenmesini hızlandırabilir mi, yoksa yatırımları daha da mı zorlaştırıyor?

Yapay zekâ ve dijitalleşme yatırımlarının yaşanan krizden bağımsız olduğu kanısındayız. Ancak sektörün reel durumunda tüm yatırımları durma noktasına getirdiğini üzülererek gözlemlemekteyiz.

Tekstil endüstrisinin çifte sorunu: TALEP DARLIĞI VE TİCARET TARİFELERİ

Uluslararası Tekstil Üreticileri Federasyonu (ITMF), her yıl sonbaharda dünyanın farklı bir köşesinde küresel tekstil piyasasının önemli oyuncularını bir araya getiriyor. Bu yılki konferans 24-25 Ekim tarihlerinde Endonezya'nın Yogyakarta şehrinde gerçekleşti. Katılımcıların, her yıl ne söyleyeceğini merakla beklediği konuşmacılar, iki ana soruna işaret etti: 2022'den bu yana yaşanan küresel talep daralması ve 2025'e damgasını vuran "Trump tarifeleri."

Sendikamız, her yıl olduğu gibi, üyesi bulunduğu ITMF'in Yıllık Konferansı ve teknik komite toplantılarına katılım ve katkı sağladı. İki yılda bir gerçekleşen ITMF Yönetim Kurulu (YK) seçimlerinde, Yönetim Kurulu Üyemiz Mustafa Denizer, ikinci kez Başkan Yardımcılığı görevine getirildi. Yine Sendikamız YK Üyesi Muharrem Kayhan da uzun yıllardır ITMF YK'da Sendikamızı temsil ediyor. Bu yılki konferans, Başkanlığını Cem Altan'ın yürüttüğü Uluslararası Hazır Giyim Federasyonu (IAF) ile ortaklaşa düzenlendiğinden, İstanbul Tekstil ve Hazır Giyim İhracatçı Birliklerinden de katılımla, ülkemiz geniş bir heyetle

İki yılda bir gerçekleşen ITMF Yönetim Kurulu (YK) seçimlerinde, Yönetim Kurulu Üyemiz Mustafa Denizer, ikinci kez Başkan Yardımcılığı görevine getirildi.

temsil edildi. Tekstil üretiminde küresel trendleri takip etmek için oldukça iyi bir platform sunan ITMF Konferanslarına son 10 yıldır sürdürülebilir üretim uygulamaları ve buna olanak sağlayan dijitalleşme gelişmelerinin damga vurmuş olması sürpriz değildi. Önceki yıllardan bu yana, yapay ve doğal elyaf arasındaki

rekabet de daha çok sürdürülebilirlik düzleminde gerçekleşiyordu. Fakat bu yıl tartışmalar daha çok, düşen talebin toparlanması ve ticarete gümrük tarifelerinin tedarik zincirlerini ne şekilde etkilediği yönündeydi.

Çeşitli konuşmacıların sunumlarından öne çıkan veriler şöyle:

- ✓ Küresel tekstil ve hazır giyim ticaretinin büyüklüğü, 2022 yılında 937 milyar dolar ile zirveyi gördükten sonra 2023'te sert bir düşüş yaşamıştı. Rakamlar, 2024'te ibrenin yukarı döndüğünü ve 893 milyar dolar ile eski rakamların yakalandığını gösteriyor. Fakat 2025'te küresel ticarete damga vuran "Trump tarifelerinin" etkilerinin henüz istatistiklere yansımadığını hatırlatmakta fayda var.
- ✓ Bu ticaret içinde, en büyük tedarikçiler listesinde ilk sıralarda sürprizsiz bir şekilde Çin, Avrupa Birliği ve Vietnam gelirken, 2024'te Bangladeş ve Hindistan ilk beşte yerlerini aldı. Türkiye ilk beşte yer almamakla birlikte, 30 milyar dolardan fazla ihracat ile bu ülkelerin hemen arkasından geliyor. Bu sıralamada Çin'in tek başına 300 milyar dolar ile dünya ticaretinin 3'te birini gerçekleştirerek, kategoriler üstü olduğu da düşünülebilir.
- ✓ Sektördeki talep problemine orta



vadede bakıldığında ise uzmanlar düşük de olsa büyüme öngörüyor. Küresel düzeyde tekstile talebin yıllık, ortalama yüzde 2 büyüyerek 2030'da kişi başı 16.8 kilograma çıkması bekleniyor. Bu büyüme rakamlarının, 2000'lerin başındaki sıçramadan çok uzak olmasının sebeplerinden birinin, dünya nüfus artışının yavaşlaması olduğu düşünülebilir. Asya'da ise hem nüfus, hem zenginleşme, hem de üretimin, dünya ortalamasından daha hızlı artması nedeniyle talebin daha hızlı yükselmesi beklenebilir.

✓ Sektörümüzün önemli bilgi kaynaklarından Gherzi'nin sunumu, her yıl olduğu gibi hayli ilgi çekiciydi. Sanayide öne çıkan trendlere yer veren sunum, "yeni küreselleşme / re-globalisation" kavramı üzerinden tekstil üretimindeki kaymaları açıkladı. Tarih boyunca üretimin merkezi olan Hindistan ve Çin'in, Sanayi Devrimi ile bu özelliği, bugünkü G7 ülkelerine kaptırdığı ve 1820'lerden 1990'lara kadar imalat ve teknolojiye bu ülkelerin üstünlük sağladığı, 1990'larda ise yüksek teknoloji-düşük ücret kombinasyonu ile Çin-Hindistan (ve çevre ülkelerin) üretimde liderliği tekrar ele geçirdiği dönem "yeni globalleşme" olarak anılıyor. Tekstil üretiminin de bu patikayı takip ettiği çok rahat gözlemleniyor.

✓ Perakende trendlerine bakıldığında, çok uluslu moda markalarının 2023'te 2019 satış rakamlarını yakaladığı, hatta çoğunun bunları geçtiği görülüyor. Ülkemizin de en önemli alıcılarından olan Inditex grubunun 2023'te dünya çapındaki mağazaları ve online satışlarıyla 40 milyar dolarlık ciro kaydettiği raporlanıyor. 2024'te markaların aynı performansı gösterip göstermediği ise merak konusu.

✓ Konferans Endonezya'da olunca,



Gherzi'nin sunumu, her yıl olduğu gibi ilgi çekiciydi. Sanayide öne çıkan trendlere yer veren sunum, "yeni küreselleşme / re-globalisation" kavramı üzerinden tekstil üretimindeki kaymaları açıkladı.

perakendede başka bir büyüyen trend olan mütevazı/tesettür modası da ele alındı. Bu giyim tarzına talebin hızla büyüdüğü, 2028'de 433 milyar dolarlık bir pazar haline geleceği, özellikle İran, Türkiye, Suudi Arabistan, Pakistan, Endonezya ve ABD gibi ülkelerin ilk sıraları paylaştığı ifade edildi. Sektördeki talep düşüklüğünün yanı sıra, en sık referans gösterilen diğer

konu sektördeki regülasyonlardı. Bunların başında da Avrupa Birliği'nin Yeşil Mutabakat kapsamındaki Sürdürülebilir Tekstil Stratejisi başlığı altında, sayısı 20'ye yaklaşan düzenlemeler geliyor. AB pazarına girecek ürünlerde belirli çevresel ve sosyal standartlar arayan bu düzenlemelerin, küresel tekstil piyasasını ve tedarik zincirlerini kökten değiştirdiği söyleniyor. Öyle ki üretimde hayli belirleyici bir faktör olan işgücü maliyeti, üretimde ibreyi Çin, Vietnam, Bangladeş gibi ülkelere kaydırırken; karbon ayak izi ve benzer düzenlemeler, yakından tedariği (nearshoring) hâlâ önemli bir seçenek olarak tutuyor. Bu da Türkiye gibi ucuz olmayan ama AB mevzuatıyla uyumu yüksek ülkeler için bir avantaj.

Hem üretici hem tüketici açısından maliyetleri fazlasıyla artırmasıyla eleştirilen bu yasal düzenlemelerde, Avrupa Komisyonu'nun iş dünyasının şikayetleri karşısında bir nebze de olsa frene bastığı, bazı kuralları esnetmeye ya da ertelemeye başladığı da Konferans'ta, Avrupa Tekstil ve Hazır Giyim Konfederasyonu Euratex Genel Müdürü Dirk Vantighem tarafından paylaşıldı. Ayrıca ABD ile birlikte dünya ticaretinin yüzde 30'unu gerçekleştiren Avrupa Birliği'nin, Trump tarifeleri sonrası yeni ortaklar aradığı, üçüncü ülkelerle ticaret anlaşmalarını hızlandırmaya başladığı da ortaya kondu.

Endonezya 'Küresel Değer Zinciri'nde yükselebilir mi?

Bu yıl Konferans'ın ev sahipliğini üstlenen Endonezya'nın dünya tekstil değer zinciri hakkında detaylı bilgiler paylaşıldı. Buna göre,

- Endonezya tekstil ve hazır giyim sektörü, 4 milyon kişiyi istihdam

ediyor ve 16 milyar dolarlık üretim kapasitesine sahip. Bu da 1.4 trilyon dolarlık büyüklüğe sahip olan ekonominin yüzde 1'ini oluşturuyor.

- Bu sektörün içeride tüketimi ise 18.5 milyar dolar. Bu da dış ticaretinde ciddi bir açık olduğunu ve özellikle hammadde tarafında ithalata bağımlı kaldığını gösteriyor. Ülkenin ihracatı ise yaklaşık 11 milyar dolar.
- Ülkenin yeni endüstriyel politikaları da bu bağımlılığı azaltmak yönünde. Hükümet, 2030 yılında 75 milyar dolarlık ihracatı yakalamak için -ki şu anda 11 milyar dolarlık ihracat düşünüldüğünde bunun epey iddialı bir rakam olduğu düşünülebilir- teşvik programları tasarlamak üzere uluslararası danışmanlık hizmetleri alıyor.

ITMF'in artık gelenekselleşen ödül programında bu yıl Türkiye'den de bir kazanan oldu. Bursa Uludağ Üniversitesi Tekstil Üretimi Tasarımı ve Mühendisliği Bölümü'nden Doç. Dr. Zeynep Başyigit'in, Avrupa Birliği tarafından desteklenen ve mesleki eğitim temelli ReMode - Unlocking Circular Fashion Design Excellence Projesi, beş ülkenin eğitim kurumlarını bir araya getirmesiyle Uluslararası İşbirliği Ödülü aldı.

ITMF'in her yıl düzenlediği ve tekstil üretiminde sürdürülebilirlik

ve işbirliğini teşvik eden işbirliği ve araştırma projelerini ödüllendiren yarışmasının duyuruları ilkbahar aylarında Sendikamız tarafından yapılıyor. Türkiye'den katılımın artması için web sitemiz ve Linked-In platformu üzerinden duyurularımızı takip edebilirsiniz.

Kordsa tesisini ziyaret ettik

Ülkemizin önde gelen teknik tekstil üreticilerinden üyemiz Kordsa'nın dünyanın farklı yerlerindeki üretim üslerinden biri de Endonezya'da. Bogor bölgesinde, ortaklarıyla üretim yaptıkları tesis Indo Kordsa'da binlerce kişi istihdam ediliyor. Bu tesiste üretilen ürünler, başta Tayland'daki kendi fabrikaları olmak üzere Asya'daki tekstil değer zincirine önemli girdi sağlıyor. ITMF Konferansı için Endonezya'da bulunan Sendikamız heyeti, şirketin Kuzey Amerika Bölge Genel Müdürü ve İK Genel Müdür Yardımcısı Eray Karaduman ev sahipliğinde, bu dev tesisi ziyaret etme fırsatı buldu. Otomotiv ve hava araçları tekerleri başta olmak üzere inşaatlardan tarıma, pek çok alanda güçlendirme teknolojileri üreten KORDSA'nın Asya bölgesindeki bu güçlü varlığıyla gurur duyduk.



TSRS Raporlaması: Küresel Uyumun ve Kurumsal Dönüşümün Yeni Çerçevesi



Sürdürülebilirliğe dair bazı uluslararası düzenlemeleri takiben, ülkemizde yürürlüğüne giren Türkiye Sürdürülebilirlik Raporlaması Standardı (TSRS) ve avantajları nedir? Carbon Hints Eğitim ve Danışmanlık Genel Müdürü Seda Gümüş, TSRS'nin ilk raporlama döneminin ardından, işletmeler için rehber niteliğinde olabilecek bilgileri dergimiz için özetledi.

Avrupa Birliği'nin Yeşil Mutakabati kapsamında Sürdürülebilir Tekstil Stratejisi hedefinde tasarlanan, yürürlüğe giren, -son zamanlarda- ertelenen ya da yumuşatılan yasal düzenlemelerle ilgili gelişmeleri sizlerle bu sayfalardan paylaşıyoruz. Sürdürülebilirlik, hem üreticiler hem tüketiciler için gönüllülük esasına dayalı bir prensipten olmaktan çıkarak, bir zorunluluk haline geliyor. İş dünyası, sürdürülebilir üretim için dönüşüme çok ciddi yatırımlar yapıyor. Öte yandan, sürdürülebilirliği benimsemeden, bir pazarlama malzemesi olarak kullanan, bir başka deyişle yeşil aklama/ green washing yapan oyuncularla mücadele de sürüyor.

Bir işletme için sürdürülebilirlik çabalarını görünür kılmamanın en önemli yolu bunları ölçmek, riskleri ortaya koymak, raporlamak ve doğrulamak. Bir süredir uluslararası otoriteler, ortaya çıkan farklı raporlama formatlarını birbirine yaklaştırmak, böylece anlaşılır ve karşılaştırılabilir olmalarını sağlamak

için çalışmalar yapıyorlar, çeşitli 'sürdürülebilirlik standartları' ortaya çıkıyor.

Ülkemizde de başta Avrupa Birliği (AB) olmak üzere uluslararası benzer düzenlemeleri takiben yürürlüğüne giren Türkiye Sürdürülebilirlik Raporlaması Standardı (TSRS) iş dünyasında çok konuşuldu, beklentilerle ilgili bazı belirsizlikler ve işletmelere getireceği muhtemel yükler nedeniyle çok da tartışıldı. 1 Ocak 2024'ten bu yana yürürlükte olan düzenleme, belirli bir büyüklüğün üzerindeki ve borsada işlem gören şirketler için, tanımlanan formatta bir sürdürülebilirlik raporlaması yayınlamalarını ve doğrulamalarını zorunlu kılıyor.

TSRS'nin işletmeler için avantajlarını, yapılması gerekenleri, ilk raporlama döneminde yaşanan zorlukları ve sektörümüz özelindeki yansımalarını bu konunun uzmanı, Sendika olarak işbirliği yaptığımız, Carbon Hints Eğitim ve Danışmanlık Genel Müdürü Seda Gümüş dergimiz için kaleme aldı.



