



%43 AB BAĞIMLILIĞI, ALTERNATİF PAZARLARLA KIRILACAK

Deride 'agresif pazarlama' ile yeni rota Asya ve ABD

Sıkışma politikaları, yüksek faiz ve baskılanmış kurun getirdiği maliyet yükü altında 2026 yılının ilk yarısını ihracatta yüzde 4,7 küçülmeye kapatan deri ve deri mamulleri sektörü, strateji değişikliğine gitti. Sektör yeni dönemde daha agresif bir pazarlama taktiği ile öncelikle Amerika ve Asya pazarlarına verecek.



Nurdogan A. ERGUN
nurdogan.ardan@dunya.com

Küresel pazarlardaki durgunluk ve yurt içindeki enflasyon-faiz kısıacı, emek-yoğun sektörler için köklü değişimlere zorluyor. Rekor seviyelerin görüldüğü 2022 yılının ardından ihracat-ta kan kaybı yaşayan deri ve deri mamulleri sektörü, tüm gelişmelere rağmen 2026 yılını "dengeleme" dönemi ilan etti.

Yılın ilk yarısını 682 milyon dolar ihracat ve yüzde 4,7'lik bir düşüşle kapatan sektör, kilogram başı katma değerde ise Türkiye ortalamasının yaklaşık 10 katına ulaşarak stratejik bir başarı elde etti.

Yeni dönemde pazar çeşitliliği ve pazarlama taktiği anlamında strateji değişikliğine giden sektör, yüzde 43 olan AB bağımlılığını kırmak istiyor. Sektör olarak nicelik yerine niteliğe ve markalaşmaya odaklandıklarını dile getiren TIM Deri Konseyi Başkanı ve İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçı Birliği (İDMİB) Yönetim Kurulu Başkanı Güven Karaca, Çin ile partnerlik, kapıdan kapıya lojistik ağı ve küresel devleri Türkiye'ye getiren agresif pazarlama modeliyle sektörün yeni dönem haritasını çizdi.

Daha az mal daha pahalıya satıldı
Güven Karaca, üretim maliyetlerindeki artışa rağmen katma değer odaklı yaklaşımın taviz vermediklerini vurguladı. Geçen yılın ilk yarısında 13,87 dolar olan kilogram başı ihracat değerini bu yılın aynı döneminde 15,68 dolara çıkardıklarını belirten Karaca, tabloların sabit giderleri karşılayıp ayakta kalmak olduğunu belirten Karaca, meselenin toplumsal boyutuna da dikkat çekti. Tekstil, hazır giyim ve derinin mahalle aralarındaki atölyelere kadar uzanan hayatı bir istihdam kapısı olduğunu vurgulayan İDMİB Başkanı, "Bu atölyeler kapandığı zaman mahalledeki gençler üretimden ve toplumdaki koparmış olursunuz. Bu sektörler çok yaşarsa gençler sokak çetelerine ve getto yapılarına kayar. Dolayısıyla mesele sadece ekonomik değil, sosyolojik bir sorumlulukla yaklaşılmalı ve [sanayicinin] üzerindeki yükler hafifletilmeli" diye konuştu.

"Emek yoğun sektörler toplumsal barşın da anahar"

682,2
milyon dolar
Deri ve deri
mamulleri 2026 ilk
6 aylık ihracatı

1,5
milyar dolar
Sektörün 2025 yılı
ihracatı

%-4,7
Deri ve deri mamulleri
ihracatında ilk
6 aylık kayıp

%60
Deri mamulleri
ihracatında
ayakkabının payı

Türkiye'nin kilogram başı değeri en yüksek dördüncü sektörü konumunda. Alt sektörlerimize baktığımızda sarıya ve deri konfeksiyon tarafında pozitif bir performans sergilerken, doğrudan fiyatla rekabet ettiğimiz ayakkabı ve mamul deri grubunda düşüş yaşadık. Ancak ayakkabı ithalatında, özellikle hızlı kargo düzenlemelerinin de katkısıyla yaşanan geri çekilme sektörümüz adına son derece sevindirici bir gelişme oldu."

