



35 Yılda 196 sayı dergi yayınladık

SEKTÖRÜN TASARIM, ÜRETİM VE TREND DERGİSİ

Tasarımın Yeni Dili

Üretimin yeni konseptleri



2026

FURNITURK 2026
KATALOGU
YAYINDA!

2026/5

FURNITURK
INDUSTRY & DECORATION

The 32. Uluslararası İstanbul Mobilya Fuarı Özel Katalogu
32nd International Istanbul Furniture Fair Special Catalogue
إيجاز مساهمات إستانبول 2026

SEKTÖR ARAŞTIRMA
RAPORLARI

FUAR VE ETKİNLİK
HABERLERİ

MOBİLYA YAN SANAYİ
VE MAKİNE SEKTÖRÜ

SEKTÖR ANALİZLERİ

EDITORIAL İÇERİKLER

ARŞİVDEN



- COP31 Yolunda Türkiye Ormanları, Ahşap Esaslı Panel Sektörü ve Karbon Ekonomisi
- Türkiye'de Mutfak Ürünleri Pazarının Tüketici Tercihleri ve Dış Ticaret Verileri Açısından Değerlendirilmesi
- kastonu ntegre'nin yenilikleri intermob 2026'da
- EGGER Grup'un 2025/2026 Mali Yılına İstikrar ve Geleceğe Yatırım Yön Verdi
- Mobilya Yan Sanayisinin Üretim ve Tasarım Gücü 28. İntermob Fuarı'nda Buluşacak
- Türkiye açısından Temmuz-Ağustos döneminin 5 ana mesajı



INTERMOB

28. Uluslararası Mobilya Yan Sanayi, Aksesuarları, Orman Ürünleri ve Ahşap Teknolojisi Fuarı

28th International Furniture Side Industry, Accessories, Forestry Products and Wood Technology Fair

www.intermobistanbul.com

17 - 20 Eylül / September 2026

Perşembe - Pazar Thursday - Sunday

UFI TÜYAP MAKSDER

TÜYAP FUAR VE KONGRE MERKEZİ TÜYAP FAIR AND CONGRESS CENTER BÜYÜKÇEKMECE | İSTANBUL

WOODTECH

39. Uluslararası Ağaç İşleme Makineleri, Kesici Takımlar, El Aletleri Fuarı

39th International Wood Processing Machines, Cutting Tools, Hand Tools Fair

www.woodtechistanbul.com

22 - 25 Ekim / October 2026

Perşembe - Pazar Thursday - Sunday

UFI TÜYAP AIMSAD EUMABIS

OMNIBOX | OMNIWALL

Mükemmel Tasarımın ve Sonsuz Olasılıkların Buluşması

TEK YAN PANEL İLE SONSUZ TASARIM OLASILIKLARI

Ortaklaştırılmış yan panel tasarımı, seçilen SAMET gizli ray sistemi ile birleştirilerek pratik ve esnek bir çekmece çözümü oluşturur.

samet





5684
Sahara

5769
Metalic Brown

GENTAŞ
a touch to life



4664
Santana Oak

4271
Walnut Wasari



EDİTÖR'DEN

nesipuzun@mobylyadergisi.com.tr

2026 YILININ SON ÇEYREĞİNDE REKABETİN YENİ DİLİ NE OLMALIDIR?

Türkiye ekonomisi 2026'nın son çeyreğine beklentilerle giriyor. Temmuz, Ağustos aylarında gerek iç pazarda, gerekse de ihracatta önceki yılların seviyesine ulaşamadı. Yaz olması nedeniyle sebze ve meyve fiyatlarındaki nispi düşüşler imalat sanayi maliyetlerine aynı oranlarda yansımada. Finansmana erişim maliyeti ve iç talepteki ölçülü seyir, üretim kararlarında ihtiyatı zorunlu kılıyor. Bu dönemde sektörde görülür düzeyde yeni yatırım projeleri, makine alımı ve kapasite arttırımı gibi önemli gelişmeler yaşanmadı. Son hafta içinde Fed'in faizleri arttırması Türkiye'de de aynı seyrde faizlerin yükselmesine neden oldu. Ev, Otomobil, ve işletme yatırımları durma noktasında. Son 6 ayda sektördeki daralma personel sayısını azaltma, pazarlama, tanıtım, etkinlik düzenleme, reklam ve fuarlara katılım gibi konuların ertelenmesine veya iptal edilmesine yol açarken, özellikle Tüketici tarafında da dayanıklı tüketim ürünlerinde, ev, araba satın alma kararlarının ertelendiğini gösteriyor

Mobilya ve ahşap sektörü bu tabloyu herkesten daha yakından hissediyor. Sektörün üretim yapısı; hammadde, enerji, işçilik, lojistik ve finansman maliyetlerindeki değişime son derece duyarlı. İç pazarda fiyat-gelir dengesi hassasiyetini korurken, firmaların fark yaratacağı alan yalnızca fiyat rekabeti olmayacak. Tasarım, teslim süresi, dijital satış kanalları, sürdürülebilirlik belgeleri ve proje bazlı çözümler yılın kalan bölümünde daha belirleyici hâle gelecek. Tüm bunlar için ise mevcut sorunların aşılması gerekiyor. Satın alma endeksini yükseltmenin bir unsuru olarak MOSFED başkanı mevcut vadeli satış taksitlerinin 18 ay'a kadar çıkarılmasını ve vergilerde indirim istiyor. Bunun gerçekleşmesi durumunda da bu kadar sıkı para politikası içinde bunun satınalma paritesini ne denli etkileyeceğini göreceğiz.

Eylül -Ekim, Kasım ayları sektör için ulusal ve uluslararası fuarlar dönemidir. Bu noktada fuarlar,

yalnızca ürün sergileme alanı değil; sektörün nabzını tutan ticaret platformlarıdır. 17-20 Eylül'de İstanbul'da düzenlenecek Tüyap İntermob fuarı, ve hemen sonrasında Woodtech fuarları, Türk mobilya yan sanayisinin üretim gücünü, tedarik çevikliğini ve bölgesel bağlantılarını görünür kılacaktır. Fuarın asıl değeri, yerli üreticinin yeni müşteri bulmasının yanında, tasarımcı-tedarikçi-üretici arasındaki iş birliğini hızlandırmasında yatıyor. Özellikle panel, yüzey, aksesuar, bağlantı elemanları ve donanımda geliştirilecek katma değerli çözümler, iç pazarın yavaşladığı dönemlerde firmalara ihracat kapısını genişletebilir.

20-23 Ekim'de İtalya'nın Pordenone kentinde gerçekleştirilecek SICAM Fuarı ise Türk firmaları için farklı bir vitrin sunuyor: Avrupa'daki eğilimleri yalnızca izlemek değil, o eğilimlerin tedarikçisi olmak. Malzeme inovasyonu, çevresel standartlar, dekoratif yüzeyler, fonksiyonel donanımlar ve kısa teslimat süreleri, günümüzde Avrupa pazarında rekabetin yeni ölçütleridir. SICAM'dan alınacak siparişlerin ötesinde, burada kurulacak teknik ve ticari ilişkiler 2027 koleksiyonlarının yönünü de belirleyecektir.

Yıl sonuna doğru ana senaryo; Vadedilen enflasyondaki kademeli iyileşmeye rağmen iç tüketimde sınırlı bir toparlanma, finansmanda daha sıkı koşullar ve ihracat pazarlarında zorunlu ama karsız büyüme olarak şekilleniyor. Türkiye'nin Temmuz'da ihracatını artırması olumlu bir işaret olsa da, ithalattaki daha hızlı artış dış denge ve maliyet yönetimini önemli kılıyor. Bu nedenle sektörün başarısı, yalnızca satış hacmiyle değil, birim değeri yükselten ürünlere geçişle ölçülmeli. Ancak bu sadece Türk üreticisinin de elinde değil, dünya genelinde yaşanan daralma ve talep azalması nedeniyle uluslararası pazar da bundan sonra daha sert ve zorlu rekabet günlerine gebe gibi görünüyor.

Saygılarımla

Nesip Uzun / 1 Eylül / 2026





KASTAMONU

Mekânın Dokusunu Yeniden Tanımlayan Yüzeyler

Kastamonu Entegre, her biri farklı doku ve karakter sunan yüzey ve dekor seçenekleriyle mekânlara yeni bir ifade kazandırıyor.

D260 Tarçın
Yüzey FLOW
Vision

A660 Rubens
Yüzey ART
Vision



QR kodu okutun,
yüzeylerimizi keşfedin.

MOBİLYA DEKORASYON

İKİ AYDA BİR TÜM TÜRKİYE'DE DAĞITILAN YEREL SÜRELİ DERGİ

İmtiyaz Sahibi ve Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
(Publisher and Managing Editor)
Nesip UZUN
nesipuzun-4@hotmail.com
Pazarlama
mobilya@mobilyadergisi.com.tr

Grafik Tasarım
Ekin Tasarım Grafik hizmetleri

Abone İşleri
mobilya@mobilyadergisi.com.tr

Yayın Danışma Kurulu
(Advisory Board)
Prof. Dr. Ahmet KURTOĞLU
Prof. Dr. Gürsel Çolakoglu
Prof. Dr. Hüseyin KOÇ
Prof. Dr. Gökay NEMLİ
Prof. Dr. Musa ATAR
Prof. Dr. Hülya KALAYCIOĞLU
Prof. Dr. Ali KASAL
Prof. Dr. Tuncer DİLİK
Prof. Dr. Cengiz GÜLER
Prof. Dr. Mustafa Hilmi ÇOLAKOĞLU
Prof. Dr. Cevdet Söğütü
Yard. Doç. Dr. Cevdet SAÇLI
Adnan SERBEST (Tasarımcı)
Munis TEZBAŞARAN (Samet A.Ş.)
Yasin Bilgin (Bilenor)
Heves Bilgin (Tasarımcı)

İngilizce Çeviri
Ekin UZUN
ekin.uzun@mobilyadergisi.com.tr
Uluslararası İlişkiler
Hanna UZUN
Avrupa Temsilciliği
Kamil UZUN
kamouzun64@gmail.com
İtalya Temsilcisi
Carlo GIOBBİ

İnsan Kaynakları
Deniz Ceren UZUN
Baskı
Yıldız Matbaa & Dijital Baskı
Girne, İrmaklar Sok. Küçükalyalı İş Merk.
No: 72 D: 21 F, 34852 Maltepe / İstanbul

EKİN TASARIM
Reklamcılık Tic. Ltd. Şti.
Çengelköy Ata 2 Sitesi Nilüfer Sokak No: 6
Üsküdar 34688 İSTANBUL / TURKEY
TEL: 0532 455 56 17
www.mobilyadergisi.com.tr
nesipuzun@mobilyadergisi.com.tr

Mobilya Dekorasyon Dergisi'ne gelen yazıların
yayınlanma hakkı dergiye, eserlerin sorumluluğu ise
yazarlarına aittir. İzinsiz yazı ya da resim kullanılamaz.

MOBİLYADERGİSİ SEYAD-IAFP
-FSM ÜYESİDİR
SAYI 196
EYLÜL - EKİM 2026

EYLÜL - EKİM 2026 SAYI: 196

DOSYA, ARAŞTIRMA, MAKALELER

- 15-25** Ormanı Büyüten Üretim, Türkiye'yi Büyüten Sanayi
COP31 Yolunda Türkiye Ormanları, Ahşap Esaslı
Panel Sektörü ve Karbon Ekonomisi
- 28-34** Türkiye'de Ahşap Esaslı Mutfak Ürünleri Pazarının
Tüketici Tercihleri ve Dış Ticaret Verileri Açısından
Değerlendirilmesi

SEKTÖREL HABERLER

- 10** Mobilya Yan Sanayisinin Üretim ve Tasarım
Gücü 28. İntermob Fuarı'nda Buluşacak
- 13** Ağaç İşleme Teknolojilerinde Yeni Yatırımlar ve
Uluslararası Ticaret Fırsatları İstanbul'da
Şekillenecek
- 26** 4 Ağustos 2026 tarihinde yürürlüğe giren Ziraî
Karantina Yönetmeliği. Sektörde
yeni bir tartışma yarattı.
- 36** Heimtextil 2027, yeni yapısı ve premium
segmentiyle sektörünü daha da geliştiriyor.
- 38** Exposicam bu yıl 19 - 20 Ekim 2026
tarihlerinde Pordenone 'de yine güçlü bir
katılımla gerçekleşiyor
- 42** EGGER Grup'un 2025/2026 Mali Yılına İstikrar ve
Geleceğe Yatırım Yön Verdi
- 48** 1-4 Mart 2027 tarihlerinde düzenlenecek
33. edisyonun, yeniden WTCKL ve MITEC'te
gerçekleştirilmesi planlanıyor.

schattdecor

reklam MOBİLYA indeksi

DEKORASYON advertisers index



Mobilya Dergisi
EYLÜL - EKİM 2026 sayısı
Ön Kapak



Mobilya Dergisi
EYLÜL - EKİM 2026 sayısı
Arka Kapak-EGGER

A Ahşap malzeme ve yarı mamul ürünler

Wooden material &
semi finished products

Arkopa
23

Airpak
66-67

Artpan
57

Beta Kimya
61

DİSA KULP
71

Divrik
75

Egger
Arka kapak

Gentaş
2-3

Hanex Orman Ürünleri
45

İçten Metal
69

İnterprint
35

Kastamonu Entegre
5

Kapsan Mobilya
47

Kayalar Kimya
53

Portakal Ahşap
51

Samet A.Ş

Ön Kapak İçi ve SF-1

Schattdcor

7

Sicam expo

41

İntermob Fuarı

9

Woodtech Makine Fuarı / 81

81

Yomsad

27



Sicam'da dağıtılacak FURNITURK'te yerinizi şimdiden ayırtınız

Türkiye'nin tek uluslararası Mobilya Sektör Dergisi FURNITURK INDUSTRY & DECORATION dergimizin yeni sayısı için hazırlıklar devam ediyor. Her yıl onlarca uluslararası fuarlarda dağıtılan dergimiz, Türk mobilya üreticilerine yurt dışı bağlantılar kurarak, ticari ilişkilerini geliştirmeyi ve Türkiye'yi dünya mobilya pazarında tanıtmayı hedefliyor.