Carbon Hints Eğitim ve Danışmanlık Genel Müdürü Seda Gümüş

TSRS'ye dair bilmeniz gereken her şey

Carbon Hints Eğitim ve Danışmanlık Genel Müdürü Seda Gümüş yazdı

Türkiye’de sürdürülebilirlik alanında son yıllarda yaşanan en köklü gelişmelerden biri, Türkiye Sürdürülebilirlik Raporlama Standartları’nın (TSRS) yürürlüğe girmesidir. Küresel raporlama sistemleriyle tam uyumlu bir şekilde tasarlanan bu standartlar, işletmelerin yalnızca finansal performanslarını değil, aynı zamanda finansal açıdan önemli çevresel, sosyal ve yönetim (ESG) unsurlarını da bütünsel bir çerçevede açıklamasını teşvik eder. Böylece ülkemizde yeni bir hesap verebilirlik anlayışının oluşması sağlanmaktadır.

TSRS, temellerini uluslararası finansal raporlama sistemlerinden almaktadır. IFRS (Uluslararası Finansal Raporlama Standartları) S1 ‘Genel Sürdürülebilirlik Açıklamaları’ ve IFRS S2 ‘İklimle İlgili Açıklamalar’ standartlarının Türkiye’ye uyarlanmış bir versiyonu

olarak tasarlanan bu yapı, AB’nin Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporlama Direktifi (CSRD) ve Avrupa Sürdürülebilirlik Raporlama Standartları (ESRS) ile büyük ölçüde paralellik göstermektedir. Böylece Türkiye, hem uluslararası sermaye piyasalarına entegre olan hem de kendi iç dinamiklerini dikkate alan özgün bir raporlama sistemine kavuşmuştur.

Türkiye’nin benimsediği yöntem

Küresel düzeyde sürdürülebilirlik raporlaması üç farklı yaklaşım etrafında şekillenmektedir. Avrupa modeli, ‘çifte önemlilik’ (double materiality) ilkesiyle finansal sonuçların yanı sıra işletmelerin çevre ve toplum üzerindeki etkilerini de dikkate almaktadır. Amerikan modeli, yatırımcı güvenliği ve piyasa şeffaflığına öncelik vererek iklimle bağlantılı finansal riskleri ön plana çıkarmaktadır. Asya modeli ise sürdürülebilirlik performansını kurumsal yönetişimin bir parçası olarak ele almaktadır. Türkiye’nin TSRS ile izlediği yol, bu üç sistemin güçlü yönlerini sentezleyip yerel ihtiyaçlarla uyumlu, uluslararası ölçekte karşılaştırılabilir bir raporlama sistemi oluşturmuştur.

Türkiye’de sürdürülebilirlik raporlaması, uzun yıllar boyunca gönüllülük esasına dayalı olarak gelişmiş, çevre yönetim sistemleri ve kurumsal sosyal sorumluluk raporlarıyla sınırlı kalmıştır. Ancak son dönemde, finansal ve sürdürülebilirlik verilerinin bütünlüklü biçimde sunulması ihtiyacı hem düzenleyici otoriteler hem de sermaye piyasaları açısından stratejik bir gereklilik haline gelmiştir.

Bu doğrultuda, TSRS yalnızca

bir raporlama yükümlülüğü değil, kurumsal yönetim sistemlerinin yeniden yapılandırılmasını zorunlu kılan bir dönüşüm aracıdır. Sektörel açıdan bakıldığında TSRS, işletmelerin sürdürülebilirlik stratejilerini finansal açıdan önemli ölçülebilir göstergelere dayandırmalarını, çevresel ve sosyal faktörlerin işletmenin değer yaratma kapasitesi üzerindeki finansal etkilerini yönetim karar süreçlerine entegre etmelerini ve performanslarını doğrulanabilir verilerle desteklemelerini hedeflemektedir. Artık kurumlar, iyi niyet beyanı düzeyinde kalan çevresel ve sosyal hedefler yerine, bu hedeflerin gerçekleşme düzeyini ölçmek, doğrulamak ve kamuoyuna açıklamak durumundadır. Bu raporlama sistemi, özellikle kaynak verimliliği, enerji yönetimi, döngüsel ekonomi uygulamaları ve insan haklarına dayalı tedarik zinciri yönetimi gibi alanlarda ölçülebilir ilerleme sağlamanın önünü açmaktadır. TSRS’nin uygulamaya girmesiyle birlikte, Türkiye’deki kurumların sürdürülebilirlik raporlamasında uluslararası standartlarla karşılaştırılabilir veri kalitesine ulaşması beklenmektedir. Bu durum hem finansman kaynaklarına erişim hem de uluslararası yatırımcı güveninin güçlenmesi açısından stratejik bir avantaj sağlayacaktır. Ayrıca, TSRS kapsamında iklimle ilgili finansal açıklamaların güçlendirilmesi, Avrupa Birliği’nin Sınırdan Karbon Düzenleme Mekanizması (SKDM) ve Yeşil Mutabakat politikalarıyla dolaylı uyum sağlayarak, ihracata dayalı sektörler için karbon yönetimi ve raporlama süreçlerinde şeffaflık avantajı yaratacaktır.

Sürecin getirdikleri



Her yeni düzenlemede olduğu gibi, TSRS’nin de işletmeler açısından belirli uyum maliyetleri doğurması kaçınılmazdır. Veri altyapısının oluşturulması, raporlama sistemlerinin kurulması, personel eğitimi ve doğrulama süreçleri kısa vadede ilave kaynak ihtiyacına sebep olacaktır. Ancak bu maliyetler, uzun vadede finansmana erişim kolaylığı, yeşil kredi olanakları, yatırımcı güveni ve pazar erişimi gibi önemli kazanımlar yoluyla telafi edilebilir. Sürdürülebilirlik verilerinin finansal karar süreçleriyle bütünleşmesi, risk yönetiminde öngörülebilirliği artıracak ve kurumsal itibarı güçlendirecektir.

Türkiye’de tekstil sektörü, TSRS kapsamındaki ilk raporlama döneminde önemli bir geçiş süreci yaşamaktadır. 2024 yılı itibarıyla sektörde faaliyet

TSRS’nin getirdiği maliyetler, uzun vadede finansmana erişim kolaylığı, yeşil kredi olanakları, yatırımcı güveni ve pazar erişimi gibi önemli kazanımlar yoluyla telafi edilebilir.

gösteren bazı işletmeler, TSRS 1 ve TSRS 2 standartlarına uygun ilk sürdürülebilirlik raporlarını yayımlamış ve bu raporlar sınırlı güvence denetimi sürecinden geçmiştir. Bu ilk uygulamalar, sektörün raporlama disiplini benimsenmeye başladığını göstermekle birlikte, aynı zamanda önemli teknik ve yapısal zorlukları da görünür kılmıştır. Tekstil sektörünün çok paydaşlı yapısı, karmaşık tedarik zinciri ve yüksek veri çeşitliliği nedeniyle, raporlamalarda veri bütünlüğü

ve izlenebilirliğin sağlanması sürecin en kritik unsurlarından biri haline gelmiştir. İlk raporlarda öne çıkan temel zorluklar; emisyon hesaplamalarının kapsam tanımı, su ve enerji tüketimi verilerinin tesis bazında standardizasyonu, sosyal göstergelerde (örneğin çalışan çeşitliliği, iş sağlığı ve güvenliği performansı) tutarlı veri setlerinin oluşturulması ve doğrulama sürecinde gerekli kanıt zincirinin tesis edilmesi olmuştur. Bazı raporlarda ise veri kalitesi, ölçüm yöntemleri ve metodolojik varsayımlar konusundaki sınırlılıklar açık biçimde belirtilmiş; bu durum, ilk uygulama yılında sektörün veri toplama altyapısı, ölçüm standardizasyonu, değer zinciri boyunca bilgi akışı ve doğrulama süreçlerinde uyum zorluklarıyla karşı karşıya olduğunu göstermiştir.

Bu deneyimler, tekstil sektöründe TSRS uygulamasının yalnızca raporlama yükümlülüğü getiren bir yasal düzenleme değil, aynı zamanda kurumsal yönetim anlayışını dönüştüren bir süreç olduğunu ortaya koymaktadır. Sektör, veri kalitesinin artırılması, raporlama sınırlarının doğru tanımlanması, dijital veri yönetim sistemlerinin kurulması ve sürdürülebilirlik göstergelerinin finansal planlama süreçleriyle bütünleştirilmesi konularında kurumsal kapasitesini hızla geliştirmektedir. Böylece TSRS, tekstil sektörüne yalnızca çevresel ve sosyal faktörlerin işletmenin finansal performansı üzerindeki etkilerini analiz etme ve raporlama olanağı sunmakla kalmayıp, aynı zamanda küresel değer zincirlerinde finansal olarak karşılaştırılabilir ve güvenilir bir sürdürülebilirlik raporlama çerçevesi oluşturma imkânı sağlamaktadır.

Öncelikli beklentiler

Sektörün temel beklentisi, Türkiye Sürdürülebilirlik Raporlama Standartları'nın (TSRS) uygulanmasıyla birlikte gönüllü beyanlardan kurumsal ve doğrulanabilir raporlama süreçlerine geçilmesidir. TSRS ile; uzun yıllardır çeşitli sertifikasyon programları ve çevre yönetim sistemleri aracılığıyla yürütülen parçalı uygulamaların yerini tanımlı, karşılaştırılabilir ve bütünleşik bir yapı almaktadır. Tekstil sektörü işletmeleri, çevresel, sosyal ve yönetim göstergelerini

TSRS'nin getireceği ölçülebilir hedefler ve şeffaf raporlama kriterleri sayesinde, sürdürülebilirlik artık yalnızca bir sorumluluk değil, finansal performansın da ayrılmaz bir bileşeni haline gelecektir.

tek bir çerçevede toplayarak, tedarik zincirinden nihai ürün aşamasına kadar sürdürülebilirlik performanslarını ölçmek ve izlemek istemektedir. Bu süreçte sürdürülebilir malzeme arzının güçlendirilmesi, geri dönüştürülmüş içerik kullanımının artırılması, yeşil finansman mekanizmalarının yaygınlaştırılması ve devlet destekli kapasite geliştirme programlarının oluşturulması öncelikli beklentiler arasında yer almaktadır. TSRS'nin getireceği ölçülebilir hedefler ve şeffaf raporlama kriterleri sayesinde, sürdürülebilirlik artık yalnızca bir sorumluluk değil, finansal performansın da ayrılmaz bir bileşeni haline gelecektir. Bu dönüşümün başarıyla tamamlanması, Türkiye tekstil sektörünün sürdürülebilirliğe dayalı yeni bir rekabet modeli oluşturmasını ve uluslararası pazarlarda çevresel uygunluk kriterleriyle farklılaşmasını



sağlayacaktır.

TSRS, sürdürülebilirlik raporlamasını yalnızca çevresel verilerin izlenmesi olarak değil, aynı zamanda işletmelerin uzun vadeli değer yaratma süreçlerinde sürdürülebilirlik unsurlarını finansal karar alma mekanizmalarına entegre eden bir yönetim aracı olarak konumlandırmaktadır. Bu yaklaşım, işletmelerin uzun vadeli risk ve fırsatlarını finansal etkileriyle birlikte tanımlamalarına, bu unsurların işletme değeri üzerindeki potansiyel sonuçlarını analiz etmelerine ve stratejik karar süreçlerinde etkin bir şekilde yönetmelerine olanak tanımaktadır. Böylelikle sürdürülebilirlik, etik bir tercih olmaktan çıkarak, rekabetin, verimliliğin ve kurumsal dayanıklılığın temel belirleyicisi haline gelmektedir.

Ülkemiz için yeni bir dönem

Türkiye'nin küresel raporlama sistemleriyle eş zamanlı biçimde bu adımı atmış olması, ülkenin yeşil dönüşüm sürecinde hem kamu hem özel sektör düzeyinde yeni bir dönemin başladığını göstermektedir. Bundan sonraki aşamada öncelik, veri kalitesinin artırılması, sektörler arası karşılaştırılabilirliğin sağlanması ve sürdürülebilirlik performansının yönetim göstergelerine entegre edilmesidir. TSRS, esasen bir raporlama standardının ötesinde, kurumsal davranış biçimini, stratejik yönelimleri ve karar alma süreçlerini yeniden tanımlayan bir yönetim aracıdır. Bu çerçeve, işletmelerin sadece geçmiş performanslarını değil, geleceğe yönelik dönüşüm kabiliyetlerini de

ortaya koymaktadır. Dolayısıyla, sürdürülebilirlik artık bir yan faaliyet değil, kurumların bütünsel stratejisinin ayrılmaz bir bileşenidir.

Sonuç olarak, TSRS'nin uygulanmaya başlaması Türkiye ekonomisinin yeşil ve dijital dönüşüm hedefleriyle doğrudan ilişkilidir. Bu standart, işletmelerin şeffaflığını ve hesap verebilirliğini güçlendirirken, sermaye piyasalarının derinleşmesine ve sürdürülebilir büyümenin kurumsallaşmasına katkı sağlayacaktır. Sektörün bu çerçeveyi yalnızca bir uyum yükümlülüğü olarak değil, uluslararası rekabet gücünü artıracak stratejik bir fırsat olarak değerlendirmesi, Türkiye'nin küresel sürdürülebilirlik gündeminde daha görünür bir aktör haline gelmesinin anahtarı olacaktır.

Avrupalı tekstil üreticileri ultra hızlı modaya karşı

Başta Avrupa Tekstil ve Hazır Giyim Konfederasyonu Euratex olmak üzere, AB ülkelerinde tekstil ve hazır giyim sektörünü temsil eden kuruluşlar, "Ultra Hızlı Modaya Karşı Deklarasyon" belgesini imzaladı. Sektör temsilcileri, Eylül ayında Paris'te düzenlenen Premiere Vision Fuarı sırasında bir basın toplantısıyla Avrupa Komisyonu'na, Avrupa Birliği üyesi ülkelere ve Avrupalı tüketicilere ultra hızlı modayla mücadele etme çağrısında bulundu.



Şon birkaç on yıldır hayatımızda olan "fast fashion/ hızlı moda"nın geleneksel modanın aksine, bir yıl içinde çok sayıda koleksiyonu ve çok geniş ürün çeşitliliğini tüketicilerin beğenisine sunarak modayı daha demokratik ve erişilebilir bir düzeye çektiği düşünülüyordu. Sonrasında daha görünür olmaya başlayan sürdürülebilirlik kavramı ve kaygısı, hızlıca tüketilen, dayanıksız, çabuk demode olan, çok daha fazla kaynağın harcanmasına yol açan hızlı modayla önce savaştı, sonra onu dönüştürmeye başladı.