300 milyar dolarlık pazarda gidecek çok yol var
Dünyada deri ve deri mamullerinde 300 milyar dolarlık bir pasta olduğunu, Türkiye'nin buradan aldığı payın yüzde 1'in altında olduğunu söyleyen Karaca, "Demek ki yapabileceğimiz daha çok şey var. Pazarımızın yüzde 43'ü Avrupa, orayı göz ardı edemeyiz ama yüzde 43 doğru bir bağımlılık da değil. Bunun için ilk pazarlarımızdan biri de Amerika olacak. Amerika dünyada deri ve deri mamulleri sektöründe en büyük pazar. Amerika'da konumlanıyor olmamız lazım" diye konuştu.



Bunedenle pazarlama komitesini öne çıkardıklarını kaydeden Karaca, geleneksel yöntemlere artık e-ticareti de eklediklerini vurguladı.

Karaca, "Artık dünya tüketimin yüzde 20'sini e-ticaret oluşturuyor ve bu git gide çoğalıyor. Öyle ki 10 yıl içerisinde yarısını e-ticaret oluşturacak. Biz diyoruz ki 'hedef dünya'. Bunun için de e-ticareti ilk önce kullanalım. Sonra da geleneksel yöntemlere devam edelim" ifadelerini kullandı.

Dünya modasına yön veren 12 marka Türkiye'ye geldi

Geleneksel fuar katılım modellerinin ötesine geçerek müşteri odaklı "agresif pazarlama" dönemine başladıklarını belirten İDMİB Başkanı, son 6 ayda yürütülen alm heyeti organizasyonlarının sonuç verdiğini söyledi. Ferragamo, Guess ve Burberry gibi dünya modasına yön veren 12 küresel markayı ve 25'ten fazla dev alıcını doğrudan Türkiye'ye getirdiklerini açıklayan Karaca, bu temaslara sayesinde 200'ün üzerinde Türk ihracatçısını küresel satın almacılara biribir masaya oturttuklarını ifade etti.

Müşterinin kalite, termin ve fiyat olarak üç beklentisi olduğunu hatırlatan Karaca, "Kalite ve terminde sıkıntımız yok. Sıkıntılı olduğumuz yer fiyat. Orda da farklı koleksiyonlar sunarak ve farklı coğrafyalara giderek müşteri ve ürün çeşitlendirerek orayı aşmak zorundayız. Bugün sektörde kapasite kullanm oranları yüzde 60'larda yani kapasitemizde de sorun yok. Talep geldiği sürece karşılayabiliriz. Koleksiyonumuzda da bir sorun yok. Bugün fiyat durmakta zorlanıyoruz. Onu da aşmak için devamlı müşteri ile iletişimi halindeyiz" ifadelerini paylaştı.

"Çin artık rakibimiz değil, en büyük iş ortağımız olmalı"

Türkiye'nin deri ihracatındaki yüzde 43'lük AB bağımlılığını riskli bulduklarını ve rotayı Amerika ile Asya pazarlarına çevirdiklerini vurgulayan Karaca, Hong Kong, Çin gibi Asya ülkelerinde fuarlara katıldıklarını belirtti.

Çin'in artık rakip olmaktan çıktığını da dile getiren Karaca, şu değerlendirmeleri yaptı: "Eskiden Çin'e sadece tedarikçi ya da rakip gözüyle bakıyorduk. Ancak mevcut maliyet ve fiyat politikalarımızla bizim rakibimiz Çin değil, Avrupa. Hatta Avrupa'dan bile pahalı olduğumuz noktalar var. Dolayısıyla her sektörün olduğu gibi bizim de net bir 'Çin planımız' olmalı. Çin bundan sonra en büyük ticaret iş birliği yapmamız gereken ülkelerin başında geliyor."