Firmanız 1 sayfa reklam ile, tüm bu pazarlara ortak olacaktır.



INTERMOB

17 - 20 Eylül 2026

Perşembe - Pazar

www.intermobistanbul.com

Orman Ürünleri, Yonga Levha, Kapı, Kapak, Panel, Profil, Kaplama, Kenar Bandı

Mobilya Aksesuarları ve Sistemleri

Mobilya Kimyasalları, Boyalar, Yapıştırıcılar, Üretim Malzemeleri ve Ekipmanları

Döşemelik Malzeme ve Ekipmanları, Kumaş ve Sünger Kesme Makineleri



intermobistanbul



intermobistanbulfair



intermobist



Detaylı
bilgi için
QR kodunu
okutun!



TÜYAP FUAR VE KONGRE MERKEZİ BÜYÜKÇEKMECE | İSTANBUL

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

Mobilya Yan Sanayisinin Üretim ve Tasarım Gücü 28. İntermob Fuarı'nda Buluşacak

Mobilya sektöründe tüketici davranışlarını anlamak amacıyla MOSFED olarak Nielsen'a yaptırdığımız araştırmada, Türkiye genelinde 1.600 tüketiciye alışveriş alışkanlıklarını, önceliklerini, ödeme tercihlerini ve kampanya yaklaşımlarını sorduk.

Dikkat çekici sonuçlardan biri taksit sayısına ilişkin oldu. Bugün kredi kartıyla mobilya alışverişinde yasal taksit sınırı 9 ay. Bu sınırın artırılması gerektiğini yıllardır ilgili kurumlara iletiyoruz. Araş-



tırmamız, bunun yalnızca sektöründe değil, tüketicinin de

talebi olduğunu ortaya koyuyor. Kredi kartıyla taksitli alışveriş yapan tük-



keticilerin %56'sı 12 ay ve üzeri vade istiyor. Dahası, taksit kullananların %36'sı, ürünü ancak peşin fiyatına taksit uygulanırsa satın alacağını söylüyor. Bu sonuç, neden ödeme koşullarını kolaylaştırmaya çalıştığımızı gösteriyor. Mobilya sektörü yaklaşık 500 bin kişiye istihdam sağlıyor ve 5 milyar dolara yakın ihracat yapıyor. Ancak üretim, işçilik ve finansman maliyetlerimizdeki artış bizleri zorlamasına rağmen, kârimizdan feragat ederek bu artışı mümkün olduğunca ürün fiyatlarına yansıtmamaya çalışıyoruz. Vade farklarını sınırlıyor, kampanyalar yapıyor ve peşin fiyatına taksit gibi seçenekler sunuyoruz.

Araştırmanın ortaya koyduğu tablo, tüketicinin ödeme koşullarını satın alma kararının önemli bir parçası gördüğünü gösteriyor.

Tüketicilerin %90'ı fiyat karşılaştırması yapıyor. Ancak satın alma kararında ilk sırada %44 ile dayanıklılık, ikinci sırada %42 ile uygun fiyat geliyor. Yani tüketici sadece ucuza aramıyor; dayanıklı ve kaliteli bir ürünü, bütçesine uygun koşullarla satın almak istiyor. Tüketicilerin %53'ü kredi kartıyla taksitli ödemeyi tercih

ediyor. Bu grubun %56'sı ise taksit süresinin 12 ay ve üzerinde olmasını istiyor. Araştırma verileri, taksit isteyen tüketicinin mobilyaya ayırabildiği aylık ödeme gücünün 16.616 TL olduğunu gösteriyor. 9 aylık vade sınırı aylık taksit yükünü artırıyor. Bu durum tüketicuyu satın almaktan vazgeçmeye, alışverişini ertelemeye veya başka bir markaya yönelmeye itebiliyor. Nitekim tüketicilerin %81'i, daha uygun ödeme koşulu sunan markaya geçebileceğini söylüyor.

Araştırmanın mesajı çok net: Tüketici ihtiyacını karşılamak istiyor; ancak bunu bütçesine uygun ödeme koşullarıyla yapmak istiyor.

Mobilya, yüksek tutarlı ve uzun yıllar kullanılan

bir ürün. Bu nedenle daha uzun vadeli ve sağlıklı ödeme seçenekleri hem satın alma kararını kolaylaştıracak hem sektörün sürdürülebilir büyümesine ve kayıt dışılığın önlenmesine katkı sağlayacaktır. Yıllardır BDDK, Hazine ve Maliye Bakanlığı ve ilgili kurumlara ilettiğimiz bu talebin artık yalnızca sektörün değil, tüketicinin de ortak beklentisi olduğunu görüyoruz.

Bu nedenle, mobilyada kredi kartı taksit sınırının yeniden değerlendirilmesini ve taksit sayısının artırılmasını bekliyoruz. Çünkü mesele yalnızca daha fazla taksit değil. Mesele, tüketicinin ihtiyacı olan ürüne bütçesini zorlamadan ulaşabilmesidir.



Ağaç İşleme Teknolojilerinde Yeni Yatırımlar ve Uluslararası Ticaret Fırsatları İstanbul'da Şekillenecek

Ağaç işleme makineleri ve üretim teknolojileri sektörünün Avrupa'daki önemli buluşma platformlarından WoodTech, 39. kez kapılarını açmaya hazırlanıyor. Reed Tüyap Fuarcılık A.Ş. organizasyonunda, Ağaç İşleme Makine Sanayicileri Derneği (AIMSAD) iş birliği ve Avrupa Ağaç İşleme Makinesi İmalatçıları Federasyonu (EUMABOIS) desteğiyle düzenlenecek 39. Uluslararası Ağaç İşleme Makineleri, Kesici Takımlar ve El Aletleri Fuarı WoodTech, 22-25 Ekim 2026 tarihlerinde Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi'nde gerçek-



leştirilecek. Fuar, ağaç işleme teknolojilerinde otomasyon,

dijitalleşme, akıllı üretim ve sürdürülebilirlik odaklı yeni nesil çözümleri sektör



profesyonelleriyle buluşturacak.

Ağaç işleme endüstrisinin üretim zincirindeki, farklı teknolojileri aynı platformda bir araya getiren WoodTech; CNC işleme merkezlerinden panel ebatlama ve kenar bantlama sistemlerine, tomruk ve kereste işleme makinelerinden yüzey işleme teknolojilerine, kesici takımlardan otomasyon ve robotik sistemlere kadar geniş bir ürün ve teknoloji yelpazesi sunacak. Üretim kapasitesini ve verimliliğini artırmak isteyen profesyoneller, fuarda yeni makine ve teknoloji yatırımlarını doğrudan karşılaştırma ve çözümleri yerinde inceleme fırsatı bulacak. Akıllı Üretim ve Dijitalleşme Öne Çıkıyor

WoodTech 2026'da ağaç işleme sektörünün dönüşümünde giderek daha fazla önem kazanan akıllı ve entegre üretim sistemleri, CNC teknolojileri, otomasyon, endüstriyel robotik, dijital üretim ve üretim izleme çözümleri öne çıkacak. Fuar kapsamında ayrıca yüzey işleme ve kesici takım teknolojileri, veri toplama ve kalite kontrol sistemleri, üretim yazılımları, taşıma ve depolama çözümleri ile enerji verimliliğini destekleyen teknolojiler de ziyaretçilerin beğenisine sunulacak. Kereste

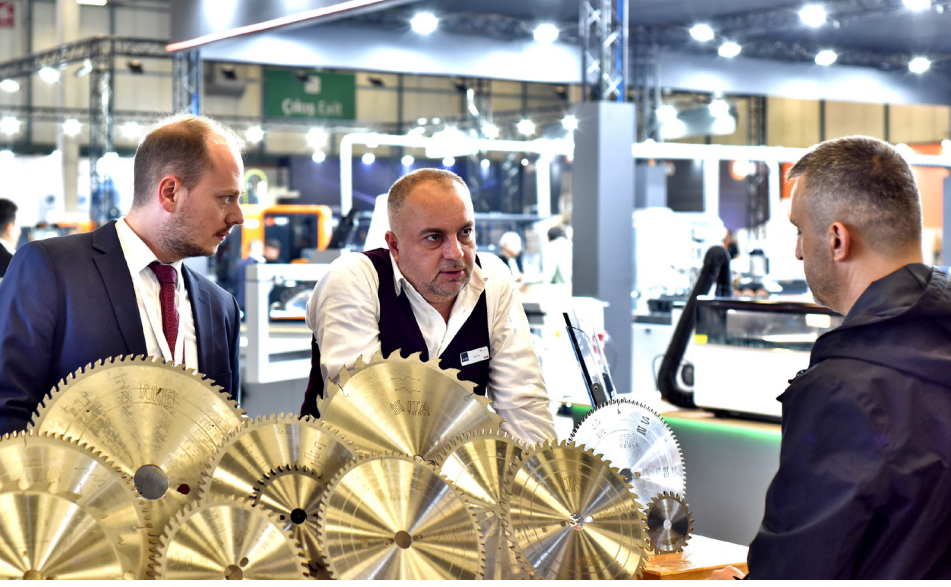
kurutma ve nem kontrolünden toz emme ve filtrasyon sistemlerine kadar üretim süreçlerinin farklı aşamalarına yönelik teknolojiler, daha verimli ve sürdürülebilir üretim hedefleyen firmalara alternatifler sunacak.

Türkiye'nin Üretim ve İhracat Gücü Uluslararası Pazarlara Taşınıyor Türkiye ağaç işleme makineleri sektörü, güçlü üretim altyapısı ve mühendislik yetkinliğinin yanı sıra ihracat performansı ile da makine sanayisinin önemli alanları arasında yer alıyor. Sektör 2025 yılında yaklaşık 354,1 milyon dolarlık üretim ve 143,4 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirirken, 107,2 milyon dolarlık ithalata karşılık 36,2 milyon dolar dış ticaret fazlası verdi. İhracatın ithalatı karşılama oranı ise yüz-

de 134 seviyesinde gerçekleşti.

WoodTech; Türkiye'nin üretim ve teknoloji gücünü uluslararası satın alma profesyonelleriyle buluşturarak sektörün küresel pazarlardaki görünürlüğünü artırmayı hedefliyor. 2026'nın ilk çeyreğinde Türkiye'nin ağaç işleme makineleri ihracatında Bulgaristan, Polonya ve İspanya öne çıkarken, fuar; Avrupa, Balkanlar, Orta Doğu, Kuzey Afrika, Kafkasya ve Orta Asya başta olmak üzere stratejik pazarlardan gelen profesyonel alıcıları İstanbul'da bir araya getirecek. Küresel iş birliği ağını güçlendirmeye devam eden fuar; bu doğrultuda yürütülecek özel alım heyeti çalışmaları ve bölgenin önde gelen yatırımcılarıyla gerçekleştirilecek stratejik B2B





görüşmeleri sayesinde sektörün uluslararası ticaret hacmine ivme kazandıracak. Bu kapsamlı buluşmalar, katılımcı firmalara yeni ihracat kapıları aralayarak bölgesel ticari ortaklıkların derinleşmesine zemin hazırlayacak.