Bugün ise artık "ultra fast fashion/ ultra hızlı moda"dan bahsediyoruz. Online platformlardan kolayca, "bedavadan biraz pahalı" fiyatlara hızlıca sipariş verilebilen ve neredeyse sınırsız çeşitlilik arasından seçilebilen spor kıyafetler, abiye elbiseler, mutfak eşyaları, dünyanın herhangi bir yerindeki tüketiciye kolayca ulaşabiliyor. Avrupa pazarında 2021 yılındaki vergi düzenlemesiyle 150 euro değerinin altındaki ürünlerde gümrük vergisi muafiyeti uygulanıyor ve B2C, yani bireysel e-ticaretle satın alınan ürünler, ithalatta sadece KDV ödemesiyle teslim alınabiliyor. Türkiye'de de posta ve hızlı kargo aracılığıyla gelen ithalatta gümrük vergisi muafiyeti için ürün değeri sınırı yakın zamana kadar 150 euro iken, Ağustos 2024 itibariyle 30 euro'ya düşürüldü.

Markaların satın alma pratiklerinin çok sıkı olduğu, yasal düzenlemelere uyumun çok maliyetli olduğu Avrupa Birliği'nde (AB) üreticiler bu şartlarda üretim yapmanın yükünden yakınırken, e-ticaretle Avrupa'ya giren ucuz ürünleri radarına aldı. Avrupa Parlamentosu'nun istatistiklerine göre 2022'de bu



EURATEX Başkanı Mario Jorge Machado deklarasyonu imzalarken.

yolla Avrupa pazarına ithal edilen paket sayısı 1.4 milyarken, bu rakam 2024 yılında 4.6 milyara çıkmış. Bu da günde 12 milyon kargo paketi demek. Paketlerin yüzde 91'i Çin'den gönderilmiş. Bu da Alibaba ile son yıllarda Shein ve Temu platformlarının Avrupa'da ne kadar hızla büyüdüğünü gösteriyor. Üstelik bu gönderilerin ortalama değerinin paket başına 10 euro olması; söz konusu ürünlerin üretim, pazarlama, paketlenme, navlun gibi her türlü maliyetin nasıl bu kadar düşük kalabildiğinin sorgulanmasına sebep oluyor. Yurt dışından online alışverişte aslan payı 25-34 arası yaş grubuna ait olmakla birlikte, 65-74 yaş arası da bu konuda şaşırtıcı derecede aktif görünüyor.

(İstatistik kaynağı: <https://www.europarl.europa.eu/topics/en/article/20250708STO29516/eu-targets-low-value-imports-via-e-commerce-platforms>)

Tekstil ve hazır giyim üreticileri bir süredir Avrupa Komisyonu'na baskı yapıyor ve Avrupa pazarında kendi rekabetçiliklerini tehdit ettiğini düşündükleri bu alışveriş metoduna önlemler getirmesini istiyor.

2022'de, bireysel e-ticaretle Avrupa pazarına ithal edilen paket sayısı 1.4 milyarken, bu rakam 2024 yılında 4.6 milyara çıkmış. Bu da günde 12 milyon kargo paketi demek. Paketlerin yüzde 91'i Çin'den gönderilmiş.

Taleplerden bazıları şöyle:

- Gümrük kontrollerini artırarak ürün güvenliğinin sağlanması
- 150 euro'luk vergi muafiyeti sınırının düşürülmesi
- Her bir paket başına 2 euro'luk bedel tahsil edilmesi (böylece hem ithal ürünlerin fiyatının artırılması hem de bu fonun gümrük kontrolleri için harcanması)

İş dünyasının bu talepleri ortak bir metinde toplandı ve dünyanın en önemli tekstil ve moda fuarlarından Premiere Vision Paris'in Eylül 2025 edisyonunda ortak basın toplantısında kamuoyuyla paylaşıldı. Ortak deklarasyona Euratex başta olmak üzere, Almanya, Fransa, Hollanda, Finlandiya, İsviçre, Belçika, Avusturya, İtalya gibi ülkelerin tekstil ve hazır giyim birlikleri imza attı.



Avrupa Tekstil ve Hazır Giyim Federasyonları Bildirisi

Ultra-Hızlı Moda: Avrupa Tekstil ve Hazır Giyim Federasyonları acil eylem çağrısı yapıyor

Avrupa tekstil ve hazır giyim federasyonları, halihazırda satışların yaklaşık yüzde 5'ini (internet satışlarının yüzde 20'sini) oluşturan ve 2024'te Avrupa Birliği'ne 4.6 milyar paket ithal ederek hızla büyüyen "ultra-hızlı moda" olgusunun yükselişinden derin endişe duymaktadır. Ultra-hızlı moda; çevresel, ekonomik ve sosyal dengesizlikleri daha da artırmaktadır.

- Son derece kısa ömürlü giysilerin aşırı üretimine yol açarak, tekstil

"Ultra-hızlı moda, Avrupa şehirlerindeki mağazaları tehdit ederek şehir merkezlerinin boşalmasına yol açmaktadır."

atıkları ve giysi tüketiminde eşî benzeri görülmemiş bir artış yaratmaktadır.

- Avrupa'daki iş yerleriyle, özellikle yüksek çevresel, etik ve sosyal standartlara uymaya çalışan KOBİ'ler üzerinde ağır bir baskı oluşturmaktadır.
- Avrupa şehirlerindeki mağazaları tehdit ederek şehir merkezlerinin boşalmasına yol açmaktadır.

Ayrıca ultra-hızlı moda, AB ve üye devletlerde yürürlükteki kuralları ihlal eden bir ekonomik modele

dayanmaktadır. KDV dolandırıcılığı, fikri mülkiyet ihlalleri ve yanlış beyanlar Avrupa iç pazarında rekabeti bozmakta ve sosyal-çevresel standartlara uygun üretim yapan firmaları dezavantajlı konuma getirmektedir.

Üstelik bu ekonomik modelin kârlılığı; kabul edilemez koşullarda çalıştırılan işgücünün sömürülmesine, çevresel etkilerin tamamen göz ardı edilmesine, KDV ve gümrük vergisi kaçakçılığına, fikri mülkiyet haklarının ihlaline, haksız rekabet uygulamalarına ve doğal çevrenin tahrip edilmesine dayanmaktadır.

Bu gelişmeler ışığında; AB üyesi devletleri; ultra-hızlı moda ürünlerinin pazarlanmasını sınırlandıracak önlemleri kabul etmeye ve sürdürülebilirlik, kalite ve

inovasyona yatırım yapan şirketleri aktif olarak desteklemeye, **Avrupa kurumlarını ve üye devletleri** ultra-hızlı moda ile mücadeleyi öncelik haline getirmeye ve vakit kaybetmeden:

- 27 Haziran 2025'te Avrupa Konseyi'nde üzerinde uzlaşılan AB Gümrük Kodu reformunu derhal uygulamaya,
- Adil rekabet koşullarının tekrar sağlanması için devam eden soruşturmaları hızlandırmaya ve Dijital Hizmetler Yasası (DSA) ile Dijital Pazarlar Yasası (DMA) kapsamında en ağır yaptırımları uygulamaya,
- Gümrük kontrollerini finanse edecek fonu oluşturmak üzere küçük paketlere vergi getirmeye,
- 150 euro altındaki paketlere uygulanan gümrük vergisi muafiyetini kaldırmaya,
- Ultra-hızlı moda gönderilerinden KDV'yi tahsil etmeye,
- Bu platformların çevre hedefleriyle çelişen uygulamaları konusunda Çinli yetkililerle diyalog kurmaya,

"Ultra-hızlı moda normalleştirilemez. Kaliteye, şeffaflığa, sosyal ve çevresel sorumluluğa dayalı bir ekonomik modeli desteklemek için hep birlikte harekete geçmenin zamanı gelmiştir."

Avrupa'daki tüketicileri; çevre dostu ürünlere yönelmeye ve sürdürülebilir üretime yatırım yapan markaları desteklemeye çağırıyoruz.

AB, Avrupa şirketlerinin ve dolayısıyla çalışanlarının rekabet gücünü artırmak ve çevreyi korumak için derhal harekete geçme imkânına ve sorumluluğuna sahiptir. Ultra-hızlı moda normalleştirilemez. Kaliteye, şeffaflığa, sosyal ve çevresel sorumluluğa dayalı bir ekonomik modeli desteklemek için hep birlikte harekete geçmenin zamanı gelmiştir.

Villepinte'de, Première Vision fuarında imzalanmıştır, 16 Eylül 2025



Deklarasyona imza atan kurumlar:

- Euratex – The European Apparel and Textile Confederation
- UFMH – Union Française des Industries de la Mode & de l'Habillement (Fransa)
- UIT – Union des Industries Textiles (Fransa)
- Confindustria Moda (İtalya)
- Fedustria (Belçika)
- ATP – Associação Têxtil e Vestuário de Portugal (Portekiz)
- Finnish Textile & Fashion (Finlandiya)
- Textil+Mode (Almanya)
- SEPEE – Hellenic Fashion Industry Association (Yunanistan)
- LATIA – Lithuanian Apparel & Textile Industry Association (Litvanya)
- Modint (Hollanda)
- ANIVÉC-APIV (Portekiz)
- TEKO – Sveriges Textil & Modeföretag (İsveç)
- Creamoda – Belgian Fashion (Belçika)
- Swiss Textiles (İsviçre)
- WKO – Fachverband der Textil-, Bekleidungs-, Schuh- und Lederindustrie (Avusturya)
- Consejo Intertextil Español (İspanya)
- PIOT – Federation of Apparel & Textiles Industry Employers (Polonya)
- Alliance for European Flax-Linen & Hemp (Avrupa Keten/Kenevir İttifakı)
- DM&T – Danish Fashion & Textile (Danimarka)
- Chamber of Commerce and Industry of Serbia (Sırbistan)



‘Texhibition İstanbul’da yabancı alıcı sayısında büyüme

Texhibition İstanbul’un sekizinci edisyonu İstanbul Fuar Merkezi’nde 10-12 Eylül arasında yapıldı. 110 ülkeden 25 bine yakın ziyaretçiyi ağırlayan fuar, yeni işbirliklerine kapı aralarken, seminerlerde inovasyondan son trendlere pek çok başlık konuşuldu.



Texhibition İstanbul, sekizinci edisyonunda 110 ülkeden 24 bin 147 ziyaretçiyi 524 katılımcı firmayla buluşturdu. Ziyaretçi sayısında, Mart 2025 edisyonuna göre yüzde 6.7 artış kaydedildi. Özellikle 7 bin 21 uluslararası ziyaretçiyle, yabancı alıcı sayısında yüzde 16.9 büyümeye gerçekleşti. Avrupa, Orta Doğu, Asya, Kuzey Afrika, Kuzey Amerika ve ötesinden gelen profesyoneller, fuarın küresel erişimini güçlendirdi. Katılımcı firmalar; örme, dokuma, denim, nakış, dantel, aksesuar ve iplikten baskı ve kumaş teknolojilerine kadar geniş bir ürün yelpazesini ziyaretçilere sundu.

Blue Black Denim:

Texhibition'ın yaratıcı kalbi

Hall 7'de konumlanan Blue Black Denim alanı, Türkiye'nin denim gücünü etkileyici bir vitrinle sundu. Bossa, İskur, Isko, Kipaş ve Orta gibi sektörün öncüleriyle birlikte toplam 24 marka, en yeni koleksiyonlarını,

sürdürülebilir teknolojilerini ve tasarımlarını sergiledi. Blue Black Trend Alanı, deneysel yüzeylerden siyanotipi desenlere kadar denim geleceğine ışık tuttu. Ayrıca atölyelerle ziyaretçiler yeni teknikleri birebir deneyimledi.

B2B görüşmeleri

Texhibition İstanbul'un en güçlü kazanımlarından biri, gerçekleştirilen yaklaşık 100 özel B2B görüşme oldu. Aralarında Hugo Boss, About You, Asos, Burberry, Guess, Patagonia, Revolve gibi dünya markalarının bulunduğu alıcılar Almanya, İngiltere, ABD, İtalya, İspanya, Hollanda, Kolombiya ve Suudi

Ziyaretçi sayısında, Mart 2025 edisyonuna göre yüzde 6.7 artış kaydedildi. Özellikle 7 bin 21 uluslararası ziyaretçiyle, yabancı alıcı sayısında yüzde 16.9 büyümeye gerçekleşti.



“Yapısal reformlar hızla hayata geçirilmeli”

Ahmet Öksüz

İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı

Texhibition'ın Türkiye'nin üretim ve marka gücünü dünyaya ilan eden stratejik bir vitrin olduğunu kaydeden İTHİB Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Öksüz, Türk tekstilinin tüm zorluklara rağmen 2025'in ilk sekiz ayında 7.6 milyar dolarlık ihracata imza attığını söyledi. Öksüz, “1 milyon kişiye istihdam sağlayan, 16.8 milyar dolar dış ticaret fazlası üreten tekstil ve hazır giyim sektörlerimize durmak yakışmaz. Bu küresel dar boğazda binlerce misafir fuarımıza geliyorsa, entegre üretim gücümüz sayesinde geliyor. Ancak zincirin kopmaması için döviz dönüşüm desteğinin yüzde 7.5'e çıkarılması, kredi kapamaları için ek süre verilmesi ve finansman kanallarının genişletilmesi acil bir ihtiyaç. Konkordato süreçlerinde ticari alacakların da korunması için yapısal reformlar hızla hayata geçirilmelidir. Bu üç acil ve öncelikli eylem planının, hayata geçmesinde desteğe ihtiyaç duyuyoruz” dedi.



Arabistan gibi pazarlardan İstanbul'a geldi. Bu buluşmalar, yeni siparişler ve güçlü işbirlikleriyle sonuçlandı.

İnovasyon, trendler ve döngüsellik

- Innovation Hub: Arzu Kaprol ve Filiz Tunca küratörlüğünde ileri malzeme teknolojileri, akıllı kumaşlar ve dijital çözümler öne çıktı.
- Trends Lab: İstanbul Moda Akademisi (IMA) imzasıyla dört ana tema (Mindscape, Beatroots, Soulutions, Royal Hippie) üzerinden örme ve dokuma kumaşlarda yenilikçi trendler sunuldu.
- ReValue Stock Hub: Artan stok kumaşların yeniden değerlendirilmesine odaklanarak sürdürülebilir üretimde döngüsellliği destekledi.