Dünyada artık ticaretin şekil değiştirdiğini dile getiren Karaca, "Dünyadaki pastadan pay almak istiyorsak transit ticaret ve kapıdan kapıya lojistik ağı kurmak zorundayız. Tasarım bizde kalacak, en uygun yerde yapıp orijinali pazara satacağımız küresel bir ticaret modelini oturtmalıyız" ifadelerini kullandı.



"En zor dönemi atlattık, ekonomi dengeleniyor"

TİM Deri Konseyi ve İDMİB Başkanı Güven Karaca, ekonomide en kötü dönemin geride kaldığını ve bir dengelenme sürecine girdiğine dikkat çekti. Karaca, artık ana odakın yukarı yönlü büyüme olması gerektiğini ifade etti. Dengelenme sinyallerine rağmen karılığın henüz pozitifte olmadığını söyleyen Karaca, yüksek enflasyon, yüksek faiz ve baskılanmış kur nedeniyle sabit giderlerin aşırı yükseldiğini belirtti. **Sanayicinin** öncelikle genel giderlerini karşılamak için imalat ve ihracat yaptığını değinen Karaca, faiz ve enflasyonda kalıcı bir düşüş sağlanmadan karılığın ibresinin yukarı dönmeyeceğini söyledi. Karaca, "**Sanayici** zordaysa üretim yok demek, üretim yoksa istihdam düşüyor demek" diye konuştu.

Markalı satış için yönetime 'mağazacılık' eklendi

Yeniden İDMİB başkanlığına seçilen Güven Karaca, yeni 4 yıllık dönemde kapsayıcı ve hedef odaklı bir yönetim yapısı oluşturduklarını anlattı. Karaca, sektörde ilk kez mağazaya zinciri sahipleri de yönetime dâhil ettiklerini açıkladı. Yalnızca üretim satma devrinin kapandığını işaret eden Karaca, "İhracat şampiyonları listemize baktığımızda ilk 10 içerisinde Türk markasıyla dünyaya açılan mağaza zincirlerini görüyoruz. Bu markalarımız ayakta kalmaya devam ediyor. Ürünümüzün kendi etiketleriyle yurt dışında satıyor. Sektörün büyüme için markalı satış teşvik etmemiz gerekiyordu, bu yüzden mağazacılarımızın tecrübesini de yönetime taşдық" dedi.

'Sanayi kentleri' modeli hayata geçirilmeli

Sektörün yüksek arsa, yapı ve işçilik maliyetleri nedeniyle üretim yapmakta zorlandığını ifade eden Güven Karaca, Türkiye Gıym Sanayicileri Derneği'nin (TGSD) Suriye/Halep hattında güvenli bir serbest endüstri bölgesi kurulması önerisini bugünün koşullarında rasyonel bulduklarını söyledi. İstanbul'un moda ve tasarım

merkezi olarak kalması, emek-yoğun üretimine uygun maliyetli bölgelere kaydırılması gerektiğini belirten Karaca, **Sanayi** ve Teknoloji Bakanlığı'nın sadece münferit **OSB**'ler yerine konut, meslek lisesi ve sosyal alanları barındıran "**sanayi** kentleri" kurma vizyonunu da sonuna kadar desteklediklerini dile getirdi.

ISO PMI'da büyüme hızı 4 yılın zirvesinde

İSO İmalat Sektörel PMI Temmuz 2026 sonuçlarına göre, en güçlü büyüme giyim ve deri ürünleri sektöründe gerçekleşti. Giyim ve deri ürünleri sektörü firmalarının yeni siparişleri temmuzda yeniden artırsa geçti. Böylece son dört ayın içinde büyüme kaydedildi. Temmuzdaki artış Mayıs 2022'den bu yana en yüksek hızda gerçekleşirken, anket kapsamında izlenen

on sektör içinde de en güçlü artış oldu. Benzer bir tablo, temmuzda hızlı bir şekilde artan üretimde de gözlemlendi. Yeni siparişlerdeki belirlenmiş artış ve üretim gereksinimindeki yükseliş, firmaların ek istihdam yaratmaya, satın alma faaliyetlerini hızlandırmaya ve stoklarını arttırmaya yöneltti. Bu sektörün büyüme hızı dört yılın en yüksek seviyesine ulaştı.