Uluslararası Ticaret için Yeni Fırsatlar

WoodTech, teknoloji ve makine yatırımlarının sergilendiği bir fuar olmanın ötesinde, sektörün uluslararası ticaret hacmini geliştirecek bir iş platformu olarak da konumlanıyor. Fuarda yeni ihracat pazarlarına erişim, distribütörlük fırsatları ve uluslararası ticari iş birliklerinin geliştirilmesi hedefleniyor. Bu kapsamda; Uluslararası Alım Heyeti, rehberli bir fuar turu programıyla ilgi alanlarına göre belirlenen ürün gruplarını ve ilgili salonları daha verimli bir şekilde ziyaret etmeleri ve doğru kişilerle görüşme yapmaları mümkün olacak. Programın, uluslararası alıcıların doğru teknoloji ve tedarikçilerle daha kolay buluşmasına, katılımcı firmaların ise yeni ticari bağlantılar geliştirmesine katkı sunması amaçlanıyor.

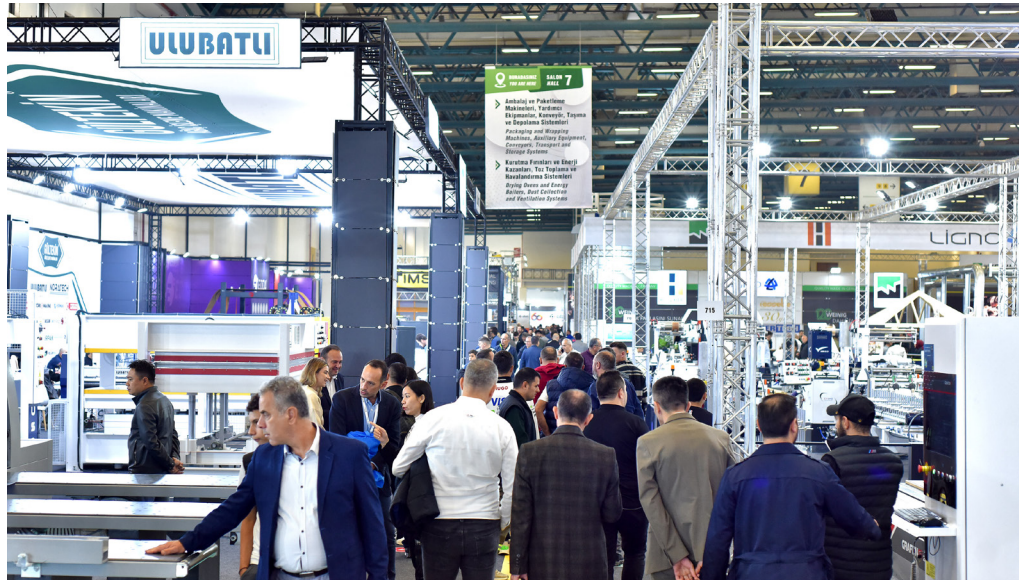
Geçen Yıl 96 Ülkeden Uluslararası Ziyaretçiye Ev Sahipliği Yaptı

WoodTech'in uluslararası niteliği, önceki yıllarda ulaşılan yüksek katılımcı ve ziyaretçi profiliyle de destekleniyor. 2025 yılında 22 ülkeden 317 katılımcı firma ve firma temsilcisini ağırlayan fuarı, 96 ülkeden 3 bin 477 uluslararası ziyaretçi dahil toplam 21 bin 76 profesyonel ziyaret etti. 2026 yılında stratejik hedef pazarlardan nitelikli yatırımcı, satın alma pro-

fesyoneli ve mobilya endüstrisi başta olmak üzere farklı sektörlerdeki karar vericilerinin fuarı ziyaret etmesi hedefleniyor.

Ağaç İşleme Teknolojileri İstanbul'da Buluşacak

Mobilya üreticileri, kereste ve panel üreticileri, fabrika ve üretim yöneticileri, makine ve teknoloji satın alma profesyonelleri, distribütörler, ithalatçılar ve uluslararası satın alma heyetlerini bir araya getirecek WoodTech 2026, 22-24 Ekim tarihlerinde 10.00-18.00, 25 Ekim'de ise 10.00-17.00 saatleri arasında ziyaret edilebilecek. WoodTech, ağaç işleme sektöründe üretim verimliliğini artıran teknolojiler ile uluslararası ticaret fırsatlarını aynı platformda buluşturarak, Türkiye'nin ağaç işleme makineleri sektöründeki üretim ve ihracat gücünün küresel pazarlarda daha görünür hale gelmesine katkı sağlamayı hedefliyor. 2026 yılında katılımcı olan tüm firmaların ve fuarda sergileyecekleri ürünlerin detaylı listesi ve fuar giriş bileti için woodtechistanbul.com adresini ziyaret edebilirsiniz.

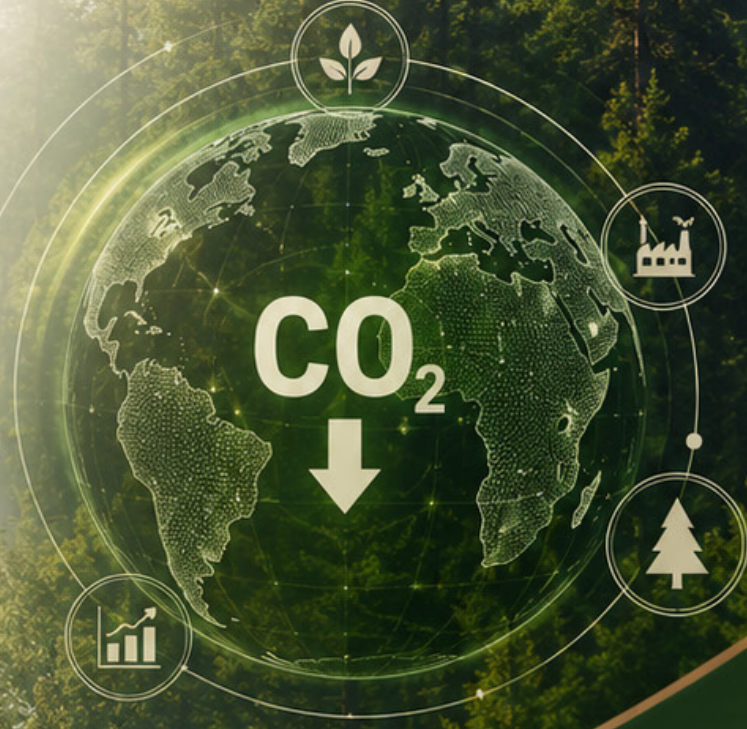


COP31

YOLUNDA

TÜRKİYE ORMANLARI,

AHŞAP ESASLI
PANEL SEKTÖRÜ
VE KARBON
EKONOMİSİ



SÜRDÜRÜLEBİLİR
ORMANLAR



YENİLİKÇİ
PANEL SEKTÖRÜ



KARBON NÖTR
GELECEK



KARBON EKONOMİSİNE
GEÇİŞ

DOĞADAN GELECEĞE, AHŞAPLA DÖNÜŞÜME

Ormanı Büyüten Üretim, Türkiye'yi Büyüten Sanayi

COP31 Yolunda Türkiye Ormanları, Ahşap Esaslı
Panel Sektörü ve Karbon Ekonomisi



Haluk Yıldız
YOMSAD Genel Başkanı
TOBB Orman Ürünleri Meclisi
Başkanı



Türkiye'nin orman alanı büyürken ağaç serveti ve yıllık artımı da yükseldi; planlı üretim bu biyolojik kapasite içinde gelişti. Önümüzdeki hedef, sürdürülebilir orman yönetimini güçlü sanayi, yüksek katma değerli ihracat ve güvenilir karbon politikasıyla birleştirmektir. Üretim ormanın dostudur. Plansız, kayıt dışı

ve ekosistemin taşıma kapasitesini gözetmeyen müdahaleler ormanlara zarar verirken; amenajman planlarına, silvikültür ilkelerine ve ormancılık biliminin gereklerine uygun üretim, sürdürülebilir orman yönetiminin vazgeçilmez bir parçasıdır.

Bilim ve tekniğe uygun orman üretimi, yalnızca sanayiye ham madde sağlamaz; ormanın gençleşmesine, sağlığının korunmasına, büyüme gücünün artırılmasına ve iklim değişikliğine karşı daha dirençli hâle gelmesine de katkıda bulunur.

Gençlik ve kültür bakımları, aralamalar, sıklık bakımları, rehabilitasyon çalışmaları, sağlık kesimleri ve gençleştirme uygulamaları sırasında baskı altında kalmış,

lıği düzenlenir; sağlıklı ağaçların ışık, su ve besin maddelerinden daha iyi yararlanması sağlanır. Uygun türlerin gelişmesi desteklenir, ormanda biriken yanıcı materyal azaltılır ve yangına müdahale imkânları güçlendirilir.

Elbette her kesimin kendiliğinden yararlı olduğunu söylemek mümkün değildir. Olumlu sonuç ancak işlemin doğru yerde, doğru zamanda, uygun yöntemle ve yetkili orman mühendisleri-

ması, toprak ve su değerlerinin gözetilmesi ve kesilen alanların yeniden ormanlaştırılması bu sistemin temel şartlarıdır.

Türkiye'nin büyüyen orman varlığı

Orman Genel Müdürlüğü'nün yayımladığı Türkiye Orman Varlığı 2025 verilerine göre ülkemizin orman alanı 23 milyon 375 bin hektara ulaşmıştır. Bu alan Türkiye yüzölçümünün yaklaşık yüzde 30'una karşılık gelmektedir.

1973 yılında yaklaşık 20 milyon 199 bin hektar olan orman alanı, 2025'te 23 milyon 375 bin hektara yükselmiştir. Böylece orman alanında yüzde 15,7 oranında artış gerçekleşmiştir.

Alan artışından daha dikkat çekici gelişme ise ormanlardaki ağaç servetinde görülmektedir. Türkiye'nin dikili ağaç serveti 1973'te 935,5 milyon metreküp iken 2025'te yaklaşık 1 milyar 807 milyon metreküpe ulaşmıştır. Başka bir ifadeyle, orman servetimiz aynı dönemde yüzde 93'ün üzerinde artmıştır.

Yıllık cari artım da 28,1 milyon metreküpten 50,9 milyon metreküpe yükselmiştir. Bu gelişme, Türkiye ormanlarının yalnızca alan olarak büyümediğini; nitelik, hacim ve biyolojik üretim kapasitesi bakımından da güçlendiğini göstermektedir.

hastalanmış, zarar görmüş veya gelişimini tamamlamış ağaçların sahadan çıkarılması gerekebilir. Bu müdahalelerle meşcere sık-

nin gözetiminde gerçekleştirilmesiyle elde edilebilir. Üretim miktarının yıllık artımı aşmaması, biyolojik çeşitliliğin korun-



ORMAN ALANI	AĞAÇ SERVETİ	YILLIK CARİ ARTIM	PLANLANAN ETA
23,375 milyon ha	1,807 milyar m ³	50,9 milyon m ³	26,1 milyon m ³

Kaynak: Orman Genel Müdürlüğü, Türkiye Orman Varlığı 2025.

2025 yılı amenajman planlarında elirlenen toplam yıllık eta yaklaşık 26,1 milyon metreküptür. Bu rakam yıllık 50,9 milyon metreküplük cari artımın yaklaşık yüzde 51'ine karşılık gelmektedir.

Ormancılık bakımından esas güvence, üretimin yasaklanması değil; üretim miktarının ormanın yıllık artımına ve amenajman planlarına bağlı tutulmasıdır. Türkiye'de planlanan eta, yıllık cari artımın yaklaşık yarısı düzeyindedir.

Ormanlarımızın yüzde 40,5'i ekonomik, yüzde 51,8'i ekolojik ve yüzde 7,7'si sosyokültürel fonksiyonlara ayrılmıştır. Bu dağılım, Türkiye ormancılığının yalnızca odun üretimine dayalı olmadığını; koruma, su, toprak, biyolojik çeşitlilik, toplum sağlığı, rekreasyon ve kırsal kalkınma işlevlerini birlikte değerlendirdiğini ortaya koymaktadır.

Orman serveti artarken üretim de arttı

Türkiye'nin endüstriyel odun üretimi 2000 yılında yaklaşık 7,3 milyon metreküp seviyesindeydi. Orman Genel Müdürlüğü'nün 2025 yılı faaliyet verilerine göre endüstriyel odun üretimi 25 milyon 428 bin metreküpe ulaşmıştır.

Bu artışı yalnızca 'daha fazla ağaç kesilmesi' olarak değerlendirmek yanlış olur. Aynı dönemde ormanların dikili serveti, yıllık artımı, planlama kapasitesi, yol ve üretim altyapısı ile verimli orman alanlarının payı da yükselmiştir. Yakacak odun ağırlıklı kullanım azalırken odunun sanayi hammaddesi ve katma değerli ürün olarak değerlendirilmesi güçlenmiştir.

Bugünkü üretim, ormanların amenajman planlarında belirle-



nen biyolojik üretim kapasitesine göre programlanmaktadır. Nitekim 2025'te gerçekleşen 25,4 milyon metreküplük endüstriyel odun üretimi, 50,9 milyon metreküplük yıllık cari artımın oldukça altındadır.

lar, diğer sektörlerde kullanım imkânı sınırlı ürünler, sanayi artıkları ve teknik olarak uygun geri kazanılmış odunlar MDF, yonga levha ve OSB üretiminde değerlendirilebilir.