Seminer programı

Fuar boyunca düzenlenen seminerlerde, WGSN'in (World Global Style Network) AW26 trend sunumu, biyomateryaller, yapay zekâ, dijitalleşme ve sürdürülebilirlik gibi geniş bir yelpazeye yayınlan başlıklar ele

Seminerlerde, WGSN'in AW26 trend sunumu, biyomateryaller, yapay zekâ, dijitalleşme ve sürdürülebilirlik gibi başlıklar ele alındı.

alındı. İlk kez gerçekleştirilen Zoom on Fashion Trends oturumu, moda pazarındaki güncel gelişmelere ışık tuttu. Blue Black Denim seminer serisi ise denim kültürü, ABD pazarındaki dinamikler, yıkama teknolojileri ve sürdürülebilirlik üzerine ilham verici içerikler sundu.

Texhibition İstanbul Hatıra Ormanı

Texhibition İstanbul'un sürdürülebilirlik vizyonunun bir parçası olarak başlatılan Hatıra Ormanı, ziyaretçi ve katılımcılar adına dikilen fidanlarla İstanbul Şile'de büyümeye devam ediyor. Bu girişim sayesinde fuarın etkisi yalnızca fuar dönemiyle sınırlı kalmıyor, doğaya da kalıcı bir katkıya dönüşüyor.

“Türkiye fark yaratıyor”

Fatih Bilici

İTHİB Başkan Yardımcısı ve Fuar Komitesi Başkanı

“Texhibition İstanbul, her yıl artan uluslararası ilgisiyle küresel takvimdeki yerini güçlendirdi. Türk tekstil sektörünün üretim gücünü, sürdürülebilirlik vizyonunu ve yenilikçi yaklaşımını dünya sahnesine taşıyor. Türkiye, yüksek kaliteli dokuma ve örme kumaşlarıyla küresel pazarlarda fark yaratıyor. Texhibition İstanbul da bu başarının en güçlü yansımalarından biri oldu.”

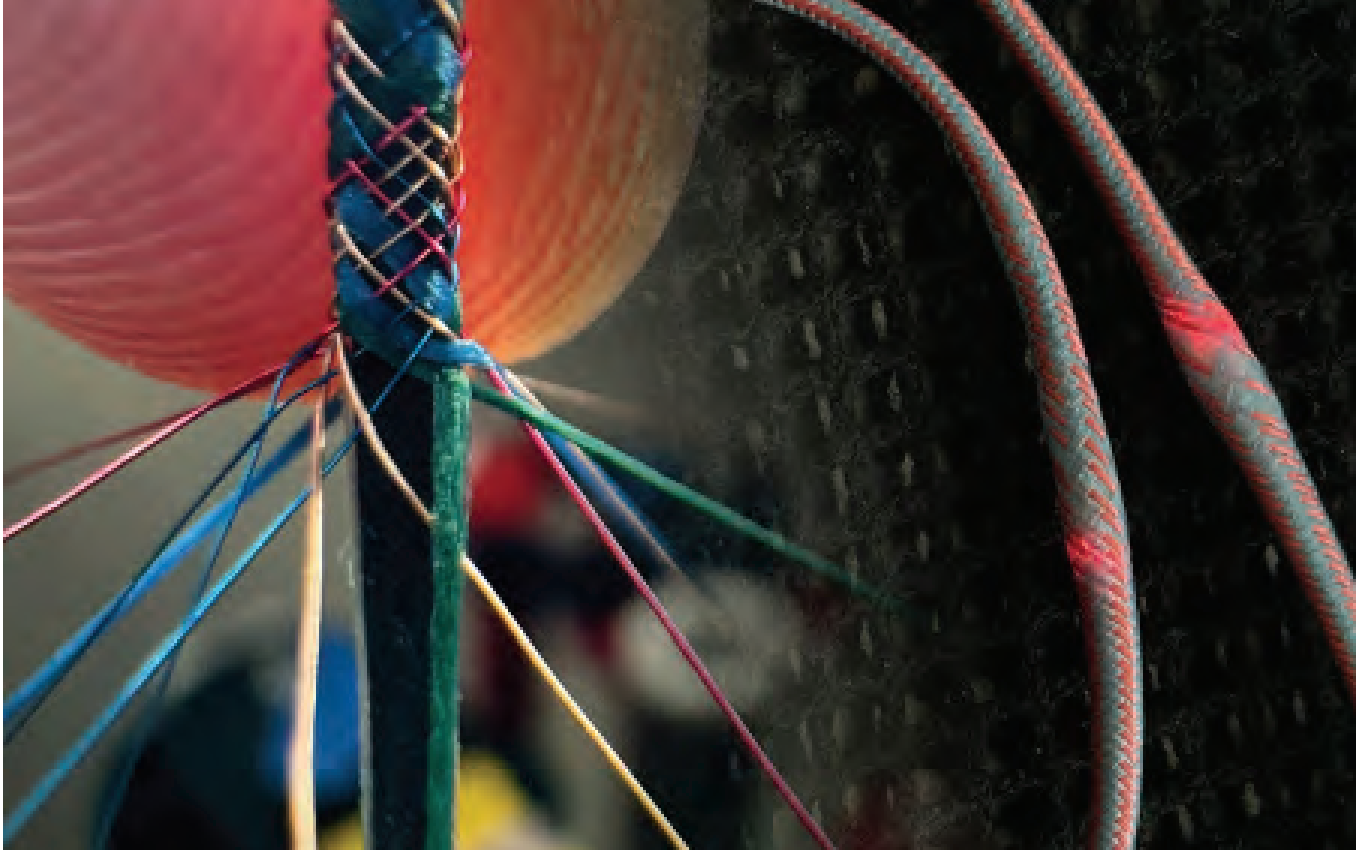


9'uncu edisyon

Bir sonraki fuar tarihi:

04-06 Mart 2026

Yer: İstanbul Fuar Merkezi



Bilgisayar tek bir life sığabilir mi?

MIT araştırmacılarının tanıttığı yeni buluş, bir kumaş parçasının yalnızca veri toplayan değil, bu veriyi kendi içinde işleyebilen bir yapıya dönüşebildiğini gösteriyor. ‘Tek lifli bilgisayar’ olarak tanımlanan bu yeni yapı, hem bilgi işleme hem de veri iletişimi yapabiliyor. Sağlıktan uzaya, sayısız alanda kullanılabilecek teknoloji, ‘tekstil’i yeniden tanımlayabilecek nitelikte.

GÜRAY KILINÇ / TTSİS ARAŞTIRMA UZMANI

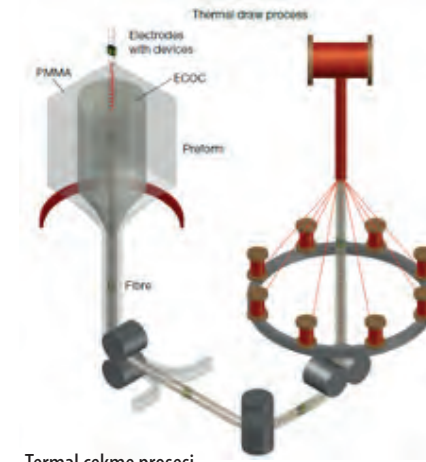
Akıllı tekstiller, son 10 yılda en çok konuşulan teknolojik dönüşüm alanlarından biri haline geldi. Giyilebilir cihazlardan sensör entegreli kumaşlara kadar uzanan bu alan, moda, sağlık ve savunma sektörlerini doğrudan etkiliyor. Ancak bugüne kadar ‘akıllı kumaş’ denildiğinde genellikle üzerine sensör veya devre eklenmiş tekstil yüzeylerinden söz ediliyordu.

2025 itibarıyla, Massachusetts Institute of Technology (MIT) araştırmacılarının tanıttığı yeni bir buluş, bu anlayışı kökten değiştirebilir. ‘Tek lifli bilgisayar’ olarak tanımlanan bu yapı, hem bilgi işleme hem de veri iletişimi yapabiliyor. Bu gelişme, yalnızca mühendislik başarısı açısından değil, aynı zamanda tekstilin tanımını yeniden şekillendirmesi bakımından

da önemli bir dönüm noktası olabilir. Artık bir kumaş parçası yalnızca veri toplayan değil, bu veriyi kendi içinde işleyebilen bir yapıya dönüşebiliyor.

Elektronik entegrasyon ve yapısal tasarım

Yeni nesil lif, temel olarak birçok katmanlı fiber preformdan üretiliyor. Bu preformda, 32-bit mikrodenetleyici, dört tip sensör



Termal çekme prosesi

(fotodetektör, sıcaklık sensörü, ivmeölçer ve Fotopletismogram ‘PPG’), bir bellek birimi, enerji yönetimi devresi ve kablosuz iletişim modülü bulunuyor. Üretim süreci, termal çekim (thermal draw) adı verilen yöntemle gerçekleşiyor.

Termal çekim yöntemi

Mikro bilgisayarlı liflerin üretiminde kullanılan termal çekim yöntemi, fiber optik endüstrisinde geliştirilen yüksek hassasiyetli bir üretim tekniğinin uyarlanmış hâlidir. Süreç, santimetre ölçekli bir çapa ve onlarca santimetre uzunluğa sahip bir preformun hazırlanmasıyla başlar. Bu preform, üretilen lifin makro ölçekte modellenmiş hâlidir ve içinde mikroçipler, sensör modülleri, iletken kanallar ile koruyucu polimer tabakalar önceden tanımlanmış bir geometriyle konumlandırılır. Her bileşenin yerleşimi, nihai lifin mikro yapısında korunacak biçimde tasarlanır. Böylece preform, yalnızca bir kalıp değil, lifin işlevsel mimarisini taşıyan çok katmanlı bir yapı görevi görür.

Preform, belirli bir sıcaklıkta (genellikle 200 ila 300°C) kontrollü biçimde ısıtılır. Bu sıcaklık, kullanılan polimerlerin camsı geçiş sıcaklığının (Tg) hemen üzerindedir. Isıtma

sonucunda yapı yumuşar, ancak iç bileşenlerin konumları sabit kalır. Ardından preform, üst kısmından yavaşça aşağı doğru çekilerek inceltir. Çekim oranı genellikle 50:1 ile 100:1 arasında değişir ve bu sayede 5 santimetre çapındaki preform mikron mertebesinde bir lif boyutuna ulaşır.

Bu işlem sırasında ölçekleme yasası korunarak, preformun geometrik düzeni mikroskopik ölçekte de aynı kalır. Başka bir deyişle, içindeki sensör ve iletkenlerin birbirine göre konumu, kalınlığı ve açısı değişmez, yalnızca boyut küçülür. Bu özellik, termal çekimi diğer üretim yöntemlerinden ayıran en büyük avantajlarından biridir. Çünkü karmaşık elektronik sistemlerin, çok küçük ölçekte bile bütünlüğünü koruyarak lif içine entegre edilmesini sağlar.

Çekim süreci boyunca sıcaklık ve çekim hızı milisaniye hassasiyetinde kontrol edilir. Fazla sıcaklık, polimerin akışkanlığını artırarak iç bileşenlerin kaymasına yol açabilir; düşük sıcaklık ise kırılganlık yaratır. Bu nedenle üretim hattında lazer tabanlı çap sensörleri, her an lifin kalınlığını ölçer ve geri bildirim sistemiyle çekim hızını ayarlar.

Termal çekim işleminin bir diğer zorluğu malzeme uyumluluğudur. Elektronik bileşenler genellikle silikon, bakır veya alüminyum gibi yüksek ergime sıcaklıklı malzemelerden üretilir; polimerler ise çok daha düşük sıcaklıklarda yumuşar. Bu farkı dengelemek için araştırma ekibi, ara yüzlerde özel kaplama tabakaları ve elastomer bazlı ara katmanlar kullanmıştır. Böylece ısıl genleşme farklarından kaynaklanabilecek çatlama veya kopmalar engellenmiştir.

Son aşamada, çekilen lif bobinlere

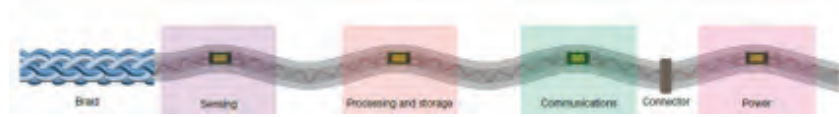
Mikro bilgisayarlı liflerin üretiminde kullanılan termal çekim yöntemi, fiber optik endüstrisinde geliştirilen yüksek hassasiyetli bir üretim tekniğinin uyarlanmış hâlidir.

sanılır ve yüzeyine ince bir elastomerik dış kaplama uygulanır. Bu kaplama, lifin esnekliğini artırır ve çevresel etkilerden (nem, deterjan, mekanik aşınma) korur. Böylece malzeme hem elektronik hem de tekstil özelliklerini koruyarak esnek, yıkanabilir ve iletken bir formda bütünüleşir.

Termal çekim yöntemi, bugüne kadar fiber optikte kullanılan ölçekleme prensiplerini akıllı tekstil alanına taşımış ve bu sayede mikroçipleri, enerji yollarını ve sensörleri tek bir iplik formuna dönüştürmeyi mümkün kılmıştır.

Preformun içinde yer alan mikrodenetleyici, sensör modülleri, batarya hücreleri ve esnek bağlantı yolları çekim sonrasında da kendi konumlarını koruyabiliyor. Dört adet helezon biçiminde sarılmış bakır mikro tel, aynı anda hem enerji hem de veri iletimini sağlıyor. Bu yapı, mekanik gerilim altında dahi kopmadan işlevini sürdürebiliyor. Elastomer kaplama sayesinde lif yüzde 60 oranında uzayabiliyor ve tipik bir çamaşır yıkama döngüsüne dayanıklılık kazanıyor.

Termal çekim sürecinin başansında en kritik unsur, farklı malzemelerin bir arada çalışabilmesini sağlayan uyumun yakalanmasıydı. Elektronik devrelerde kullanılan silikon ve metal tabanlı bileşenler doğaları gereği sert ve kırılgandır. Bu durum,



Lif bilgisayarının şematik diyagramı

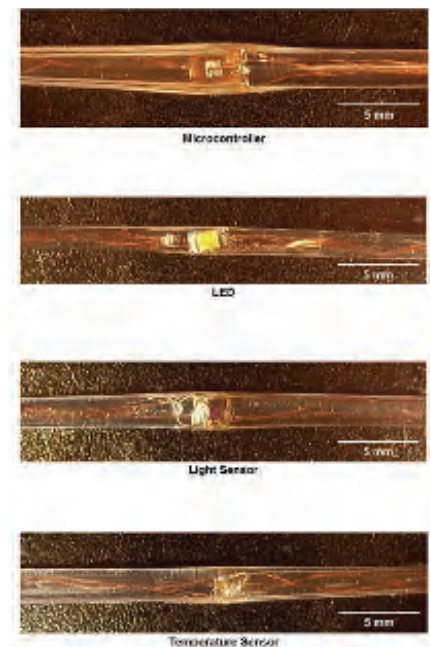
yüksek esneklik ve mukavemet gerektiren tekstil yapılarıyla doğal bir gerilim yaratır. Araştırmacılar, bu zıt özellikleri dengelemek amacıyla malzeme bilimi ve mühendislik disiplinlerini bir araya getirerek yeni bir hibrit yapı geliştirdi. Ortaya çıkan polimer–metal kompozit sistem, hem esneklik hem de mekanik dayanım açısından dengeli bir performans sergiledi. Dış katmanda yer alan polikarbonat–polietilen bileşimi, lifin mekanik bütünlüğünü korurken aynı zamanda ısıl kararlılık sağlayarak iç devrelerin deformasyona uğramasını engelledi. Bu çok katmanlı tasarım sayesinde lif, hem gerilme altında hem de ısıl işlem sürecinde yapısal ve elektronik bütünlüğünü koruyabildi.