“Park var, hastane var, her şey var. Gençlerimiz işsiz.” Batman’da bir anne,

hemşehrisi Hazine ve Maliye Bakanı **Mehmet Şimşek**’e çocuklarına iş isterken söylüyor bu sözleri.

Ekonomiyi yöneten Şimşek’in yanıtı ise Türkiye’de milyonlarca işsiz gencin duymaya alıştığı ezberi hatırlatıyor:

“Memlekette fabrika çok. Gençlerimiz çalışmak isterse buralarda iş var.”

Şimşek’e göre sorun ekonomide değil yani! Fabrikalar çalışıyor, patronlar işçi arıyor ama gençler çalışmak istemiyor!

Ekonomi politikalarının başına teknokrat olarak getirilen Şimşek, anlaşılan artık gerçek bir siyasetçi olmuş.

Rakamlarla iç içe olan Şimşek pekâlâ şu tabloyu biliyor:

Umutsuzlar ülkesi

TÜİK’e göre Haziran 2026’da resmi işsizlik oranı yüzde 7.6. Ancak resmi işsizlik tek haneye gerilerken iş bulma umudunu yitirenlerin sayısı ters yönde ilerliyor.

DISK-AR’ın Temmuz 2026 raporuna göre hazırlarda geniş tanımlı işsiz sayısı 11 milyon 643 bine, geniş tanımlı işsizlik oranı yüzde 28.8’e ulaştı. Dar tanımlı işsizlikle arasındaki fark tam 21.2 puan.

Son iki yılda dar tanımlı işsiz sayısı 571 bin kişi azalırken geniş tanımlı işsiz sayısı 162 bin kişi arttı.

jale.ozgenturk@cumhuriyet.com.tr

Jale Özgentürk

Yakın Plan



İş varmış, gençler çalışmıyormuş!

Rapora göre haziran itibarıyla 3.9 milyon kişi haftada 40 saatten az çalışmasına rağmen daha fazla çalışmak istiyor. 5.1 milyon kişi ise çalışmak istemesine rağmen iş bulamadığı için aktif olarak iş aramıyor.

Kadınlar ve gençlerde tablo daha da ağır. Geniş tanımlı kadın işsizliği yüzde 37.4. Gençlerde dar tanımlı işsizlik yüzde 12.8, genç kadınlarda yüzde 17.3.

Böyle bir ülkede iş isteyen bir anneye “Gençlerimiz çalışmak isterse iş var” demek, işsizliği ekonomik bir sorun olmaktan çıkarıp işsiz kişisel tercihine indirgemektir.

İmalat sanayi daralıyor

Peki Şimşek’in sözünü ettiği fabrikalarda durum nasıl?

İstanbul Sanayi Odası’nın temmuz ayı Türkiye İmalat PMI verisi 47.7.

50’nin altındaki değerler daralmaya işaret ediyor. Daha önemlisi, imalat

sanayisinde faaliyet koşulları 28 aydır kesintisiz bozuluyor. Temmuzda yeni siparişler, üretim ve istihdam geriledi.

TÜİK verilerine göre de mayısta sanayi üretimi bir önceki aya göre yüzde 2.9, imalat sanayi üretimi yüzde 3.3 düştü.

TOBB verileri de şirketler üzerindeki baskıyı gösteriyor. Haziranda kapanan şirket sayısı bir önceki aya göre yüzde 58.9, geçen yılın aynı ayına göre yüzde 28.2 arttı.

Elbette mesele “Türkiye’de fabrika yok” değil. Mesele mevcut ekonomik koşulların yatırım, üretim ve nitelikli istihdam yaratıp yaratamadığı.