Bu

Türkiye'de orman ürünleri sanayisinin büyümesi ile orman varlığının büyümesi birbirinin alternatifi olmamıştır. Planlı üretim devam ederken orman alanı, ağaç serveti ve yıllık artım da yükselmiştir.

Dolayısıyla sürdürülebilirlik, üretimi durdurmak anlamına gelmez. Asıl hedef; ormanın artım kapasitesini güçlendirmek, üretimi bu kapasitenin içinde tutmak ve elde edilen odunun mümkün olan en yüksek katma değerle kullanılmasını sağlamaktır.

Orman ürünleri sanayisi ormancılığın paydaşıdır

Ahşap esaslı panel sanayisi, ormancılık faaliyetleri sonucunda ortaya çıkan farklı nitelik ve çaplardaki hammaddenin ekonomik değere dönüşmesini sağlar. Bakım kesimlerinden elde edilen ince çaplı odun-

sektör olmasaydı söz konusu hammaddenin önemli bir bölümünün düşük değerli kullanımlara yönelmesi veya ormanda bırakılmasının doğuracağı ilave bakım ve yangın riski maliyetleri gündeme gelebilirdi. Panel sanayisi, orman bakım çalışmalarının ekonomik olarak sürdürülebilmesine pazar mekanizması yoluyla destek sağlamaktadır.

Sektör aynı zamanda:

- Yerli ve yenilenebilir hammadde kullanarak ithal girdilere bağımlılığın azaltılmasına,
- Orman köylülerinin ve kooperatiflerin istihdamına,
- Nakliye, makine, kimya, lojistik, mobilya ve inşaat sektörlerinin gelişmesine,
- Sanayi artıklarının ve uygun geri kazanılmış odunların ekonomiye yeniden kazandırılmasına,
- Mobilya ihracatında yerli ara malı kullanılmasına,
- Odunun bünyesinde-

ki karbonun ürünlerin kullanım ömrü boyunca depolanmasına katkı sağlamaktadır.

Türkiye bugün MDF, yonga levha ve OSB üretiminde Avrupa'nın ve dünyanın önde gelen üreticilerinden biridir. Bu kapasite yalnızca fabrikalardan ibaret değildir. Arkasında orman mühendisleri, orman işçileri, kooperatifler, nakliyeciler, teknik personel, makine üreticileri, tasarımcılar ve mobilya sanayisinden oluşan geniş bir değer zinciri bulunmaktadır.

Orman ürünleri sanayisi ormana rakip değil, sürdürülebilir ormancılığın ekonomik ve toplumsal paydaşıdır. Sektörün saygınlığı; yerli kaynağı verimli kullanmasından, kırsal istihdam yaratmasından ve yenilenebilir malzemeyi katma değerli ürüne dönüştürmesinden kaynaklanmaktadır.

Dördüncü Kalkınma Planı'ndan bugüne uzanan görev

Türkiye'de ormancılık ile orman ürünleri sanayisinin birlikte planlanması yeni bir yaklaşım değildir. 1979-1983 dönemini kapsayan Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı, bugünkü yapının gelişmesinde önemli bir tarihsel eşik oluşturmuştur.

Plan'da ormancılık sektörü için üretim ve koruma yolları, amenajman planları, orman sınırlandırma çalışmaları, ağaçlandırma, erozyon kontrolü ve mera ıslahına ilişkin somut hedefler belirlenmiştir. Plan döneminde 31 bin kilometre

Orman ürünleri sanayisi ormana rakip değil, sürdürülebilir ormancılığın ekonomik ve toplumsal paydaşıdır. Sektörün saygınlığı; yerli kaynağı verimli kullanmasından, kırsal istihdam yaratmasından ve yenilenebilir malzemeyi katma değerli ürüne dönüştürmesinden kaynaklanmaktadır.

üretim yolu, 5 bin kilometre koruma yolu, 13 bin 500 kilometre stabilize yol ve 11,3 milyon hektarlık amenajman çalışması öngörülmüştür.

Plan, ağaçlandırma çalışmalarının orman ürünleri sanayisinin uzun vadeli hammadde gereksinimi dikkate alınarak yürütülmesini istemiştir. Ekolojik koşulların uygun olduğu alanlarda hızlı gelişen türlere dayalı plantasyonların kurulması ve özellikle lif-yonga sanayisinin küçük çaplı odun ihtiyacını karşılayacak kaynakların geliştirilmesi öngörülmüştür.

Amenajman planlarının zamanında yenilenmesi, dikili ağaç servetinin en uygun biçimde işletilmesi, orman arazisinin potansiyel verim gücünden yararlanılması ve üretimin aksamaması da planın temel görevleri arasında yer almıştır.

Dördüncü Plan'ın dikkat çekici hükümlerinden biri de işletmecilik faaliyetlerinde ormancılık tekniğine uygun toplu üretim yöntemlerine geçilmesi, makine parkının verimli kullanılması, tam yıl çalışmanın geliştirilmesi, altyapının tamamlanması ve personelin eğitilmesidir.

Orman yangınlarına karşı emniyet yolları ve şeritlerinin geliştirilmesi, kontrollü yakma tekniklerinin araştırılması ve orman köylülerinin kurduğu kooperatiflerin orman işletmeciliği ile orman ürünlerinin değerlendirilmesindeki etkinliğinin artırılması da görevler arasında sayılmıştır.

Dördüncü Plan'ın yaklaşımı,

dönemin şartları gereği öncelikle hammadde arz güvenliği ve yerli sanayinin beslenmesi üzerine kuruluydu. Plan'da odun dışsatımının yapılması ve üretimin ülke içindeki sektör talebine göre, arz açığı doğurmayacak biçimde düzenlenmesi öngörülmüştü.

Ormanların korunması, üretimin planlanması, sanayi hammaddesinin güvence altına alınması ve orman köylüsünün kalkındırılması birbirinden ayrı görevler değildir.

On İkinci Kalkınma Planı: Koruma, üretim ve ihracat birlikte



2024-2028 dönemini kapsayan On İkinci Kalkınma Planı, Dördüncü Plan'da kurulan hammadde arzı ve sanayileşme yaklaşımını günümüzün yeşil dönüşüm, ihracat, döngüsel ekonomi ve karbon piyasası hedefleriyle ileri bir aşamaya taşımaktadır.

Plan'da şu hedefler açık biçimde yer almaktadır:

- İklim değişikliğine dayanıklı ormanların kurulması,
- Ormanların yutak alan fonksiyonlarını artıracak yönetim planlarının geliştirilmesi,
- Orman ürünlerinin mümkün olan en uzun süre kullanılması, tekrar kullanım ve geri dönüşümün artırılması,
- Gönüllü karbon piyasası ve yeşil sertifikasyon uygulamalarının geliştirilmesi,
- Türkiye'deki ormancılık firmalarının uluslararası faaliyetlerinin desteklenmesi,

- Ormancılık istatistiklerinin uluslararası standartlarla uyumlu hâle getirilmesi.

‘Orman kaynaklı ürün ve hizmetler, sürdürülebilir orman yönetimi ilkeleri çerçevesinde ihracat odaklı çeşitlendirilecek, sektörün ekonomideki payı artırılabilecektir.’ - On İkinci Kalkınma Planı, Politika 501

Bu hedefin altında orman varlığının yoğun olduğu bölgelerde orman ürünleri ihtisas organize sanayi bölgelerinin kurulması, kümelenmenin sağlanması, sertifika uygulamalarının yaygınlaştırılması ve ticaretin kolaylaştırılması öngörülmektedir.

Ayrıca:

- Konutlarda ve iş yerlerinde ahşap kullanımının yaygınlaştırılması,
- Özel sektör tarafından gerçekleştirilecek hızlı gelişen tür ağaçlandırmalarının desteklenmesi,
- Orman köylülerinin yerinde istihdam edilmesi,
- Girdi maliyetlerine yönelik düzenlemeler yapılarak fiyat istikrarının sağlanması,
- Orman ürünlerinin daha fazla istihdam ve katma değer sağlayan sektörlerde kullanımının artırılması hedeflenmektedir.

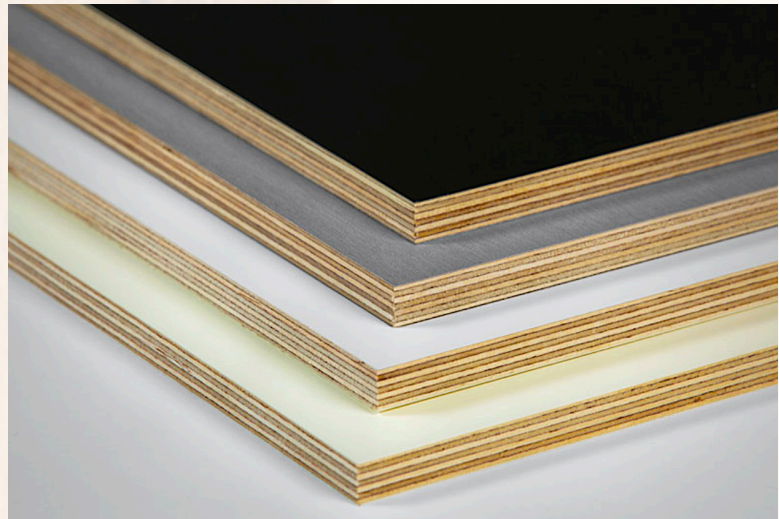
Plan'ın 502.1 numaralı tedbiri, ormancılıkta üretim-bakım ilişkisini açık biçimde ortaya koymaktadır. Buna göre orman yangınlarıyla etkin mücadele, biyolojik çeşitliliğin geliştirilmesi ve karbon depolamanın sağlanması için başta genç meşcereler olmak üzere bütün bakım müdahalelerine öncelik verilecektir. Bu hüküm son derece önemlidir. Çünkü

orman bakımı yalnızca gider oluşturan bir kamu faaliyeti değildir. Bakım sonucunda elde edilen hammaddenin sanayi tarafından değerlendirilmesi, yapılan silvikültürel müdahalenin ekonomik sürdürülebilirliğine destek olur. On İkinci Kalkınma Planı Orman Ürünleri Özel İhtisas Komisyonu Raporu da sektörün stratejik sektör olarak tanımlanmasını, hammadde maliyetlerinin azaltılmasını, fiyat istikrarının sağlanmasını, karbon ayak izinin belirlenmesini, ulusal karbon yutak mevzuatının geliştirilmesini ve uluslararası karbon piyasalarında ormanlarımızın iklim değerinden yararlanılmasını önermektedir. Dördüncü Plan'ın 'yerli sanayiye hammadde sağlama' hedefi ile On İkinci Plan'ın 'ihracat odaklı, sertifikalı, döngüsel ve yüksek katma değerli üretim' hedefi aynı kalkınma çizgisinin farklı dönemlerdeki aşamalarıdır.

Desteklenmesi gereken stratejik bir sektör

Kalkınma planlarında belirlenen hedeflerin hayata geçirilebilmesi için ahşap esaslı panel sanayisinin yalnızca düzenlemelere tabi tutulan bir üretim alanı olarak değil, stratejik bir dönüşüm ortağı olarak görülmesi gerekir.

- Öngörülebilir hammadde politikası: Amenajman planları ve üretim programları çerçevesinde orta ve uzun vadeli arz projeksiyonları sektörle paylaşılmalıdır.
- Fiyat istikrarı: Hammadde satış sistemleri, piyasa dalgalanmalarının sanayi yatırımlarını ve ihracat taahhütlerini zora sokmasını önleyecek şekilde geliştirilmelidir.
- Endüstriyel ağaçlandırma: Doğal ormanlar üzerindeki üretim baskısını azaltmak ve sanayiye düzenli hammadde sağlamak amacıyla uygun alanlarda hızlı gelişen türlere dayalı, ekolojik ve sosyal koşulları gözetilen endüstriyel plantasyonlar desteklenmelidir.



- Geri kazanılmış odun: Teknik ve sağlık standartlarına uygun geri kazanılmış odunun toplanması, sınıflandırılması ve yeniden panel üretimine kazandırılması için ulusal sistem kurulmalıdır.

- Yeşil dönüşüm finansmanı: Enerji verimliliği, yenilenebilir enerji, emisyon azaltımı, düşük emisyonlu bağlayıcılar, çevresel ürün beyanları ve izlenebilirlik yatırımları uygun finansman araçlarıyla desteklenmelidir.

- İhtisas OSB'leri ve kümelenme: Orman varlığının yoğun olduğu bölgelerde hammaddeye yakın, ortak enerji, lojistik, geri dönüşüm ve Ar-Ge altyapısına sahip orman ürünleri ihtisas bölgeleri oluşturulmalıdır.