Lifin çekirdeğindeki mikro bilgisayar

Lifin çekirdeğinde yer alan sistem, klasik bir mikrodenetleyici mimarisi üzerine kuruludur. 32-bit işlem gücüne sahip bu yapı, lifin içerisine gömülü sensörlerden gelen verileri toplayıp işleyebilmektedir. Sensörler, çevresel koşulların ve insan vücuduna ilişkin biyometrik parametrelerin ölçülmesini sağlar. Lifin optik bileşenleri hem çevredeki ışık yoğunluğunu hem de cilt üzerinden yansıyan sinyalleri analiz ederek optik nabız verilerini çıkarabilir. Aynı yapının sıcaklık ölçüm modülü hem çevresel hem de vücut ısısındaki küçük değişimleri algılayarak dinamik bir ısı profili oluşturur. Lifin içindeki ivmeölçer, hareket, yön ve titreşim gibi fiziksel değişimleri tespit eder ve bu veriler

kullanıcının aktivite düzeyi ile duruş biçimi hakkında bilgi üretmek için kullanılır. Tüm bu bileşenlerden gelen sinyaller, mikro denetleyiciye bağlı tek bir veri yolundan geçer ve sistem bu sinyalleri gerçek zamanlı olarak işler.

Bu mikro ölçekli bilgisayar, yalnızca verileri toplamakla kalmaz, aynı zamanda temel analizleri de lifin içinde gerçekleştirir. Enerji verimliliğini koruyabilmek için sensörler belirli aralıklarla uykudan uyanır, veri toplar ve ardından yeniden düşük güç moduna geçer. Böylece sistem, sürekli çalışmasına rağmen enerji tüketimini minimum seviyede tutar. Bu yaklaşım, giyilebilir teknolojide uzun süredir karşılaşılan en büyük zorluklardan sayılan güç yönetimi sorununa önemli bir çözüm sunar. Bu sensörler, düşük güç tüketimiyle çalışır ve ortak bir veri yoluna (I²C protokolü)



Liflerin mikroskop görüntüleri

bağlıdır. Mikrodenetleyici, bu verileri belirli örnekleme frekanslarında toplar (örneğin PPG için 100 Hz, ivmeölçer için 50 Hz).

Enerji yönetimi sistemi, lifin içinde yer alan mikro bataryadan beslenir. Laboratuvar prototiplerinde 15 mAh civarında kapasite sunan bu sistem, beş-altı saatlik aktif çalışma süresi sağlıyor. Araştırmacılar, uzun vadede lifin vücut ısısı ve hareket enerjisinden yararlanarak kendi enerjisini üretmesini hedefliyor.

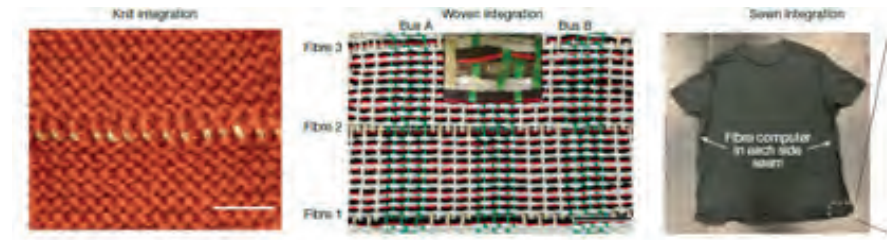
Veri iletimi için iki farklı kanal kullanılıyor: Kısa mesafe Bluetooth modülü ve deneysel olarak geliştirilen optik iletişim hattı. Lifin bir ucundaki LED ve fotodetektör, diğer liflerle optik sinyalle haberleşebiliyor. Bu, giysi içinde çoklu liflerin birlikte bir 'ağ sistemi' olarak çalışmasını mümkün kılıyor.

Lifin çekirdeğindeki 32-bit işlem gücüne sahip yapı, lifin içerisine gömülü sensörlerden gelen verileri toplayıp işleyebiliyor.

Veri işleme ve yazılım mimarisi

Bu sistem, yalnızca donanım başansına değil, aynı zamanda yazılım optimizasyonuna da dayanıyor. Lif üzerindeki mikrodenetleyici, düşük güçte çalışan bir gerçek zamanlı işletim sistemi (RTOS) kullanıyor. Bu yapı, sensör verilerini sırayla topluyor, filtreliyor ve küçük pencereler hâlinde analiz ediyor.

İlk aşamada sensörlerden gelen sinyaller dijital filtreleme sürecinden geçirilir. Bu işlem sırasında gürültü azaltma, ofset düzeltme ve normalizasyon adımları uygulanır. Ardından her veri akışı için özellik çıkarımı (feature extraction) yapılır. İvmeölçer verisinden hareket enerjisi hesaplanır, PPG verisinden nabız periyodu belirlenir ve sıcaklık



Kumaş entegrasyon tabakası

sensöründen ortalama değer türetilir.

Bu veriler, önceden eğitilmiş bir makine öğrenmesi modeline gönderiliyor. Model, basit bir karar ağacı veya küçük bir sinir ağı formunda. Örneğin sistem, bir kişinin 'yürüdüğünü', 'oturduğunu' veya 'koştüğünü' sınıflandırabiliyor.

MIT'nin testlerine göre tek bir lif, yüzde 67 doğrulukla kullanıcı hareketlerini sınıflandırabiliyor. Dört lif aynı anda veri alışverişi yaptığında, sistemin doğruluk oranı yüzde 95'e kadar yükseliyor. Bu sonuç, dağıtık çıkarım (distributed inference) mimarisinin etkinliğini ortaya koyuyor.

Her lif, sınırlı bir veri kümesi üzerinde kendi analizini gerçekleştiriyor ve elde edilen bulgular diğer liflerle paylaşılabilir. Böylece, tek başına sınırlı kapasiteye sahip bileşenler bir araya geldiğinde daha bütüncül ve güvenilir sonuçlar üretilebiliyor.

Veri aktarımı sırasında hata düzeltme kodları (örneğin CRC) kullanılıyor ve enerji tasarrufu için adaptif örnekleme uygulanıyor. Eğer kullanıcı hareketsizse sensör frekansı düşürülüyor, böylece batarya ömrü uzuyor.

Performans ve dayanıklılık analizi

Araştırmacılar, liflerin yalnızca laboratuvar koşullarında değil, dış ortamda da dayanıklılığını sınadı. -40 °C ile 60 °C arasındaki sıcaklık

aralığında yapılan testlerde lif yapısal bütünlüğünü korudu. %60'a varan mekanik uzamalarda bile sensör bağlantıları işlevini sürdürdü. Ayrıca lif, 10 yıkama döngüsünün ardından dahi veri iletiminde herhangi bir bozulma göstermedi.

Bu sonuçlar, akıllı tekstillerde uzun süredir karşılaşılan en temel soruna, yani yıkanabilirlik eksikliğine, önemli bir çözüm sunuyor. Geleneksel akıllı kumaşlarda, entegre devreler su ve deterjan etkisiyle kısa sürede hasar görürken bu yeni lif yapısı, tamamen kapalı bir polimer kılıfla korunuyor. Bu kılıf, nemin iç katmanlara ulaşmasını engelliyor ve metal

Bu teknolojinin potansiyel uygulamaları hayli geniş. Sağlık teknolojilerinde, lif tabanlı kumaşlar hastaların nabız, solunum, vücut ısısı ve hareket gibi verilerini sürekli ölçebilir.

bileşenlerin oksitlenmesine karşı yüksek direnç sağlıyor. Böylece lif, hem tekstil standartlarına uygun yıkanabilirliğini hem de elektronik bütünlüğünü koruyabiliyor.

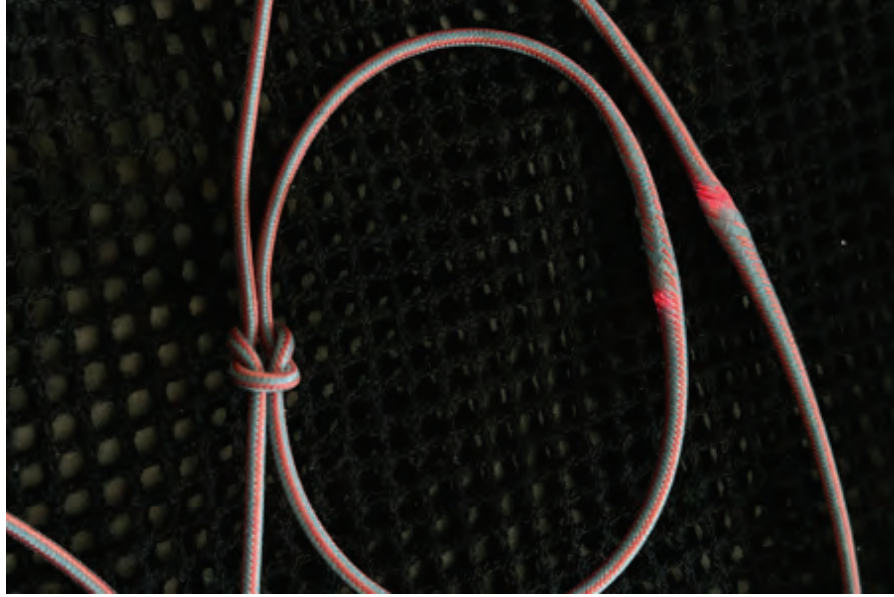
Geniş kullanım alanı

Bu teknolojinin potansiyel uygulamaları hayli geniş. Sağlık teknolojilerinde, lif tabanlı kumaşlar hastaların nabız, solunum, vücut ısısı ve hareket gibi verilerini sürekli ölçebilir. Bu sayede kalp ritmi bozuklukları veya solunum düzensizlikleri erken tespit edilebilir. Yaşlı bireyler için geliştirilen giysiler, düşme algıladığında acil bildirim gönderebilir.

Spor ve performans takibi alanında, kas aktivitesi, duruş analizi ve yorgunluk seviyesi ölçülerek antrenman verimliliği artırılabilir. Gerçek zamanlı veriler, antrenörlerin kişiye özel programlar oluşturmasını sağlar.

Savunma ve endüstri tarafında, riskli ortamlarda çalışan personelin sıcaklık, nabız ve çevre koşulları uzaktan izlenebilir. Bu, zehirli gaz sızıntıları veya aşırı ısı yüklenmesi gibi durumlarda erken uyarı sistemleriyle birleşebilir.

Afet yönetimi uygulamalarında, enkaz altında kalan kişilerin konum ve sağlık durumu bu lifler aracılığıyla tespit edilebilir. Optik iletişim sistemi, telsiz sinyallerinin ulaşmadığı ortamlarda alternatif bir



Mikro bilgisayarlı lifler, akıllı tekstillerde yalnızca bir malzeme yeniliğini değil, insan-makine etkileşiminin doğasında köklü bir dönüşümü temsil ediyor olabilir.

faktördür. Her bir lifin mikron ölçeğinde yüksek hassasiyetli bir üretim süreci gerektirmesi, imalatı karmaşık ve maliyetli hâle getiriyor. Seri üretime uygun, ölçeklenebilir bir üretim yöntemi ise henüz geliştirilmemiş durumda. Bu nedenle MIT araştırmacıları teknolojiyi hâlen laboratuvar düzeyinde bir prototip olarak değerlendiriyor. Uzun vadede hedef, giyim endüstrisine entegre edilebilecek verimli, otomasyona dayalı ve tekrarlanabilir üretim hatları oluşturmak.

Akıllı tekstillerde yeni bir paradigma

Mikro bilgisayarlı lifler, akıllı tekstillerde yalnızca bir malzeme yeniliğini değil, insan-makine etkileşiminin doğasında köklü bir dönüşümü temsil ediyor olabilir. Bu teknoloji; malzeme bilimi, elektronik mühendisliği ve yapay zekâyı ilk kez aynı lifin içinde buluşturarak, giyilebilir sistemlerin sınırlarını yeniden tanımlıyor. Bugün laboratuvar ortamında şekillenen bu çalışmalar, yakın gelecekte dokunabilir, giyilebilir ve hissedilebilir bilgisayarların öncüsü olabilir. Akıllı tekstiller artık yalnızca konforu veya estetiği değil, bilginin, enerjinin ve insan deneyiminin tek bir yapıda bütünleştiği yeni bir ekosistemi işaret ediyor.

haberleşme yöntemi sunabilir.

Moda ve sanat dünyası ise bu teknolojiyi işlevsel estetik için kullanabilir. Renk değiştiren, ses veya ışığa tepki veren kumaşlar, tasarımın yeni bir anlatım dili haline gelebilir.

Son olarak, uzay teknolojilerinde, astronotların hayati parametreleri bu tür lifler aracılığıyla giysilerden izlenebilir. Böylece giysi, yalnızca koruyucu değil, aynı zamanda sensör-ağ destekli bir yaşam desteği ünitesine dönüşür.

Enerji yönetimi ve teknolojik sürdürülebilirlik

Akıllı lif teknolojisinin önündeki en büyük teknik engel, enerji yönetimidir. Günümüzde kullanılan mikro bataryalar düşük kapasiteye sahip olduğu için uzun süreli kullanıma imkân tanımıyor. Bu durum araştırmacıları, enerji hasadı (energy harvesting) olarak bilinen alternatif güç üretim yöntemlerine yönlüyor. Piezoelektrik malzemeler hareket enerjisini elektrik enerjisine dönüştürürken, termoelektrik bileşenler vücut ısısı farklarından yararlanarak düşük seviyeli bir

enerji üretimi sağlayabiliyor. Bu yaklaşımlar, gelecekte dış enerji ihtiyacını azaltma ve sistemin kendi kendine yetebilme kapasitesini artırma potansiyeli taşıyor.