Üstelik bugünkü tablo ekonomi yönetiminin uyguladığı programdan bağımsız değil. Haziran 2023’ten bu yana uygulanan program ekonomiyi soğutmayı hedefliyor.

Faiz yükseltildi. Kredi muslukları sıkıldı. İç talep frenlendi. Ücret artışları enflasyonla mücadele gerekçesiyle baskılandı. Asgari ücrette ara zam yapılmadı.

Ekonomiyi soğuttuğunuzda yalnızca enflasyonu değil, üretimi, yatırımı ve istihdamı da etkilersiniz.

Bugün sanayici yüksek faizden, finansmana erişimden, kur-maliyet makasından ve zayıflayan talepten yakınıyor. İhracatçı rekabet gücünü kaybettiğini söylüyor. KOBİ ayakta kalmaya çalışıyor. İmalat sanayisi 28 aydır daralma bölgesinde.

Sonra işsiz gence dönüp: “Çalışmak istersen iş var.” Öyle mi?

Bir de işin niteliği var. Türkiye’nin üniversiteleri her yıl yüz binlerce mezun veriyor. Bu gençlere “Fabrikada iş var” demeden önce sormak gerekiyor:

Hangi iş? Kaç lira ücret? Güvenceli mi? Aldığı eğitime uygun mu? Genç o ücretle kirayı ödeyebiliyor, ev kurabiliyor, geleceğini planlayabiliyor mu?

Çünkü istihdam yalnızca bir insanın sabah fabrikaya girip akşam çıkması değildir. İstihdam, insana gelecek kurabilecek bir gelir ve güvence sağlamaktır.

Batman’daki annenin de Türkiye’deki tüm annelerin de istediği aslında çok basit:

Çocukları okusun, meslek sahibi olsun, iş bulsun, kendi ayakları üzerinde dursun.

Ekonomi politikasını yönetenlerin görevi işsiz gençlere çalışma isteği testi yapmak değil; yatırım ortamını yaratmak, sanayiye güçlendirmek, nitelikli ve güvenceli istihdamı arttırmaktır.

Üç yılı aşkın süredir ekonominin başındaki Mehmet Şimşek’e Batman’daki annenin sorusunu biraz değiştirerek yeniden sormak gerekiyor:

Madem memlekette fabrika çok, iş de çok...

Bu kadar genç keyfinden mi hâlâ işsiz?



BAHÇIVAN: "FİNANSMAN ZİNCİRİ KIRILIRSA ÜRETİM ZİNCİRİ DE DURUR"

İstanbul Sanayi Odası (İSO) Yönetim Kurulu Başkanı **Erdal Bahçivan**, imalat **sanayinde** yaşanan finansman sıkıntısının artık geçici bir sorun olmaktan çıkarak üretim zincirini tehdit eden yapısal bir probleme dönüştüğünü belirtti. Bahçivan, **sanayinin** sürdürülebilir büyümesi için üretim odaklı yeni bir finansman mimarisinin hayata geçirilmesi gerektiğini vurguladı.



FINANSMAN ZİNCİRİ KIRILIRSA ÜRETİM ZİNCİRİ DE DURUR

İstanbul Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkanı **Erdal Bahçivan**, imalat sanayisinde finansmana erişimde yaşanan sıkıntının artık geçici bir sorun olmaktan çıkarak üretim zincirinin tamamını tehdit eden yapısal bir probleme dönüştüğünü söyledi. Bahçivan, üretim, yatırım, istihdam ve ihracatın sürdürülebilmesi için Türkiye'nin yeni ve kalıcı bir sanayi finansmanı mimarisine ihtiyacı olduğunu vurguladı.