- Ahşap yapı politikası: Kamu binaları başta olmak üzere yapılarda ahşap ve ahşap esaslı ürün kullanımını teşvik eden standartlar, yapı mevzuatı ve yeşil kamu alımı kriterleri geliştirilmelidir.

Bu destekler yalnızca belirli işletmelere sağlanacak avantajlar olarak görülmemelidir. Bunlar, yerli ve yenilenebilir kaynağın ülke içinde işlenerek katma değer kazanmasını sağlayacak sanayi politikası araçlarıdır.

Ormandaki karbon, ürün-de yaşamaya devam ediyor

Türkiye ormanlarında 2025

itibarıyla yaklaşık 2 milyar 86 milyon ton karbon depolandığı hesaplanmıştır. Bu değer 2020'ye göre yaklaşık 95,5 milyon ton daha yüksektir.

Ancak toplam karbon stoğu, yıllık net yutak ve ticarete konu karbon kredisi aynı kavramlar değildir. Bir orman karbon projesinin kredi

yangın nedeniyle karbon kaybı, bağımsız doğrulama ve ulusal katkı beyanıyla uyum açık biçimde düzenlenmelidir.

Oregon'da EFM tarafından gerçekleştirilen 100 milyon doların üzerindeki orman yatırımı, dünyada orman değerinin nasıl değiştiğini göstermektedir. Yaklaşık 11 bin 735 hektarlık alana ilişkin modelde odun



üretebilmesi için ilave katkı, referans senaryosu, kalıcılık, sızıntı, ölçme-raporlama-doğrulama ve mükerrer sayımın önlenmesi gibi şartların karşılanması gerekir.

2026 yılında kabul edilen 7584 sayılı Kanun'la Orman Kanunu'na eklenen hüküm, Orman Genel Müdürlüğüne karbon yutak alanları oluşturma, oluşturulan alanları yönetme ve karbon piyasası değerini dikkate alan uygulamalar geliştirme imkânı vermiştir.

Bu düzenleme önemli bir başlangıçtır. Ancak asıl başarı, çıkarılacak ikincil mevzuatın güvenilirliğiyle ölçülecektir. Karbon hakkının tanımı, gelir paylaşımı, orman köylüsünün katılımı,

üretimi, uzun üretim rotasyonları, karbon gelirleri, restorasyon, biyolojik çeşitlilik ve rekreasyon birlikte ele alınmaktadır.

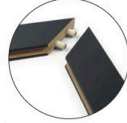
Türkiye ile Oregon'un mülkiyet ve yönetim sistemleri farklıdır. Bununla birlikte örnek, karbon gelirlerinin orman bakımını, restorasyonu ve uzun dönemli yönetimi finanse edebileceğini göstermesi bakımından önemlidir.

Odun sürdürülebilir biçimde üretildikten sonra MDF'ye, yonga levhaya, OSB'ye, mobilyaya veya yapı malzemesine dönüştürüldüğünde, bünyesindeki karbon ürünün kullanım süresi boyunca depolanmaya devam eder. Ürünün yeniden kullanılması ve geri dö-

CUSTOM MADE DOORS HAZIR KAPAK



8 mm Groove MDF Profile
8 mm Kanallı MDF Profil



Dowel & Hole Lock System
Kavela & Delik Kilit Sistemi

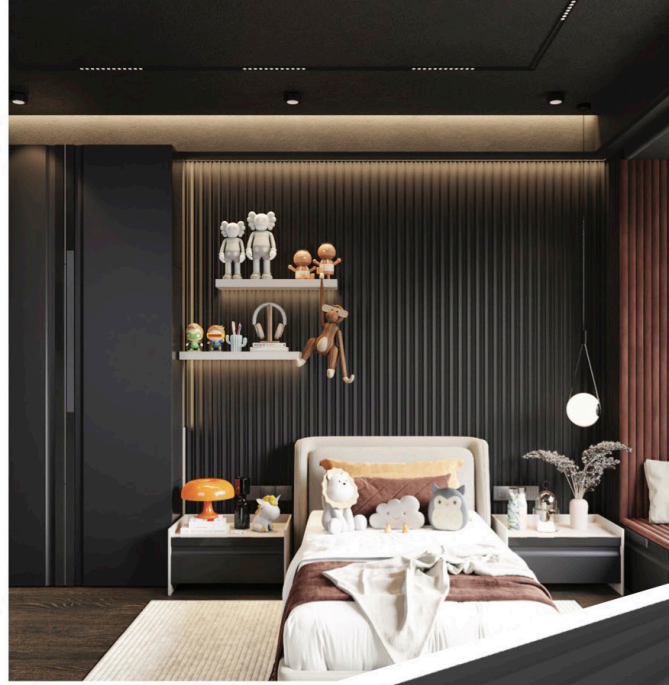


45 Degree Joint
45 Derece Birleşim



Invisible Assembly
Görünmez Montaj

WALL PANELS DUVAR LAMBRI



POSTFORM PANELS POSTFORM KAPAKLAR



SOFTFORM PANELS SOFTFORM KAPAKLAR



Fabrika

Organize Sanayi Bölgesi 17. Cadde No: 2/C 38070
Melikgazi / KAYSERİ / TÜRKİYE

+90 352 321 26 11 +90 352 321 26 10

arkopa@arkopa.com.tr

/arkopaahsappanel /company/arkopa @/arkopaahsappanel

arkopa.com.tr



E - Catalog

E - Katalog



nüştürülmesi bu süreyi daha da uzatır. İklim politikası ormandaki karbonla bitmemeli; hasat edilmiş ahşap ürünlerinde depolanan karbonu ve ahşabın karbon yoğun malzemelerin yerine kullanılmasından doğan ikame faydasını da dikkate almalıdır.

EUDR: Türkiye'nin düşük risk avantajı

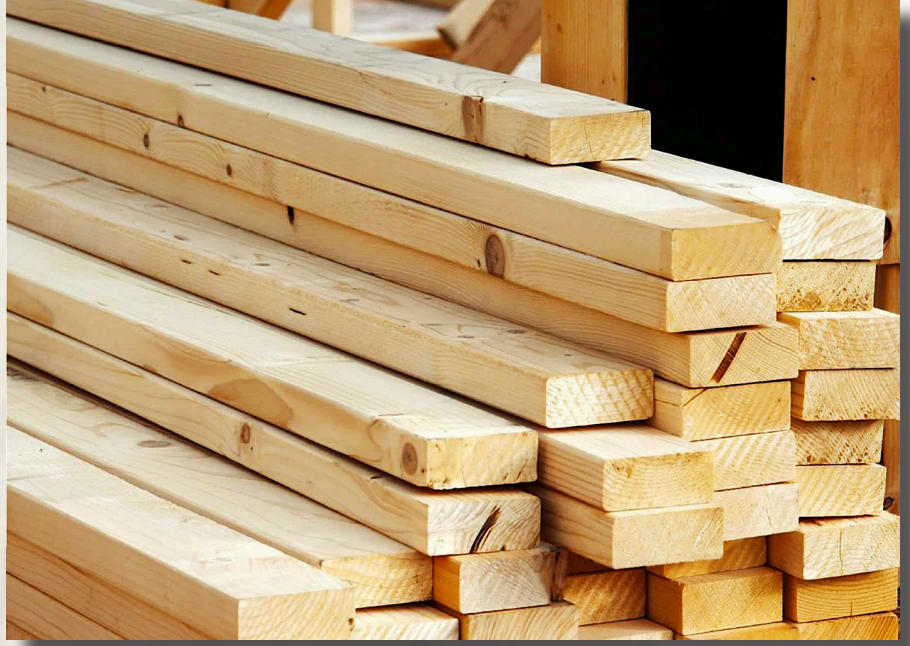
Avrupa Birliği Ormansızlaşmanın Önlenmesi Tüzüğü, büyük ve orta ölçekli işletmeler bakımından 30 Aralık 2026'da uygulanmaya başlayacaktır. Diğer mikro ve küçük işletmeler için tarih 30 Haziran 2027'dir.

Türkiye, Avrupa Birliği'nin sınıflandırmasında düşük riskli ülkeler arasında yer almaktadır. Bu önemli bir ticari avantajdır ancak yükümlülüklerden muafiyet sağlamamaktadır.

MDF, yonga levha ve OSB ürünlerinin ormansızlaşmaya veya orman bozulmasına yol açan alanlardan gelmediğinin, üretim ülkesinin mevzuatına uygun olduğunun ve hammaddenin coğrafi kaynağının belirlenebildiğinin gösterilmesi gerekecektir.

Sektör açısından en önemli ihtiyaç, ormandaki üretim bölmesinden fabrikaya ve ihraç edilen ürüne kadar uzanan dijital izlenebilirlik zinciridir. Türkiye'nin düşük risk statüsü korunmalı ve OGM'nin amenable, üretim, izin ve coğrafi bilgi sistemleri ihracatçıların kullanabileceği doğrulanabilir altyapıyla ilişkilendirilmelidir.

EUDR, doğru hazırlık yapılırsa yalnızca bir maliyet olmayacaktır. Türkiye'nin planlı ormancılık yapısının, kayıtlı üretiminin ve büyüyen orman varlığının Avrupa pazarındaki güvenilirliğini güçlendirebilir.



Sınırdaki karbon ve sektörümüze etkisi

Avrupa Birliği Sınırdaki Karbon Düzenleme Mekanizmasının kesin dönemi 1 Ocak 2026'da başlamıştır. Mevcut kapsamda çimento, demir-çelik, alüminyum, gübre, elektrik ve hidrojen bulunmaktadır. Ahşap esaslı paneller ile mobilya doğrudan kapsamda değildir.

Buna karşılık enerji, çelik, alüminyum, makine, kimyasal girdi ve lojistik maliyetleri üzerinden dolayı etkiler oluşacaktır. Avrupa'daki müşteriler ürün karbon ayak izi, yenilenebilir enerji kullanımı, çevresel ürün beyanı ve yaşam döngüsü analizi talep etmeye başlamıştır. Bu dönüşüm sektörümüz açısından fırsat da sunmaktadır. Binalarda yaşam döngüsü karbonunun esas alınması hâlinde, yenilenebilir bir kaynak olan ahşap; çelik, beton ve fosil kökenli malzemeler karşısında daha güçlü bir konuma gelebilir.

COP31'den beklentilerimiz

9-20 Kasım 2026 tarihlerinde Antalya'da gerçekleştirilecek COP31,

Türkiye'nin orman ve ahşap vizyonunu dünyaya anlatması için tarihî bir fırsattır.

YOMSAD olarak beklentimiz,

ormancılık ve orman ürünleri sanayisinin konferans gündeminde yalnızca emisyon veya hammadde başlıkları altında değil; karbon depolama, döngüsel ekonomi, kırsal kalkınma, yeşil istihdam ve düşük karbonlu yapılaşmanın çözüm ortağı olarak değerlendirilmesidir.

COP31 sürecinde:

- Sürdürülebilir orman yönetimi ile planlı üretim arasındaki olumlu ilişkinin anlatılması,
- Bakım müdahalelerinin yangın direnci, biyolojik çeşitlilik ve karbon depolama bakımından önemini vurgulanması,
- Hasat edilmiş ahşap ürünlerinde depolanan karbonun iklim politikalarında görünür kılınması,
- Ahşabın kamu binalarında ve düşük karbonlu yapılarda kullanımının teşvik edilmesi,
- EUDR

ile uyumlu ulusal izlenebilirlik sisteminin kurulması, Karbon piyasalarında orman ve ahşap ürünlerinin bilimsel ölçütlerle değerlendirilmesi,

- Sanayinin enerji verimliliği ve karbonsuzlaşma yatırımlarına finansman sağlanması,
- Orman köylüsü, kooperatifler, sanayi ve kamu arasında adil değer paylaşımı oluşturulması,

- Özel sektörün COP31 hazırlıklarında kurumsal paydaş olarak temsil edilmesi gerekmektedir.

COP31'den beklentimiz, ormanı yalnızca dokunulmaması gereken bir alan, sanayiye de yalnızca kaynak kullanan bir yapı olarak gören siğ yaklaşımın aşılmasıdır. Sağlıklı orman, planlı üretim, güçlü sanayi ve iklim politikası aynı değer zincirinin parçalarıdır.

Sonuç: Ormandan ihracata uzanan değer zinciri

Türkiye'nin orman alanı büyümüş, ağaç serveti yaklaşık iki katına çıkmış, yıllık cari artımı güçlenmiş ve endüstriyel odun üretimi bu biyolojik kapasiteye bağlı olarak yükselmiştir.

Şimdi yapılması gereken, bu kaynağı yalnızca hammadde olarak değil; tasarım, teknoloji, mobilya, yapı sistemi, ihracat ve karbon değeri taşıyan stratejik bir varlık olarak değerlendirmektir.

Dördüncü Kalkınma Planı Türkiye'nin sanayisine hammadde sağlayacak ormancılık altyapısını tarif etmişti. On İkinci Kalkınma Planı ise bu yapının ihracat odaklı, sertifikalı, döngüsel ve düşük karbonlu bir mode-



le dönüşmesini hedefliyor.