Teknolojinin bir diğer önemli yönü, veri güvenliği ve gizliliği konusudur. Lif yapısı, kullanıcıya ait biyometrik verileri (örneğin nabız, hareket paternleri ve vücut ısısı) sürekli olarak toplar. Bu verilerin hangi sistemler tarafından işlendiği ve hangi amaçlarla kullanıldığı çoğu durumda tanımlanmıştır, ancak aktarım ve depolama aşamalarında veri sızıntısı veya yetkisiz erişim riski devam etmektedir.

Bu durum, akıllı tekstil sistemlerinin sadece mühendislik açısından değil, aynı zamanda siber güvenlik ve kullanıcı mahremiyeti bakımından da dikkatle ele alınması gerektiğini göstermektedir. Gelecekte bu teknolojilerin yaygın biçimde kullanılabilmesi için veri şifreleme, erişim kontrolü ve kullanıcı onayı gibi güvenlik mekanizmalarının standart hale getirilmesi kritik önem taşımaktadır.

Üretim maliyetleri, teknolojinin ticarileşmesini sınırlayan bir başka

Yeniden İstanbul Bienali

Dünyanın öne çıkan bienalleri arasında gösterilen İstanbul Bienali bu yıl Christine Tohmé küratörlüğünde gerçekleşiyor ve tarihinde ilk kez üç seneye yayılan bir program sunuyor. ‘Üç Ayaklı Kedi’ başlığı altında düzenlenen bienalin 20 Eylül–23 Kasım tarihleri arasında gerçekleşen ilk ayağı, sekiz farklı mekânda 50’ye yakın sanatçının yapıtlarını bir araya getiriyor.



Elhamra Han



Galata Rum Okulu

Sanatseverlerle buluşmasına geçen yıl ara veren İstanbul Bienali bu kez üç yıla yayılan bir programla, arayı kapatıyor. 2025’te sergiyle başlayan yolculuk, 2026’da kamusal programların ağırlık kazanacağı ve İstanbul Bienali Akademisi’nin kurulması için yapılacak çalışmalarla devam edecek. 2027’de ise hem bu iki yılın birikimini yansıtan hem de yeni araştırmalarla beslenen bir sergiyle bienal tamamlanacak.

İlk ayağın temaları

2007–2036 Bienal Sponsoru Koç

Beyoğlu-Karaköy hattında şekillenen bienal rotasındaki mekânlardan ilki Galata Rum Okulu. Diğer bir durak, Karaköy’de yeniden gün yüzüne çıkan bir yapı olarak izleyicilere kapılarını ilk kez açan Zihni Han.

Holding’in desteğiyle gerçekleşen bienalin 23 Kasım’a kadar ücretsiz olarak ziyaret edilebilen ilk ayağı, ‘kendini koruma’ ve ‘gelecek olasılıkları’ temaları etrafında kurgulanıyor. Sekiz farklı mekânda 30’u aşkın ülkeden 50’ye yakın

sanatçının eserlerini bir araya getiren bienal sergisine zengin bir kamusal program da eşlik ediyor.

Hangi mekânlar?

Beyoğlu-Karaköy hattında şekillenen bienal rotasındaki mekânlardan ilki Galata Rum Okulu. Diğer bir durak, Karaköy’de yeniden gün yüzüne çıkan bir yapı olarak izleyicilere kapılarını ilk kez açan Zihni Han. Bir zamanlar ticaret ve zanaatın kalbinde bulunan han, bienal mekânları arasında yer almak üzere yenilenerek tekrar kamusal bir varlık kazanıyor. Zihni Han’ın Fındıklı yönünde, Meclis-i Mebusan Caddesi’nde 35 numarada yer alan binanın zemin katı da bu yıl yeniden bir sanat alanı olarak işlev kazanıyor. Zihni Han’a çok yakın Muradiye Han ise Karaköy’ün tarihi dokusu içinde yer alan, 20’nci yüzyıl başlarına ait önemli bir diğer mimari yapı. Muradiye Han’ın tam karşısında bulunan, bugünkü adıyla Galeri 77 de bienal rotasının duraklarından. Aynı civarda bulunan; eskiden şekerleme ve dondurma külahı üretimi yapılan Külah Fabrikası da sanat mekânlarından biri olarak izleyicilere kapılarını açıyor.

Bienalde bir yerleştirmeye ev sahipliği yapan Eski Fransız Yetimhanesi Bahçesi, Boğazkesen Caddesi üzerinden yürüyecek izleyicilerin soluklanacağı bir durak. Bienalin Beyoğlu’ndaki durağı ise İstiklal Caddesi üzerinde Osmanlı ve Avrupa mimari unsurlarını harmanlayan eklektik cephesiyle simge bir yapı olan Elhamra Han. Bienale ilk kez ev sahipliği yapan Elhamra Han, 1827’de İstanbul’un ilk tiyatro salonlarından biri olarak inşa edilmiş.

Bienal programıyla ve rehberli turlarla ilgili bilgi için <https://bienal.iksv.org/tr> sayfasını ziyaret edebilirsiniz.



Fındıkkıran

Bolşoy Tiyatrosu solistlerinden Gediminas Taranda'nın 1994'te kurduğu The Imperial Russian Ballet Company, Çaykovski'nin büyü müzikleri ve Petipa'nın klasik koreografisiyle yeniden hayat bulan Fındıkkıran'ı İstanbul'a getiriyor. Bu unutulmaz bale, 50 kişilik etkileyici dansçı kadrosu, göz kamaştıran dekorları ve kostümleriyle seyirciyi oyuncuların canlandığı büyü bir dünyaya davet ediyor. Her yaştan izleyicinin kalbinde yer eden Fındıkkıran, bu kez İstanbul sahnesinde, ışığın, müziğin ve dansın masalsı uyumuyla yılın en büyüleyici gecelerinden birine dönüşüyor. 13 ve 14 Aralık, İstanbul Kongre Merkezi, 16:00 ve 20:30 biletix.com

Kadife Bakış

Nilbar Güreş'in ilk büyük kurumsal kişisel sergisi Kadife Bakış, Arter'de devam ediyor. Küratörlüğünü Emre Baykal'ın yaptığı sergi, 1977 doğumlu sanatçı Güreş'in 25 yıllık çalışmalarına ışık tutuyor. Sergi, mitolojik göndermelerle gündelik hayatın bir araya geldiği katmanlı bir dünyayı izleyiciyle buluşturuyor. Ziyaretçilerini toplumsal roller üzerine düşünmeye yönelten Kadife Bakış, 12 Nisan 2026'ya kadar görülebilir. Arter, Pazartesi hariç 11:00-19:00 arter.org.tr



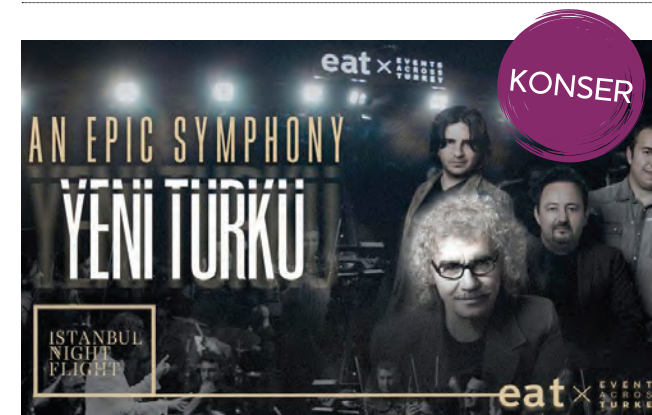
Van Gogh: Işığın İzinde

Henüz 37 yaşındayken intihar ederek yaşamına son veren Hollandalı ressam Vincent van Gogh'un 19'uncu yüzyıldan günümüze taşınan eserlerini, dijital bir sanat deneyimi eşliğinde izlemeye ne dersiniz? İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kültür AŞ tarafından Sötlüce'deki Dijital Deneyim Merkezi'nde hayata geçirilen bu özel sergi, sanatçının dünyasını klasik sergileme biçimlerinin ötesine taşıyor. Sergide yapay zekâdan sanal gerçekliğe, artırılmış gerçeklikten interaktif projeksiyonlara kadar pek çok teknolojik unsur kullanılmış. Ziyaretçiler, sergi kapsamında oluşturulan farklı sahnelerle, van Gogh'un bilinçaltından gençlik yıllarına, yaratıcı süreçlerinden Saint-Rémy'deki hastane odasının penceresinden açılan sonsuz manzaralara uzanıp, sanatçının dünyasına dahil oluyor. Sergide ayrıca Özde Karadağ, Fuat Genç, Ufuk Barış Mutlu, Design in Situ, Lucid Realities, Nohlab'e ait 10 dijital eser de yer alıyor. Kapılar 31 Aralık'a kadar açık.



Birlikte/ Together

Sakıp Sabancı Müzesi, Suzanne Lacy'nin Birlikte/Togæther adlı sergisini İstanbul ile buluşturuyor. Lacy, 50 yılı aşkın süredir kadınların toplumsal deneyimlerini merkeze alan geniş katımlı performanslarıyla uluslararası sanat dünyasında önemli bir yere sahip. Sergi, sanatçının video enstalasyonları ve kolektif üretimlerini Türkiye'de ilk kez kapsamlı biçimde bir araya getiriyor. Lacy'nin çalışmaları; özellikle kadınların kimlik, özgürlük, şiddet, istihdam ve yaş alma gibi deneyimlerini görünür kılarken; sanatçılar, akademisyenler, yerel yönetimler ve aktivistleri bir araya getirerek toplumsal cinsiyet sistemlerine dair güçlü bir tartışma zemini oluşturuyor. Sergi, 14 Aralık'a kadar görülebilir.



An Epic Symphony & Yeni Türkü

Klasik müziği, çağdaş Türk müziği ile birleştiren An Epic Symphony konser dizisinin son konuğu Yeni Türkü. Grubun yıllar boyu dillere dolanan şarkılarını, klasik müzik öğeleri eşliğinde dinlemek çok özel bir deneyim olacak hiç kuşkusuz. 29 Kasım, CSO Ada Ankara, 21.00 biletinial.com.tr

Palamut Zamanı

Çağan Irmak filmlerini seviyorsanız, size yönetmenin tiyatroya da adım attığının müjdesini verelim. Irmak'ın yazıp yönettiği Palamut Zamanı adlı oyun, 6 Kasım itibarıyla Zorlu PSM Platinum sahnesinde 'perde' diyor. Başrollerde deneyimli oyuncu Ayda Aksel ile Alina Boz var. Oyun iki kadının kesişen hayatlarını anlatırken, sosyal medyanın linç kültüründen yalnızlığa uzanan bir hikâye sunuyor. Bu, Alina Boz'un da rol aldığı ilk tiyatro oyunu. Komedi ile dramın iç içe geçtiği Palamut Zamanı sezon boyunca Zorlu PSM'de izlenebilir. passo.com.tr



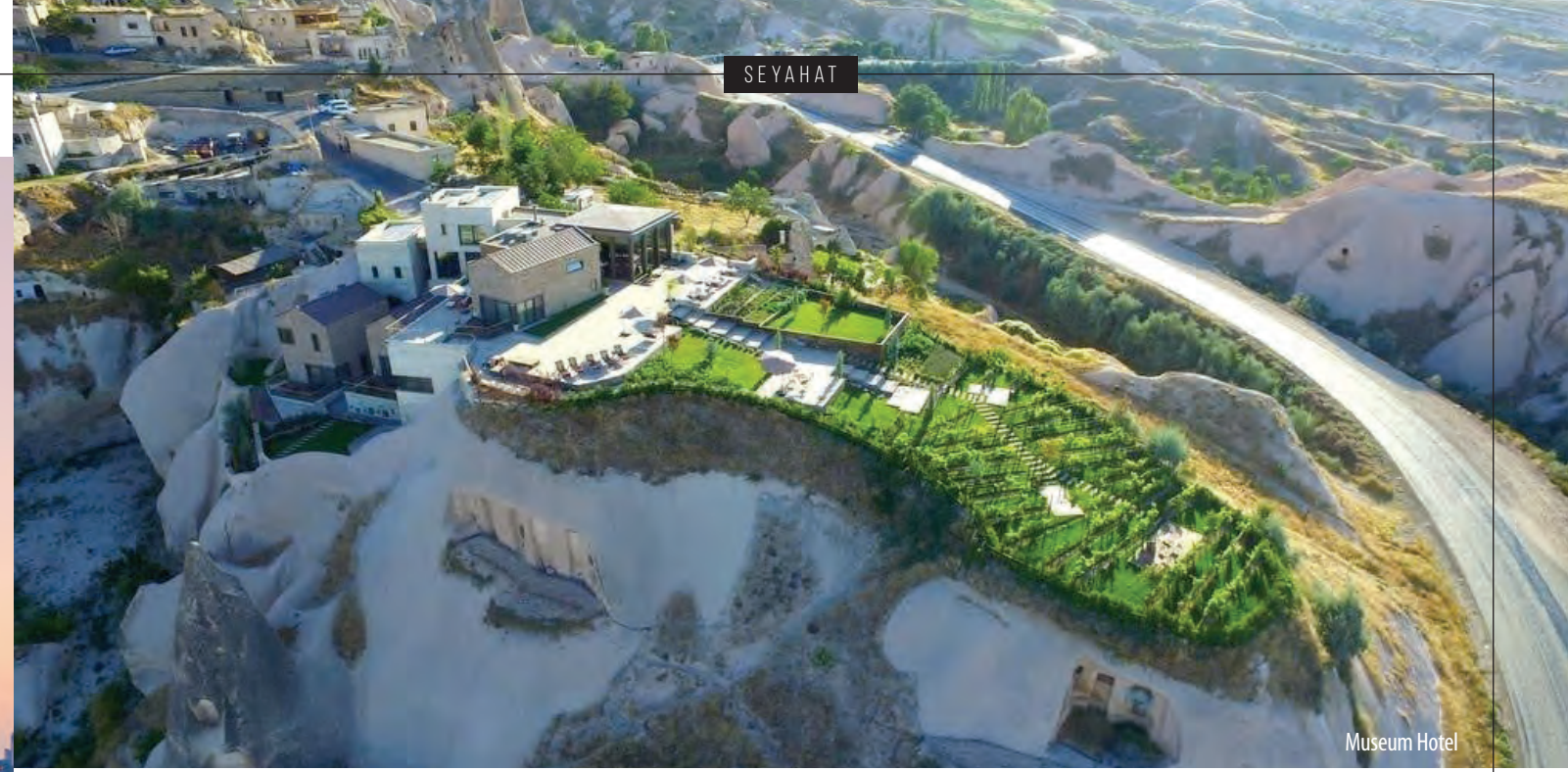
Eşyanın Tabiatı

Eşyanın Tabiatı, sıra dışı bir iş ilanı etrafında şekillenen gizemli bir hikâyeyi sahneye taşıyor. Yavuz (Mert Turak) tarafından verilen garip bir ilan, Yasemin'i (Aslıhan Malbora) hiç bilmediği bir dünyanın içine çekiyor. Başarılı performansı ile son dönemin gözde oyuncularından Mert Tutak ile tiyatro sahnesinde ilk kez seyirciyle buluşan Aslıhan Malbora'yı bir araya getiren Eşyanın Tabiatı'nın yazarlığı ve yönetmenliği Ferhat Ergün'e ait. Aysa Prodüksiyon imzalı yapım, Kasım ayı içinde İstanbul'un farklı sahnelerinde perde açıyor. Program ve biletler için: Biletix / biletinial / bubilet / passo





Four Seasons Sultanahmet



Museum Hotel

Michelin Key listesine Türkiye'den 26 otel girdi

Michelin Rehberi'nden bir ilk: Dünya genelinde en iyi oteller Paris'te, Michelin Anahtarları seçkisiyle açıklandı. Listede, Türkiye'den toplam 26 otel yer aldı.