İstanbul Sanayi Odası tarafından açıklanan Temmuz 2026 Türkiye İmalat PMI verilerini değerlendiren **Erdal Bahçivan**, endeksin 47,7 seviyesinde kalarak 50 eşik değerinin altında seyretmesinin imalat sanayisindeki daralmanın sürdüğünü gösterdiğini belirtti. Faaliyet koşullarındaki bozulmanın 28'inci aya ulaştığına dikkat çeken Bahçivan, yeni siparişlerin zayıf kaldığını, üretim ve istihdamdaki gerilemenin devam ettiğini ifade etti.

PMI'daki sınırlı yükselişin sanayideki temel sorunları gölgelememesi gerektiğini belirten Bahçivan, yaşanan sıkıntının yalnızca talep eksikliğinden kaynaklanmadığını söyledi. Finansman, işletme sermayesi ve likidite alanındaki sıkışıklığın üretimin bütün halkalarını etkilediğini vurguladı.

Finansman Yükü Kobi'lere Kalıyor

Bahçivan'ın dikkat çektiği en önemli sorunlardan biri krediye erişimde yaşanan güçlükler oldu. Kredi mekanizmasının yeterince çalışmaması nedeniyle finansman yükünün tedarik zinciri boyunca aşağı doğru aktarıldığını belirten Bahçivan, özellikle KOBİ'lerin bu durumdan ağır biçimde etkilendiğini söyledi.

Büyük firmaların ödeme vadelerini uzatmasının, küçük ve orta ölçekli işletmelerin işletme sermayesi ihtiyacını artırdığını belirten Bahçivan, KOBİ'lerin yalnızca üretim yapmakla kalmayıp müşterilerinin finansman ihtiyacını da üstlenmek zorunda kaldığını ifade etti.

Geç tahsil edilen alacaklar ve krediye erişimdeki zorlukların üretim kapasitesi üzerinde baskı oluşturduğunu kaydeden Bahçivan, "Sanayicinin asli görevi üretim, yatırım, istihdam ve ihracattır" mesajını verdi.

"Kontrolsüz Kredi Genişlemesi İstemiyoruz"

Bahçivan, enflasyonun düşürülmesi, cari açığın kontrol altında tutulması ve makroekonomik istikrarın sağlanmasına yönelik politikaları desteklediklerini belirtti. Sanayinin talebinin kontrolsüz kredi genişlemesi olmadığını vurgulayan Bahçivan, mevcut ekonomik programın üretim ve yatırım boyutunun kalıcı finansman araçlarıyla güçlendirilmesi gerektiğini söyledi.

Üretim, ihracat, teknoloji ve verimlilik odaklı finansmanın seçici, izlenebilir ve ölçülebilir mekanizmalar üzerinden sağlanmasını isteyen Bahçivan, dönemsel kredi paketleri ve

yapılandırmaların kalıcı çözüm olmadığını ifade etti.

Yeni Finansman Mimarisi Çağrısı

Bahçivan, sanayi finansman sisteminin güçlendirilmesi için tedarik zinciri finansmanı ve ticari alacak finansmanının yaygınlaştırılması, KOBİ'lere yönelik garanti ve risk paylaşım mekanizmalarının geliştirilmesi, kalkınma bankacılığı ve proje finansmanının büyütülmesi gerektiğini belirtti.

KOBİ'lerin sermaye piyasalarına erişiminin kolaylaştırılmasını ve alternatif finansman araçlarının hukuki altyapısının güçlendirilmesini isteyen Bahçivan, Türk sanayisinin üretme iradesini koruduğunu söyledi.

Açıklamasının sonunda kamu otoriteleri, finans kuruluşları ve sermaye piyasası kurumlarıyla iş birliğine hazır olduklarını belirten Bahçivan, sanayinin geleceği açısından kritik mesajını şöyle verdi:

"Finansman zinciri kırılırsa üretim zinciri de durur. Üretim zincirinin durması yalnızca sanayiciyi değil, istihdamı, ihracatı ve Türkiye ekonomisinin geleceğini doğrudan etkiler. Sanayiye sahip çıkmak, Türkiye'nin geleceğine sahip çıkmaktır."