Türkiye'nin hedefi daha az değer üretmek değil; ormanların sürdürülebilirliğini güvence altına alarak her metreküp odundan daha fazla ekonomik, sosyal ve iklimsel değer elde etmek olmalıdır. Güçlü orman teşkilatı, büyüyen orman varlığı, sorumlu sanayi ve doğru kamu politikaları birlikte hareket ettiğinde Türkiye, ahşap esaslı ürünlerde yalnızca büyük bir üretici değil; düşük karbonlu geleceğin küresel oyuncularından biri olabilir.

Kaynaklar ve bağlantılar Türkiye Orman Varlığı 2025

<https://www.ogm.gov.tr/tr/duyurular/turkiye-orman-varligi-2025-kitabi-yayinlandi>

Orman Genel Müdürlüğü 2025

Faaliyet Raporu <https://www.ogm.gov.tr/tr/e-kutuphane-sitesi/FaaliyetRaporu/2025%20-%20Orman%20Genel%20M%C3%BCd%C3%BCrl%C3%BC%20Faaliyet%20Raporu.pdf>

Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı, 1979-1983

<https://www.gmka.gov.tr/dokumanlar/yayinlar/Dorduncu-Ulusal-Kalkinma-Plani.pdf>

On İkinci Kalkınma Planı, 2024-2028

https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2023/11/On-Ikinci-Kalkinma-Planı_2024-2028_17112023.pdf

On İkinci Kalkınma Planı Orman Ürünleri Özel İhtisas Komisyonu Raporu

https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2025/08/Orman-Urunleri-OIK-Raporu_01082025.pdf **7584 sayılı Kanun**

<https://www.tbmm.gov.tr/Yasama/Kanun/A15BB2E5-7758-4B60-A3BD-019CE222957A>

OGM-UNDP Düşük Maliyetli Enerji Verimli Ahşap Binalar Projesi

<https://www.undp.org/tr/turkiye/projects/turkiyede-dusuk-maliyetli-enerji-verimli-ahsap-binalarin-tesvik-edilmesi-projesi>

WoodPoP - Avrupa Ahşap Politikası Platformu

<https://woodpop.eu/> **EFM Oregon orman ve karbon yatırımı** <https://carboncredits.com/efm-100-million-oregon-forest-carbon-investment/>

EFM sürdürülebilir orman yönetimi yaklaşımı <https://efmi.com/what-we-do/management-approach> **Avrupa Birliği Ormansızlaşmanın Önlenmesi Tüzüğü - EUDR** https://environment.ec.europa.eu/topics/forests/deforestation/regulation-deforestation-free-products_en

EUDR ülke risk sınıflandırması https://green-forum.ec.europa.eu/nature-and-biodiversity/deforestation-regulation-implementation/eudr-cooperation-and-partnerships/country-classification-list_en

Avrupa Birliği Sınırdaki Karbon Düzenleme Mekanizması https://taxation-customs.ec.europa.eu/carbon-border-adjustment-mechanism/cbam-definitive-regime_en

COP31 Antalya <https://unfccc.int/cop31>

YOMSAD : <https://yomsad.org.tr/>

4 Ağustos 2026 tarihinde yürürlüğe giren **Zirai Karantina Yönetmeliği.** Sektörde yeni bir tartışma yarattı.

168-169-170 nolu maddeler Ceviz ile ilgili.190-191-192 maddeler Meşe ile ilgili olarak yurtdışından bu iki ürünün kereste kaplama ve tomruk olarak ithalatını yasaklıyor. Bu iki malzemenin

Kereste ve tomruk olarak ithalatı yasaklayan yönetmelik, gerekli çalışmalar yapılmadan alacele alınmış bir karar gibi görünüyor. Mobilya ve kaplama sektöründe kaliteli ithal ürün konusunda Türkiye'nin ihtiyacı olan ürünler şu anda ithalatı yapılan ve yolda olan bağlantıları gerçekleşen her iki grup içinde derinlemesine ve kapsayıcı bir çalışma yapılmadan ilgili kurum ve kuruluşların dernek ve odaların görüşleri alınmadan biraz acele hazırlanmış bir yönetmelik gibi görünüyor. Yönetmelik kendi içinde de çelişkileri barındırıyor. İthalatın imalat sektörü üzerindeki etkileri ve katkıları değerlendirilmeden gecelik kararname gibi yayınlanmış görünüyor. 4 haziran öncesi yola çıkan konteyner ve gemileri kapsıyor mu. Gümrüklerde gerekli çalışma yapıldı mı? Tüm bu sorular şu anda yanıtlanması gereken sorular. Ülkede orman ürünleri tabi ki korunmalı ama bu konuda kapsamlı bir

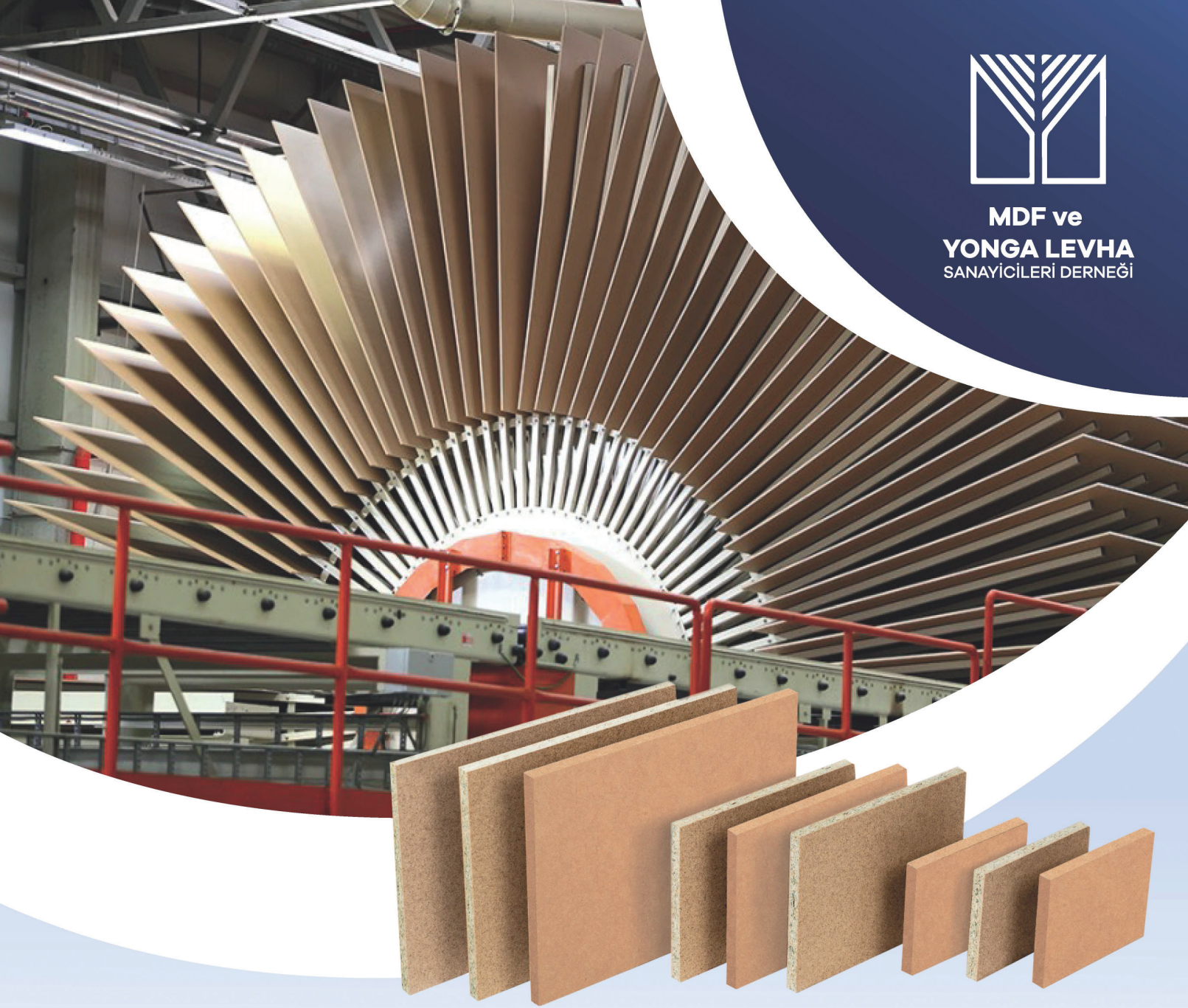


çalışma yapıldı mı yerli üretim sektörün ihtiyaçlarının ne kadarını karşılıyor. İhracata yönelik çalışan mobilya sektörünün nitelikli malzeme için mevcut kaynaklar yeterlidir. Türkiyede sektörün gelişmesi ihracat kadar ithalatın da devamından gelir.

26



**MDF ve
YONGA LEVHA**
SANAYİCİLERİ DERNEĞİ



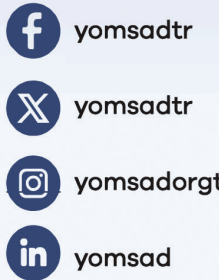
Türkiye Ağaç Bazlı Panel Sektörü yerli ve milli özelliği, istihdam sağlayan işletmeleri, cari açık vermeyen yapısı ile

ÜLKEMİZ İÇİN DEĞER ÜRETMEYE DEVAM EDİYOR

17-20 Eylül 2026

INTERMOB

28. Uluslararası Mobilya Yan Sanayi, Aksesuarları,
Orman Ürünleri ve Ahşap Teknolojisi Fuarı



Intermob 2026 fuar katılımcısı tüm üyelerimize başarılar dileriz.

MDF ve YONGA LEVHA SANAYİCİLERİ DERNEĞİ

Meşrutiyet Cad. Aslıhan A-Blok No:10 Kat:7 34440 Galatasaray - Beyoğlu/ İSTANBUL
Tel: +90 (212) 292 58 34 / 292 58 56 Faks +90 (212) 249 62 15 E-Posta: iletisim@yomsad.org.tr



Prof. Dr. Küçük Hüseyin KOÇ,
Alara KARACA Orn End Müh,

Türkiye’de Ahşap Esaslı Mutfak Ürünleri Pazarının Tüketici Tercihleri ve Dış Ticaret Verileri Açısından Değerlendirilmesi

Özet:

Ahşap esaslı mutfak ürünleri, doğal yapıları, estetik özellikleri ve sürdürülebilir üretim anlayışı nedeniyle tüketiciler tarafından tercih edilmektedir. Bu çalışmada Türkiye’de ahşap esaslı mutfak ürünleri pazarı, dış ticaret verileri ve tüketici tercihleri açısından incelenmiştir. Araştırmada nicel yöntem benimsenmiş; veriler literatür taraması, International Trade Centre (Trade Map) dış ticaret verileri ve 222 tüketiciyle gerçekleştirilen çevrim içi anketten elde edilmiştir. Bulgular, tüketici tercihlerinde sağlık, doğallık ve kullanılan ahşabın kalitesinin belirleyici olduğunu göstermektedir. Katılımcıların önemli bir bölümü kaliteli ve özgün tasarımlı ürünler için daha yüksek fiyat ödemeye isteklidir. Dış ticaret verileri, Türkiye’nin gelişmiş pazarlarda rekabet gücüne sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Sonuçlar, sektörün gelişimi için ürün çeşitliliği, yenilikçi tasarımlar ve etkili pazarlama stratejilerinin önemini vurgulamaktadır.

doğal yapıları, estetik özellikleri ve sürdürülebilir üretim anlayışı nedeniyle tüketiciler tarafından tercih edilmektedir. Bu çalışmada Türkiye’de ahşap esaslı mutfak ürünleri pazarı, dış ticaret verileri ve tüketici tercihleri açısından incelenmiştir. Araştırmada nicel yöntem benimsenmiş; veriler literatür taraması, International Trade Centre (Trade Map) dış ticaret verileri ve 222 tüketiciyle gerçekleştirilen çevrim içi anketten elde edilmiştir. Bulgular, tüketici tercihlerinde sağlık, doğallık ve kullanılan ahşabın kalitesinin belirleyici olduğunu göstermektedir. Katılımcıların önemli bir bölümü kaliteli ve özgün tasarımlı ürünler için daha yüksek fiyat ödemeye isteklidir. Dış ticaret verileri, Türkiye’nin gelişmiş pazarlarda rekabet gücüne sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Sonuçlar, sektörün gelişimi için ürün çeşitliliği, yenilikçi tasarımlar ve etkili pazarlama stratejilerinin önemini vurgulamaktadır.