Four Seasons Sultanahmet, Türkiye'den 3 Michelin Key alan tek otel olurken, The Peninsula İstanbul ile Kapadokya'nın önde gelen iki oteli Museum Hotel ve Argos in Cappadocia 2 Michelin Key ile seçkiye girdi.



The Peninsula İstanbul



Dünyanın en iyi restoranlarını seçen Michelin Rehberi, ilk Küresel Michelin Anahtar Seçkisi'ni Paris'te açıkladı. Geçtiğimiz yıl 15 önemli seyahat destinasyonunda başlatılan Michelin Anahtar derecelendirmesinin ardından, Michelin Rehberi müfettişleri dünya çapında 7 binden fazla oteli inceleyerek en olağanüstü deneyimleri sunanları belirledi.

Toplamda 2 bin 457 otel, Michelin Anahtarı ile ödüllendirildi. Bu oteller, dünya çapında konaklama sektörünün en iyilerini temsil

ediyor ve Michelin Rehberi'nin en yüksek kalite ve misafirperverlik standartlarını karşılıyor.

Seçki, Paris'teki Musée des Arts Décoratifs'te düzenlenen özel bir törenle ve çevrimiçi olarak duyuruldu.

✓ Michelin Yıldızları nasıl olağanüstü restoranları onurlandırıyorsa, Michelin Anahtarları da dünyanın en seçkin otellerini öne çıkarıyor.

✓ Gezinler artık Michelin Rehberi'nin dijital platformları üzerinden en iyi restoranların

Michelin Yıldızları nasıl olağanüstü restoranları onurlandırıyorsa, Michelin Anahtarları da dünyanın en seçkin otellerini öne çıkarıyor.

yanında seçkin otellere de ulaşabilir ve rezervasyon yapabilir.

✓ Michelin Rehberi'nin ilk küresel Anahtar seçkisinde, dünya genelinde 2 bin 457 otel Bir, İki veya Üç Michelin Anahtarı ile ödüllendirildi. Türkiye'de ise 22 otel 1, üç otel 2 ve bir otel ise 3 Michelin Anahtarı'na sahip oldu!

✓ Tüm bunların yanında dört yeni Özel Ödül, ikonik otelleri onurlandırıyor.

Michelin Rehberi Uluslararası Direktörü Gwendal Poullennec:

"125 yıl önce standartları yüksek gezginler için bir rehber olarak doğan Michelin Rehberi, şimdi konaklama dünyasında mükemmelliği yeniden tanımlıyor. Michelin Yıldızları nasıl olağanüstü restoranları kutluyorsa, Michelin Anahtarları da tasarım, hizmet ve konumun unutulmaz anlar yaratmak üzere bir araya geldiği otelleri onurlandırıyor. Michelin Anahtarları ile Rehber, olağanüstü otel deneyimleri için yeni, küresel ve bağımsız bir ölçüt oluşturuyor. Michelin Rehberi Müfettişleri, sahip oldukları benzersiz saha uzmanlığıyla dünyanın dört bir yanından en seçkin otelleri belirledi. İster ikonik tatil köyleri, ister tarihi şehir otelleri, isterse keşfedilmeyi bekleyen gizli hazineler olsun; Michelin Anahtarları, ilham veren ve keyif veren unutulmaz konaklamalar için güvenilir bir rehber sunuyor" dedi.



Michelin Rehberi Uluslararası Direktörü Gwendal Poullennec

Michelin Rehberi Otel Seçkisi ve Michelin Anahtarları

Michelin Rehberi müfettişleri tarafından beş evrensel kriter üzerinden değerlendirilen Anahtarlar, sadece olanaklara değil, otelin genel misafirperverlik deneyimine odaklanarak konaklama mükemmelliği için ilk bağımsız küresel ölçütü oluşturuyor, kriterler şöyle sıralanıyor.

Bir Michelin Anahtarı: Çok özel bir konaklama

Karakteri ve kişiliğiyle öne çıkan gerçek bir mücevher. Alışılmışın dışında olabilir, farklı bir şey sunabilir ya da türünün en iyilerinden biri olabilir. Sunulan hizmet, benzer fiyatlı tesislerin çok ötesine geçer

İki Michelin Anahtarı: Olağanüstü bir konaklama

Her yönüyle benzersiz ve olağanüstü bir deneyim sunar. Karakteri, cazibesi ve özenli işletmesiyle dikkat çeker. Çarpıcı tasarımı ya da mimarisi ve bulunduğu yerin ruhunu yansıtmayla unutulmaz bir konaklama sağlar.



Allium Bodrum



D Maris



Ecole St. Pierre Hotel

Michelin Rehberi müfettişleri tarafından beş evrensel kriter üzerinden değerlendirilen Anahtarlar, konaklama mükemmelliği için ilk bağımsız küresel ölçütü oluşturuyor.



Aliée



De L'Europe Amsterdam, Hollanda

Üç Michelin Anahtarı: Sıra dışı bir konaklama

Şaşırtıcı ve lüks bir deneyim sunar – konfor, hizmet kalitesi, stil ve zarafetin zirvesi. Dünyanın en dikkat çekici ve olağanüstü otellerinden biridir, hayat boyu unutulmayacak bir seyahat için ideal bir destinasyondur. Listede Fransa 203 otelle lider konumda, ardından İtalya (188) ve Almanya (130) geliyor. Öne çıkanlar arasında, Hollanda'daki De L'Europe Amsterdam yer alıyor. Üç Anahtarlı bu klasik Avrupa oteli, zamansız lüksü ve farklı stilleri bir araya getiriyor. Buna karşılık, Hırvatistan'daki Villa Nai 3.3, sadece sekiz odalı, yüzyıllık bir zeytinyağı değirmeni üzerine kurulu, mimar Nikola Bašić tarafından tasarlanmış, taş yapılarla tepeye entegre edilmiş özel bir tesis. Dağ tutkunları için Polonya'daki Zakopane'de yer alan EN Hotel, Tatra Milli Parkı'nın kalbinde İki Anahtarlı bir konaklama sunuyor.

Listede Fransa 203 otelle lider konumda, ardından İtalya (188) ve Almanya (130) geliyor.



Les Sources de Caudalie, Fransa



Villa Nai 3.3, Hırvatistan



EN Hotel, Polonya

Türkiye'den listeye giren oteller:

Türkiye'den toplam 26 otel listeye girdi. Four Seasons Sultanahmet, Türkiye'den 3 Michelin Key alan tek otel olurken, The Peninsula İstanbul ile Kapadokya'nın önde gelen iki oteli Museum Hotel ve Argos in Cappadocia 2 Michelin Key ile seçkiye girdi. Listeye İstanbul'un ardından en çok otel ile giren lokasyon Kapadokya oldu. Kapadokya Yöresel Alan Yönetimi Derneği (KAPYAD) Başkanı ve Museum Hotel Kurucusu Ömer Tosun, "Türkiye'nin en iyi dört Michelin Key otelinden

Listeye Türkiye'den, İstanbul'un ardından en çok otel ile giren lokasyon Kapadokya oldu.

AJWA Sultanahmet



Birdcage 33 Hotel



ikisinin Kapadokya'da yer alması ve toplamda dokuz otelimizin bu prestijli listede bulunması, hepimiz için büyük bir gurur kaynağı" dedi.

Listeye Türkiye'den giren otellerin dağılımı aşağıdaki listedeki şekilde gerçekleşti.

Michelin Rehberi'nin tüm otel önerilerine, Michelin Rehberi'nin internet sitesi ve mobil uygulamasında ücretsiz olarak erişilebiliyor. Seyahat uzmanları tarafından sunulan kişiselleştirilmiş destek hizmeti sayesinde, misafirler konaklamaları öncesinde ve sırasında özel yardım alabiliyor.

Michelin Key	Oteller / Türkiye	Lokasyon
3	Four Seasons Hotel İstanbul at Sultanahmet	İstanbul
2	The Peninsula İstanbul	İstanbul
2	Argos in Cappadocia	Neveşehir
2	Museum Hotel	Neveşehir
1	Alavya	Alaçatı
1	Warehouse By The Stay	Alaçatı
1	Allium Bodrum Resort & Spa	Bodrum
1	Amanruya	Bodrum
1	Mandarin Oriental Bodrum	Bodrum
1	AJWA Sultanahmet	İstanbul
1	Aliée İstanbul	İstanbul
1	Casa Lavanda Boutique Hotel	İstanbul
1	Ecole St. Pierre Hotel	İstanbul
1	Four Seasons Hotel İstanbul at the Bosphorus	İstanbul
1	Mandarin Oriental Bosphorus	İstanbul
1	Princes' Palace Resort	İstanbul
1	Six Senses Kocatas Mansions	İstanbul
1	The Bank İstanbul	İstanbul
1	The St. Regis İstanbul	İstanbul
1	Vakko Hotel Sumahan Bosphorus	İstanbul
1	D Maris Bay	Marmaris
1	Six Senses Kaplankaya	Milas/Mugla
1	Ahama	Mugla
1	Ariana Sustainable Luxury Lodge	Neveşehir
1	Hezen Cave Hotel	Ürgüp
1	Birdcage 33 Hotel	Yalılıkavak



Ariana Sustainable Luxury Lodge



Warehouse By The Stay



Hezen Cave Hotel

Anadolu'nun Dokuma Mirası Tonishe Design ile hayat buluyor

Dergimizin önceki sayfalarında, AB ülkelerinde tekstil ve hazır giyim sektörünü temsil eden kuruluşların "Ultra Hızlı Modaya Karşı Deklarasyon" belgesini imzaladığını duyurmuştuk.

Tasarım bölümümüzde tam da bu konuya eğilen, el emeği üretimi odağına alarak, bu tür ürünlerin değerini ayakta tutmayı kendine misyon edinen bir markayı sizinle tanıştırmak istedik.

Tonishe Design'ın kurucusu Elif Parlakoğlu Alabaş bu fikrin nasıl geliştiğini, üretim sürecini ve hedeflerini anlattı.

Tonishe Design markasını tanımak isteriz. Ne zaman kuruldu, hangi fikirle yola çıktınız?

Tonishe Design'ın hikâyesi, aslında tamamen doğayla bağ kurma arzusundan doğdu. Yaklaşık dört yıl önce, sürdürülebilirliğe gönülden inanan bir ekip olarak, toprağa ve doğaya şefkatle dokunmak için yola çıktık.

Amacımız; geleneksel el sanatlarının değerini yeniden görünür kılmak, doğal malzemelerle modern tasarımlar üretmek ve bu süreçte hem doğaya hem de yerel üretici kadınlara destek olmak oldu. Tonishe Design, her bir parçasında bu anlayışı taşıyan; doğallığı, emeği ve zamansız şıklığı bir araya getiren bir marka olarak kuruldu.

Bugün geldiğimiz noktada, Tonishe Design sadece bir giyim markası değil; kültürel mirası ve doğayla uyumu temsil eden bir yolculuğun adı olma yolunda ilerliyor.

Tonishe ismi ilginç. Ne anlama geliyor?

Her marka kendi toprağının hikâyesini taşır bence. Tonishe'de de öyle oldu. Büyük büyük dedem Mısır'dan gelmiş. Genlerimde bu bilgi olunca marka ismi de o topraklardan aktı kalbimize. Antik çağlarda, Mısır'ın kuzey kıyılarında Nil'in Akdeniz'le buluştuğu yerde görkemli bir liman şehri vardı: Thonis-Heracleion. Bu şehir, yalnızca ticaretin değil; kültürlerin, renklerin ve dokuların da buluşma noktasıydı. Efsaneye göre Thonis'in rüzgân, kumaşlara ve taşlara ilham verir; her dalga, yeni bir hikâye fısıldardı.

İşte Tonishe, adını bu kadim şehirden ve onun taşıdığı ruhtan alıyor. Thonis'in denizle, doğayla ve insanla kurduğu bağ; bugün



Elif Parlakoğlu Alabaş

buluyor ve belirliyorsunuz?

İşbirliği yaptığımız kadın kooperatiflerini belirlerken önceliğimiz, üretim süreçlerinde doğallığı ve sürdürülebilirliği gözetirken, yerel kültürü koruyan bir değer yaratmaları... Anadolu'nun farklı bölgelerinde kadın emeğiyle üretilen tekstil, el işi ve doğal ürünleri inceliyor; her birinin hikâyesine, üretim disiplinine ve toplumsal katkısına bakıyoruz. Bizim için ürünün yalnızca estetik ya da teknik kalitesi değil, ardındaki dayanışma ruhu ve kadınların hayatına nasıl bir güç kattığı da çok önemli. Bu nedenle sahaya gidiyor, üreticilerle birebir görüşüyor, üretim koşullarını yerinde gözlemliyoruz. Şeffaf, adil ve sürdürülebilir bir iş modeli geliştirebileceğimize inandığımız kooperatiflerle yol yürüyoruz. Böylece Tonishe Design olarak, yalnızca bir marka olmanın

"Bizim için ürünün yalnızca estetik ya da teknik kalitesi değil, ardındaki dayanışma ruhu ve kadınların hayatına nasıl bir güç kattığı da çok önemli."

Tonishe'nin tasarımlarında yeniden hayat buluyor. Geçmişin mirasını, bugünün dokusunda, yarınn sürdürülebilir dünyasına taşımayı amaçlıyoruz.

Kadın emeğiyle dünya arasında köprü

Türkiye'nin dört bir yanında değerli kadın kooperatifleri var. Ürettikleri ne yazık ki etkili bir şekilde ortaya çıkmıyor. Tonishe Design için işbirliği yapacağınız kadın kooperatiflerini nasıl



Şile bezi üretim süreci tamamen doğal ve el emeği yöntemlerle yürütülüyor. Kumaşların kazanlarda kaynatılması, denizde çırpılıp, kumsalda kurutulması işlemin parçaları.



görüp ona uygun model mi geliştiriyorsunuz?