Ahşap esaslı mutfak ürünleri, doğal yapıları, estetik özellikleri ve sürdürülebilir üretim anlayışı nedeniyle tüketiciler tarafından tercih edilmektedir. Bu çalışmada Türkiye’de ahşap esaslı mutfak ürünleri pazarı, dış ticaret verileri ve tüketici tercihleri açısından incelenmiştir. Araştırmada nicel yöntem benimsenmiş; veriler literatür taraması, International Trade Centre (Trade Map) dış ticaret verileri ve 222 tüketiciyle gerçekleştirilen çevrim içi anketten elde

edilmiştir. Bulgular, tüketici tercihlerinde sağlık, doğallık ve kullanılan ahşabın kalitesinin belirleyici olduğunu göstermektedir. Katılımcıların önemli bir bölümü kaliteli ve özgün tasarımlı ürünler için daha yüksek fiyat ödemeye isteklidir. Dış ticaret verileri, Türkiye'nin gelişmiş pazarlarda rekabet gücüne sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Sonuçlar, sektörün gelişimi için ürün çeşitliliği, yenilikçi tasarımlar ve etkili pazarlama stratejilerinin önemini vurgulamaktadır.

sa uygunluğu sayesinde mutfak ürünlerinde de tercih edilen temel malzemeler arasında yer almaktadır (Tsoumis, 1991; Forest Products Laboratory, 2010). Son yıllarda sürdürülebilir tüketim anlayışının yaygınlaşması ve çevre bilincinin artması, ahşap esaslı mutfak ürünlerine yönelik tüketici talebini artırmıştır (Pani-co et al., 2022; Lu & Liu, 2024). Ahşap esaslı mutfak ürünleri pazarı, tüketici beklentilerinin yanı sıra uluslararası ticaret dinamiklerinden de etkilenmektedir. Tü-

retici işletmeler açısından kalite ve sertifikasyon uygulamalarını daha da gerekli hâle getirmiştir (European Commission, 2023). Literatürde ahşap esaslı mutfak ürünlerine ilişkin çalışmaların çoğunlukla malzeme özellikleri, hijyen performansı ve üretim süreçlerine odaklandığı, tüketici tercihleri ile dış ticaret verilerini birlikte değerlendiren araştırmaların ise sınırlı olduğu görülmektedir. Bu nedenle, sektörün mevcut durumunun tüketici beklentileri ve uluslararası ticaret



Anahtar kelimler: Ahşap mutfak ürünleri, mutfak eşyası pazarı, tüketici tercihleri, orman ürünleri 1.

GİRİŞ

Ahşap, doğal, yenilenebilir ve dayanıklı bir malzeme olması nedeniyle tarih boyunca birçok alanda yaygın olarak kullanılmıştır. Doğal görünümü, uzun kullanım ömrü ve gıda ile tema-

keticiler satın alma kararlarında fiyatın yanında kalite, tasarım, dayanıklılık, kullanılan hammaddenin niteliği ve çevre dostu üretim gibi unsurları da dikkate almaktadır (Kotler & Keller, 2016; Solomon, 2020). Ayrıca uluslararası pazarlarda gıda güvenliği ve sürdürülebilir üretime yönelik standartların önem kazanması,

verileri birlikte ele alınarak incelenmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Bu çalışmanın amacı, Türkiye'de ahşap esaslı mutfak ürünleri pazarını dış ticaret verileri ve tüketici tercihleri doğrultusunda değerlendirmektir. Elde edilen bulguların sektörün mevcut yapısının anlaşılmasına katkı sağlaması, üretici işlet-

melere yol göstermesi ve gelecekte yapılacak akademik çalışmalara kaynak oluşturması beklenmektedir (Karaca, 2026).

2. MATERYAL VE YÖNTEM

Bu çalışmada, Türkiye’de ahşap esaslı mutfak ürünleri pazarı tüketici tercihleri ve dış ticaret verileri birlikte değerlendirilmiştir. Araştırmanın veri kaynaklarını konuya ilişkin literatür, International Trade Centre (ITC) tarafından sunulan Trade Map veri tabanındaki HS 4419 kodlu “Ahşap sofa ve mutfak eşyaları”na ait ithalat ve ihracat verileri ile tüketicilere uygulanan çevrim içi anketten elde edilen veriler oluşturmuştur. Araştırmada nicel araştırma yöntemi benimsenmiştir. İlk aş-

mada literatür taranarak ahşap esaslı mutfak ürünlerinin pazarlama, sürdürülebilirlik, gıda güvenliği ve dış ticaret boyutları incelenmiştir. Daha sonra Google Forms platformu kullanılarak hazırlanan çevrim içi anket uygulanmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik üç soru, ikinci bölümde ise tüketici tercihleri ve satın alma davranışlarını belirlemeye yönelik beş çoktan seçmeli soru yer almaktadır. Araştırmaya gönüllülük esasına göre katılan 222 tüketiciden elde edilen veriler Microsoft Excel programında analiz edilmiş; demografik özellikler ve tüketici tercihleri frekans ve yüz-

de dağılımları kullanılarak değerlendirilmiştir. Örneklem kolayda örnekleme yöntemiyle oluşturulmuş olup araştırma kapsamında herhangi bir kişisel veri toplanmamıştır. Türkiye’nin ahşap esaslı mutfak ürünleri dış ticaret yapısı, Trade Map veri tabanından elde edilen ithalat ve ihracat verileri kullanılarak analiz edilmiş; başlıca ticaret ortakları ve dış ticaret yapısı tabloları yardımıyla değerlendirilmiştir.

Bu araştırmada aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

1. Tüketicilerin ahşap esaslı mutfak ürünlerini tercih etme nedenleri nelerdir?



- 2.Satın alma kararını etkileyen temel faktörler hangileridir?
- 3.Ahşap esaslı mutfak ürünlerinin satın alma sıklığı nedir?
- 4.Türkiye'nin ahşap esaslı mutfak ürünleri dış ticaret yapısı nasıldır?
- 5.Elde edilen bulgular sektör açısından nasıl değerlendirilebilir?

3. BULGULAR

3.1. Literatür Değerlendirmesi

Ahşap; doğal yapısı, dayanıklılığı, estetik özellikleri ve yenilenebilir bir kaynak olması nedeniyle mutfak ürünleri üretiminde yaygın olarak tercih edilmektedir. Uygun hijyen koşulları sağlandığında gıda ile temasa uygun bir malzeme olduğu da çeşitli çalışmalarla ortaya konmuştur (Tsoumis, 1991; Forest Products Laboratory, 2010; Ak, Oliver, & Kaspar, 1994).

Son yıllarda çevre dostu ve sürdürülebilir ürünlere yönelik tüketici ilgisinin arttığı görülmektedir. Çevresel farkındalık, ürün kalitesi ve sertifikalara duyulan güven satın alma davranışını etkileyen temel unsurlar arasında yer almaktadır (Panico, Caracciolo, & Furno, 2022; Lu & Liu, 2024). Benzer şekilde Joshi ve Rahman (2015), çevre bilincinin yeşil ürün tercihlerini artırdığını; Kotler ve Keller (2016) ile Solomon (2020) ise kalite, tasarım ve marka algısının tüketici kararlarında fiyatın önüne geçebildiğini belirtmektedir. Literatür incelendiğinde Türkiye'de gerçekleştirilen çalışmaların ağırlıklı olarak üretim teknolojileri ve malzeme özelliklerine odaklandığı, tüketici davranışlarını dış ticaret verileriyle birlikte ele alan araştırmaların

ise sınırlı olduğu görülmektedir. Bu çalışma söz konusu boşluğu doldurmayı amaçlamaktadır. Ahşap mutfak ürünlerinin gıda ile temasına ilişkin uygunluk kriterleri birçok ülkede yasal düzenlemelerle belirlenmekte olup, FDA (2024) bu alandaki temel kriterler, Ahşap mutfak ürünleri, mutfak eşyası pazarı, tüketici tercihleri, orman ürünleri

Orman Endüstri Mühendisi Alara KARACA, alara.karaca@ogr.iuc.edu.tr
Prof. Dr. Küçük Hüseyin KOÇ, hkoc@iuc.edu.tr
İstanbul Üniversitesi- Cerrahpaşa Orman Fakültesi, Orman Endüstri Mühendisliği Bölümü, Bahçeköy-



3.2. Türkiye'nin Ahşap Mutfak Ürünleri Dış Ticareti

Trade Map (2024) verilerine göre Türkiye'nin ahşap mutfak ürünleri ithalatı büyük ölçüde Çin'e bağımlıdır. Çin %86,5 pazar payı ile ilk sırada yer alırken, Hindistan (%4,8), Rusya Federasyonu (%2,4), İtalya (%1,6) ve Filipinler (%1,1) diğer önemli tedarikçiler konumundadır **(Tablo 1)**.

yönetimi sertifikaları önemli re-

değeri yüksek pazarlarda re-



Tablo 1. Türkiye'nin Ahşap Esaslı Mutfak Ürünleri İthalat Verileri (2024)

Sıra	Ülke	İthalat Değeri (USD)	Pazar Payı (%)
1	Çin	22.306.000	86,5
2	Hindistan	1.246.000	4,8
3	Rusya Federasyonu	627.000	2,4
4	İtalya	413.000	1,6
5	Filipinler	280.000	1,1

Kaynak: *International Trade Centre (ITC) Trade Map, 2024.*

kabet edebilme potansiyeline sahip olduğunu, ancak uluslararası rekabet gücünün artırılması için markalaşma, tasarım ve sürdürülebilir üretim uygulamalarının geliştirilmesi

gerektiğini göstermektedir.

3.3. Ahşap Mutfak Ürün-

Bu yapı, ithalatın düşük maliyetli üretim yapan ülkeler tarafından şekillendirildiğini göstermektedir. Dolayısıyla yerli üreticilerin fiyat rekabetinden ziyade kalite, tasarım ve katma değer odaklı üretim stratejilerine yönelmeleri önem taşımaktadır. İhracatta ise Amerika Birleşik Devletleri (%12,0), Almanya (%10,4), Suudi Arabistan (%8,2), Birleşik Krallık (%6,4) ve Fransa (%5,2) başlıca pazarları oluşturmaktadır **(Tablo 2)**. Özellikle ABD ve Avrupa Birliği



Tablo 2. Türkiye'nin Ahşap Esaslı Mutfak Ürünleri İhracat Verileri (2024)

Sıra	Ülke	İhracat Değeri (USD)	Pazar Payı (%)
1	Amerika Birleşik Devletleri	1.621.000	12,0
2	Almanya	1.406.000	10,4
3	Suudi Arabistan	1.110.000	8,2
4	Birleşik Krallık	867.000	6,4
5	Fransa	698.000	5,2

pazarlarında gıda ile temasa uygunluk ve sürdürülebilir orman

kabet unsurlarıdır (European Commission, 2023; FSC, 2024). Bu veriler, Türkiye'nin katma

lerinde Tüketici Tercihleri Araştırmanın nicel bölümünde çevrim içi anket yöntemiyle

222 katılımcıdan veri toplanmıştır. Katılımcıların %72,9'u kadın, %26,1'i erkek olup, en büyük yaş grubunu %28,8 ile 35-44 yaş aralığındaki bireyler oluşturmaktadır. Katılımcıların önemli bölümü İstanbul ve çevresinde yaşamaktadır. Katılımcıların %69,8'i ahşap mutfak ürünlerini sağlıklı ve doğal olmaları nedeniyle tercih etmektedir. Bunu estetik görünüm (%17,6) ve uzun kullanım ömrü (%11,3) izlerken, sosyal medyanın etkisi oldukça düşük düzeyde kalmıştır (%1,3) (Tablo 3).

Satın alma kararında en etkili unsur kullanılan ağacın kalitesidir (%40,1). Bunu güvenilir marka (%23,4), tasarım (%21,2) ve

Tablo 4. Katılımcıların Satın Alma Kararını Etkileyen Faktörler

Karar Faktörü	Oran (%)
Ağaç Kalitesi	40,1
Güvenilir Marka	23,4
Tasarım	21,2
Fiyat	15,3

Katılımcıların %43,7'si kaliteli ve özgün tasarıma sahip ürünler için daha yüksek fiyat ödemeye istekli olduğunu ifade ederken, %74,8'i sürdürülebilir orman yönetimi sertifikasına sahip ürün-

liğin tüketici tercihleri üzerindeki önemini ortaya koymaktadır.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada Türkiye'de ahşap esaslı mutfak ürünleri pazarı, tüketici tercih

leri ve dış ticaret verileri birlikte değerlendirilmiştir. Araştırma sonuçları, tüketicilerin ahşap esaslı mutfak ürünlerini tercih ederken öncelikle ürünlerin doğal ve sağlıklı yapısına önem verdiklerini göstermektedir.