Üretim sürecimiz, öncelikle kumaşa dokunmamızla başlıyor. Çünkü doğallığıyla ve hikâyesiyle bize ilham veren malzemenin kendisi oluyor. Şile bezi, el dokuması bir parça ya da kooperatiflerden gelen yerel bir kumaş... Ne olursa olsun, onun ritmini hissetmeden yola çıkmıyoruz. Kumaşa dokunduktan sonra ikinci aşamada model doğuyor. Yani o kumaşın bize verdiği duyguya, dokusuna, akışına göre formunu belirliyoruz. “Her kumaş kendi modelini fısıldıyor” diyebilirim. Bu süreçte modern çizgileri geleneksel detaylarla buluşturmaya seviyoruz. Sonrasında ise kooperatiflerle eşleşme kısmı geliyor. Eğer kumaş doğrudan bir kooperatiften çıkmışsa, zaten üretim sürecinde onlarla ilerliyoruz. Ama bazen kendi geliştirdiğimiz model için uygun üretim tekniğine sahip kooperatifi biz anyoruz. Böylece hem onların üretim gücü değerlendiriliyor hem de biz kendi tasarımlarımızı hayata geçiriyoruz. Bu sıralama bizim için hem doğallığı hem de sürdürülebilirliği koruyan bir yolculuk yaratıyor.

Kooperatif üretimleri içinde en çok hoşunuza giden ne oldu?

Kooperatiflerin beni en çok etkileyen tarafı, kadınların, sihirli dokunuşlarla tezgâh başında hikâye yazmaları. Kumaşa baktığımızda sadece gözümüzün gördüğünü fark etmiyoruz; elimizle, hatta kalbimizle de bir şeyler hissediyoruz.

Çok beğenmenize rağmen kıyafetle birleştiremediğiniz bir kumaş ya da teknik oluyor mu?

Evet, “en çok zorlandığım noktalardan biri, doğal olmayan kumaşlar” diyebilirim. Tasarım sürecimde doğallık, nefes alabilirlik

“Kumaşın hangi yöreye ait olduğu önemli değil, yarattığı hisse odaklanıyoruz. Her dokuma kendi hikâyesiyle geliyor ve biz o hikâyeyi tasarıma dönüştürüyoruz.”

ve arkada iz bırakmamak benim için çok önemli. Sentetik kumaşlar ya da doğallıktan uzak materyaller, her ne kadar desen veya parlaklık açısından çekici görünse de, Tonishe Design’ın felsefesine uymuyor. Onları kıyafetle birleştirmeye çalışsam da, doğaya saygılı ve beden dostu bir çizgi aradığım için içime sinmiyor. Bu yüzden doğal olmayan kumaşları, ne kadar ilgimi çekseler de koleksiyonlarıma dahil etmiyorum.

En çok hangi yörelerin kumaşlarıyla, dokumalarıyla çalışıyorsunuz?

Açıkçası sınırları sevmiyoruz. Bizim için önemli olan, hangi bölgeden geldiği değil; o kumaşın ya da dokumanın bize hissettirdiği ruh ve taşıdığı enerji. Ruhumuzun götürdüğü yere gidiyoruz; kimi zaman Anadolu’nun bir köşesine, kimi zaman bambaşka bir coğrafyaya... Her dokuma kendi hikâyesiyle geliyor ve biz de o hikâyeyi tasarıma dönüştürüyoruz.

“Çöpün kalitesi çok önemli”

Sürdürülebilirlik önemli fakat her yeni girişim bir yandan da yeryüzüne bıraktığımız karbon ayak izini çoğaltıyor. Sizin bu konuya bakışınız nasıl?

Evet, bu işin kaçınılmaz bir çelişkisi var. Her üretim, ne kadar iyi niyetli olursa olsun, dünyaya bir iz bırakıyor. Ben de bunun farkındayım ve “sıfır etki” gibi bir şeyin aslında mümkün



olmadığını kabul ediyorum. Ama burada bence “çöpün kalitesi” belirleyici oluyor. Yani yarattığın çöpün doğada ne kadar sürede yok olduğu, hangi materyallerden oluştuğu, ardında zehirli bir iz bırakıp bırakmadığı çok önemli. Doğal liflerle üretilmiş bir kumaş toprağa kanşırken geri dönüyor, ama sentetik bir materyal yüzlerce yıl kalabiliyor. Bu yüzden tercihlerimizi, doğada çözünebilen, döngüsel sisteme uyumlu, olabildiğince az zarar veren malzemelerden yana yapıyoruz. Kısacası benim bakışım şu: Üretmekten tamamen vazgeçmek mümkün değil, ama neyi, nasıl, hangi ömürle ürettiğimiz çok şey anlatıyor.

Tasarımlarınızın çok da ulaşılabilir fiyatlarda olmadığını görüyoruz. Bu kaliteyi, doğallığı daha uygun fiyatlarda tutmak mümkün olmuyor mu?

Biz seri üretim, yapay kumaş ya da hızlı moda zincirlerinin ucuz maliyetli yöntemlerini tercih etmiyoruz. Her bir ürünümüz sınırlı sayıda üretiliyor. Hatta bazıları kişiye özelleştirilebiliyor. Her kıyafet doğal kumaşlardan üretiliyor. Bu kumaşların ipliği dahi çoğu zaman el tezgâhlarında dokunuyor. Kadın kooperatifleri ve yerel üreticilerle işbirliği içinde, sınırlı sayıda üretiliyor. Bu, hem emeğin hakkını koruyor hem de sürdürülebilirliği destekliyor.

Doğallık ve uzun ömürlülük önceliğimiz olduğu için, her parça hızlı tüketim yerine yıllarca giyilebilecek kalitede hazırlanıyor. Dolayısıyla fiyatı düşürmek için kaliteyi, emeği ya da doğallığı feda etmek istemiyoruz. Bizim için “ulaşılabilirlik” daha çok uzun vadede değer sunmak demek: Hızla eskiiyip çöpe gidecek bir giysi yerine,



senelerce kullanılacak bir parça yaratmaktan yanayım. Bu açıdan bakınca minimum kârla çalıştığımızı gönül rahatlığıyla söyleyebilirim.

Markanızdan alışveriş yapan birini nasıl tanımlarsınız?

Bizimle aynı değerleri paylaşan bir yol arkadaşı olarak tanımlarım. Hazır kalıplardan çok, el emeğine, doğal dokumalara ve her bir parçanın hikâyesine kıymet veren, hızlı tüketim yerine uzun ömürlü, çevreye saygılı tasarımları tercih eden, kadın kooperatiflerinin emeğine, Anadolu'nun zengin dokuma geleneğine değer veren, trendleri takip etmek yerine ruhuna dokunan parçaları seçip, kimliğini kıyafetiyle buluşturan yol arkadaşlarımız...

Genç kuşakların sizinki gibi girişimlere ve ortaya çıkardığınız ürünlere bakışı nasıl?

Genç kuşakların bakışı aslında umut verici. Onlar bizden daha bilinçli ve sorgulayıcı bir nesil. Hangi kumaşın kullanıldığını, üretimde hangi yöntemlere başvurulduğunu, bu işin arkasında kimlerin olduğunu merak ediyorlar. O kıyafetin hikâyesine, doğaya ve insana katkısına da önem veriyorlar. Bir başka artıları da cesaretleri: Geleneksel olanı yeniden yorumlamaya, kültürel kodları modern bir şekilde taşımaya çok açıktır.

Günümüzde markalaşmak

Türkiye'de tekstil sektörünün sıkıntılı zamanlardan geçtiği bir dönemdeyiz. Meslek kurum ve kuruluşları ise sıklıkla yeni markalar çıkarmamızın öneminden söz ediyor. Bu şartlar altında zorlu bir yola girmiş biri olarak tecrübeleriniz nasıl?

Açıkçası bu dönemde tekstil sektöründe yeni bir marka kurmak, hem çok heyecan verici hem de bir o kadar zorlayıcı bir yolculuk. Buna rağmen meslek kurumlarının “yeni markalar çıkarın” çağrısının da bence çok değerli bir tarafı var: Çünkü yeni markalar, yalnızca ürün değil, aynı zamanda yeni bakış açıları, farklı iş yapış modelleri ve sektöre taze nefes demek. Benim bu süreçte kazandığım en önemli tecrübe, sabır ve esneklik oldu. Bir yandan zorluklara karşı dayanıklılık geliştiriyorsunuz, diğer yandan da şartlara uyum sağlayacak esnekliği öğreniyorsunuz.

Tonishe Design ile ilgili gelecek hayaliniz nedir?

Tonishe Design'nın en büyük hayali, Anadolu'nun dokuma mirasını sadece Türkiye'de değil, dünyanın farklı noktalarında da görünür kılmak. Geleneksel Şile bezinden kaneviçeye, kooperatif üretimlerinden doğal boyalara kadar her ilmekte bir hikâye var. Bu hikâyeyi moda diliyle evrensel kılmak istiyoruz.

Türkiye'nin yerel kumaşlarını, dokumalarını üzerimizde daha çok görebilmemiz için nasıl bir vizyona ihtiyaç var?

Bunu başarabilmek için yalnızca moda sektörünün değil, kültürel, ekonomik ve toplumsal bir vizyonun da şekillenmesi gerekiyor. Türkiye'nin yerel kumaş ve dokumalarının daha görünür olması için yerel kumaşların yalnızca “ürün” değil, birer kültürel miras parçası olarak anlatılması gerekiyor. Her kumaşın ardındaki yöre, teknik ve kadın emeği, güçlü bir hikâye olarak aktarılmalı. İnsanlar bir gömleği yalnızca şıklığı için değil, taşıdığı kültür için giymeye başladığında, yerel kumaşlar hak ettiği görünürlüğe ve değere kavuşacak diye düşünüyorum.



Tonishe Design koleksiyonu olabildiğince sade tasarlanıyor. Ancak kıyafetinizi kişiselleştirmek için kendi seçtiğiniz işlemeleri üzerine yaptırabilirsiniz. Markaya bunu ilettiğiniz zaman, üretim sizin istediğiniz şekilde yapılıyor.

European Textile Producers Unite Against Ultra-Fast Fashion

Led by the European Apparel and Textile Confederation (Euratex), organizations representing the textile and apparel industries across EU member states have signed the “Declaration Against Ultra-Fast Fashion.” During a press conference held at the Première Vision trade fair in Paris in September, industry leaders called on the European Commission, EU member governments, and European consumers to take collective action against the rise of ultra-fast fashion.

For decades, fast fashion — unlike traditional fashion cycles — was seen as a democratizing force, offering consumers a wider variety of styles at accessible prices through frequent new collections.

But today, the conversation has shifted to ultra-fast fashion — a phenomenon powered by online platforms where consumers can instantly order everything from gym wear to evening dresses to kitchen accessories, often at prices “just above free.” These items, produced and shipped globally at lightning speed, are now reaching customers anywhere in the world with just a few clicks.

Within the European Union, where manufacturing is bound by strict regulations and high compliance costs, textile producers are feeling the strain. Meanwhile, a flood of low-cost goods entering the EU via e-commerce has triggered alarm. According to European Parliament statistics, the number of small parcels imported into the EU through such online sales jumped from 1.4 billion in 2022 to 4.6 billion in 2024 — an average of 12 million packages per day. 91 percent of these parcels originated from China, highlighting the explosive rise of platforms like Shein and Temu,

alongside Alibaba, in the European market.

European textile and apparel manufacturers have been pressing the European Commission for stronger regulation, arguing that these practices threaten fair competition within the EU market. Among their key demands are:

- ➔ Stricter customs controls to ensure product safety
- ➔ Reducing the €150 duty-free limit
- ➔ A €2 fee per parcel

These proposals were consolidated

into a single joint declaration and presented to the public during a press event at Première Vision Paris 2025 — one of the world’s leading textile and fashion fairs. The declaration was signed by Euratex and industry associations from Germany, France, the Netherlands, Finland, Switzerland, Belgium, Austria, and Italy, marking a rare show of unity across Europe’s textile-producing nations.

The full text of the declaration is available at euratex.eu.

The declaration was signed on behalf of Euratex by the confederation’s president, Mario Jorge Machado.



The Textile Industry’s Double Trouble: Shrinking Demand and Rising Tariffs

Every autumn, the International Textile Manufacturers Federation (ITMF) gathers the world’s leading textile players in a new corner of the globe. This year, the annual meeting unfolded on October 24–25 in Yogyakarta, Indonesia, where industry voices converged to confront two pressing challenges: A global demand decline that began in 2022, and the “Trump tariffs” now shaping the economic landscape of 2025.



As in previous years, Turkish Textile Employers’ Association (TTEA) took part in the ITMF Annual Conference and technical committee sessions, actively contributing to discussions and decisions. During the biennial ITMF Board elections, Board Member Mustafa Denizer was re-elected as Vice President, while Board Member Muharrem Kayhan continued his long-standing representation of TTEA at the global level. This year’s event was held in partnership with the International Apparel Federation (IAF), chaired by Cem Altan, and Türkiye was represented by a strong delegation, including

members of the Istanbul Textile and Apparel Exporters’ Associations.

Key takeaways from the conference

➔ The global textile and apparel trade peaked at USD 937 billion in 2022 before taking a sharp turn downward in 2023. Data show a rebound in 2024, reaching USD 893 billion, indicating recovery. However, the impact of the “Trump tariffs,” introduced in 2025, has not yet been reflected in the statistics.

➔ In the ranking of top suppliers, China, the European Union, and Vietnam continue to dominate, while Bangladesh and India entered the top five in 2024. Although Türkiye is not among the top five, it follows

closely behind with over USD 30 billion in exports. China alone, accounting for USD 300 billion—one-third of global trade—remains in a category of its own.

➔ Global textile demand is expected to grow by an annual average of 2%, reaching 16.8 kg per capita by 2030. One reason this growth rate lags behind the early-2000’s boom is the slowing pace of world population growth.

➔ In a presentation by Gherzi, one of the sector’s key knowledge partners, the concept of “re-globalization” was discussed, explaining shifts in textile production patterns worldwide.

➔ Looking at retail trends, multinational fashion brands recovered their 2019 sales levels by 2023, with many even going beyond them. The Inditex Group, one of Türkiye’s major clients, reportedly achieved USD 40 billion in global turnover through its stores and online sales in 2023. Whether brands maintained this momentum in 2024 remains to be seen.

➔ The conference also addressed modest / modest-wear fashion, noting its rapid growth. The market is projected to reach USD 433 billion by 2028, led primarily by Iran, Türkiye, Saudi Arabia, Pakistan, Indonesia, and the United States.



**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@tekstilisveren.org.tr