Satın alma kararında kullanılan ağacın kalitesi, tasarım ve marka güveni fiyat unsurundan daha etkili bulunmuş-

Tablo 3. Katılımcıların Ahşap Esaslı Mutfak Ürünlerini Tercih Etme Nedenleri

Tercih Nedeni	Oran (%)
Sağlıklı ve doğal olması	69,8
Estetik görünümü	17,6
Uzun ömürlü olması	11,3
Sosyal medya etkisi	1,3

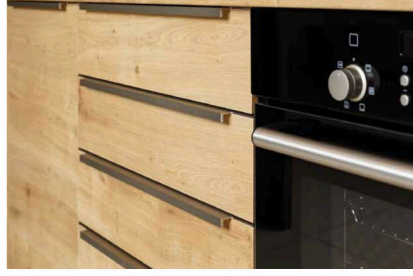
fiyat (%15,3) takip etmektedir. Bu sonuç, tüketicilerin kalite odaklı değerlendirme yaptığını göstermektedir (Tablo 4)

Katılımcıların %68'i ürünleri yalnızca ihtiyaç duyduklarında, %29,3'ü ise yılda birkaç kez satın aldığını belirtmiştir. Hediye amaçlı satın alma oranı %2,7 ile oldukça düşüktür. Bu durum, ahşap mutfak ürünlerinin uzun kullanım ömrüne sahip dayanıklı tüketim ürünleri olarak değerlendirildiğini göstermektedir (Tablo 5)

lere olumlu yaklaşmaktadır. Bu bulgular, kalite ve sürdürülebilir-

Tablo 5. Katılımcıların Ahşap Esaslı Mutfak Ürünlerini Satın Alma Sıklığı

Satın Alma Sıklığı	Oran (%)
İhtiyaç Duydukça	68,0
Yılda Birkaç Kez	29,3
Hediye Amacıyla	2,7



tur. Ayrıca katılımcıların önemli bir bölümünün kaliteli ve özgün tasarıma sahip ürünler için daha yüksek fiyat ödemeye istekli olması, katma değerli ürünlere yönelik bir pazar potansiyelinin bulunduğunu ortaya koymaktadır.

Araştırmada katılımcıların sürdürülebilir orman yönetimini belgeleyen sertifikalara sahip ürünlere olumlu yaklaşması, çevre dostu üretim uygulamalarının tüketici tercihleri açısından önem kazandığını göstermektedir. Bu bulgu, çevresel farkındalık ve sürdürülebilir ürün tercihi arasındaki ilişkiyi ortaya koyan önceki çalışmalarla uyumludur.

Dış ticaret verileri, Türkiye'nin ahşap esaslı mutfak ürünlerinde ihracat potansiyeline sahip olduğunu, buna karşın ithalatın büyük ölçüde düşük maliyetli üretim yapan ülkelerde yoğunlaştığını göstermektedir. Bu durum, sektörün uluslararası rekabet gücünü artırabilmesi için fiyat rekabetinin ötesine geçerek kalite, yenilikçi tasarım, markalaşma ve katma değer odaklı üretim stratejilerine yönelmesinin önemini ortaya koymaktadır.

Araştırmanın kolayda örnekleme yöntemiyle ulaşılan 222 katılımcıdan elde edilen anket verileri ile belirli bir döneme ait

dış ticaret verileriyle sınırlı olması, bulguların genellenebilirliğini sınırlandırmaktadır. Bu nedenle sonuçların değerlendirilmesinde söz konusu sınırlılıkların dikkate alınması gerekmektedir.

Araştırma bulguları doğrultusunda üretici işletmelerin doğal hammadde kullanımı, ürün kalitesi ve özgün tasarıma öncelik vermeleri önerilmektedir. Bunun yanında FSC gibi sürdürülebilir orman yönetimi sertifikalarının ürünlerde ve pazarlama faaliyetlerinde daha görünür biçimde kullanılması, tüketici güveninin artırılmasına katkı sağlayabilir. Uluslararası pazarlarda rekabet gücünün geliştirilmesi amacıyla kalite odaklı üretim, markalaşma, tasarım geliştirme ve uluslararası standartlara uygun üretim uygulamalarının desteklenmesi önem taşımaktadır.

Gelecekte yapılacak araştırmalarda farklı coğrafi bölgeleri kapsayan daha geniş örneklemelerle çalışılması, demografik ve psikografik değişkenlerin tüketici tercihleri üzerindeki etkilerinin incelenmesi ve farklı ürün gruplarının karşılaştırmalı olarak değerlendirilmesi, konuya ilişkin daha kapsamlı ve genellenebilir sonuçlara ulaşılmasına katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Ak, N. O., Cliver, D. O., & Kaspar, C. W. (1994). Cutting boards of plastic and wood contaminated experimentally with bacteria. *Journal of Food Protection*, 57(1), 16–22. <https://doi.org/10.4315/0362-028X-57.1.16>
- European Commission. (2023). *Food Contact Materials*. https://food.ec.europa.eu/safety/chemical-safety/food-contact-materials_en
- Forest Products Laboratory. (2010). *Wood handbook: Wood as an engineering material (General Technical Report FPL-GTR-190)*. U.S. Department of Agriculture, Forest Service. <https://research.fs.usda.gov/download/treesearch/37440.pdf>
- Forest Stewardship Council. (2024). *FSC certification*. <https://fsc.org>
- International Trade Centre. (2024). *Trade Map: Trade statistics for international business development*. <https://www.trademap.org>
- Joshi, Y., & Rahman, Z. (2015). Factors affecting green purchase behaviour and future research directions. *International Strategic Management Review*, 3(1–2), 128–143. <https://doi.org/10.1016/j.ism.2015.04.001>
- Karaca, A. (2026). *Ahşap Esaslı Mutfak Ürünlerine Yönelik Pazar Araştırması*. İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, Orman Fakültesi, Orman Endüstri Mühendisliği Bölümü, Danışman: Prof. Dr. Küçük Hüseyin KOÇ, İstanbul.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson.
- Lu, H., & Liu, Z. (2024). Exploring the key factors for purchasing forest-certified products in the context of sustainable forest consumption. *Sustainability*, 16(24), 10927. <https://doi.org/10.3390/su162410927>
- Panico, T., Caracciolo, F., & Furno, M. (2022). *Analysing the consumer pur-*

Expo Sicam

Ekim 20-23, 2026
Hall 5-C22/D21

EN/ FOLD

Sadece koridorlarda dolaşmayın. Yeni bir şey keşfedin.
EN/FOLD konseptimizi ilk elden deneyimleyin ve bu Ekim
ayında düzenlenecek **SICAM 2026**'da en son yenilikleri keşfedin.
Çünkü en iyi fikirler uzun süre katlanmış halde kalmaz.

Merakla gelin, ilhamla ayrılın.



heimtextil

Heimtextil 2027, 12-15 Ocak 2027 tarihleri arasında gerçekleşecektir.



Heimtextil 2026, daha fazla üst düzey karar vericiyi çekerek küresel pazardaki önemini artırdı. 148 katılımcı ülke, artan küresel önem ve ziyaretçi

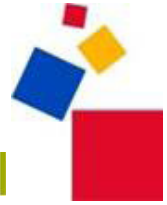
kalitesindeki belirgin artışla Heimtextil 2026, değişken bir pazar ortamında istikrar ve güvenilirliği temsil etti. Bir kez daha, dünyanın dört bir yanından 3.000 katılımcı,

Frankfurt'taki sektörün merkezi platformuna güvenerek, 48.000'den fazla alıcıya bütünsel iç tasarım için güncel koleksiyonlarını, malzemelerini ve tekstil çözümlerini sundu. Yeni iş fırsatları ve güçlü uluslararası katılım Makine yapımı halıların yanı sıra elyaf,

iplik ve teknoloji tedarikçileri de ürünlerini sergiliyor. Ürünlerini 3.1 numaralı salonda Dekoratif ve Mobilya Kumaşları ile birlikte, uzman perakendecilere ve fason üretim işlerine doğrudan erişim imkanıyla sergiliyorlar. 3.0 numaralı salonda ise el dokuması tek parça ürünler, birinci sınıf paspaslar ve zemin çözümleri,

lar, dünyanın dört bir yanından gelen büyük ölçekli üreticiler ve alıcılar için buluşma noktası görevi görüyor. Ürün yelpazesini el dokuması ve makine yapımı halılarla tamamlıyor. Heimtextil 2027, Halı ve Kilim Mükemmelliği bölümüyle, 11.0 numaralı salonda ilk kez halı sektöründen seçilmiş uluslararası büyük ölçekli üreticileri içeren premium bir segment sunuyor. Bağımsız bir uzman jüri tarafından seçilen bu şirketler, yüksek kaliteli ürünler, mükemmel işçilik ve üretim uzmanlığıyla öne çıkıyor. Yeni alan,

her ölçekteki sipariş hacmini karşılayabilecek kalite odaklı halı tedarikçileri arayan perakende, otelcilik ve sözleşmeli iş alanlarından alıcılar için merkezi bir buluşma noktası oluşturuyor. Özenle seçilmiş bu segment, küresel tedarik kararları için rehberlik sağlıyor ve Heimtextil'in kaliteye olan bağlılığını vurguluyor.

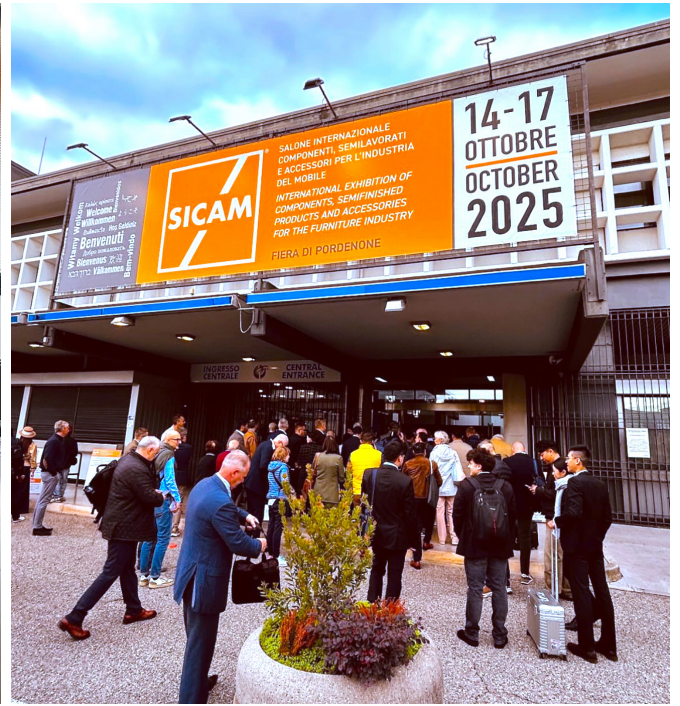


İç Mekan Tasarım Konseptleri: Pencereler, Duvar ve Zemina anını bütünsel iç mekan konseptleriyle genişletiyor. 11.0, 12.0 ve 12.1 numaralı salon-



Exposicam bu yıl
19 - 20 Ekim 2026
tarihlerinde Pordenone 'de yine
güçlü bir katılımıla gerçekleşiyor.





SICAM, sektörün en önemli etkinliklerine ve fuarlarına katılmaya devam ediyor; bu bağlılık SICAM'ın tarihi boyunca sürdürdüğü bir ilke olup, dünyanın birçok pazarında uluslararası etkinliğin bilinirliğini artırmaya devam etmektedir. Bu girişimler, fuarın uluslararası ziyaretçi tabanının her yıl genişlemesine olanak tanıyor; bu fırsatlar genellikle, SICAM'da mobilya ve ev eşyaları endüstrisi için tüm tedarik dünyasını bulan alıcılar ve işletmecilerin heyetler halinde ziyaretler düzenlemesine yol açıyor. 12 ve 13 Mayıs tarihlerinde 2026 etkinliğine katıldık. Gipfel'in İçindeMonako'dayız; 30 Haziran - 3 Temmuz tarihleri arasında. Mobil için Brezilya'nın Sao Paulo şehrinde olacağız, 25-28 Ağustos tarihleri arasında ise Atlanta'da bulunacağız. IWF Uluslararası Ağaç İşleme Fuarı. SICAM'ın başarısının anahtarlarından biri şüphesiz ki, dünya çapındaki ahşap mobilya sektörünün takvimini belirleyen en önemli fuar ve etkinlikler-

in tümünü ziyaret ederek veya bunlara katılarak, fuarı dünya genelinde tanıtmak için gösterilen büyük ve sürekli çabadır. Bu "yol haritası", Fransa'nın Lyon kentinde (Eurobois, 3-6 Şubat) başladı ve Hindistan'ın Bangalore kentinde (Indiawood, 26 Şubat-2 Mart); Büyük Britanya'nın Birmingham kentinde (KBB, 1-4 Mart); Yunanistan'ın Atina kentinde (Medwood, 27-30 Mart); Bulgaristan'ın Sofya kentinde (Technomebel, 31 Mart-3 Nisan) devam etti.

19 ve 20 Ekim 2026 tarihlerinde SICAM, bu yıl beşinci kez düzenlenecek olan ve ikinci kez Pordenone Fiere'de, uluslararası mobilya bileşenleri, aksesuarları ve malzemeleri fuarı sırasında gerçekleşecek olan "Kiev Uluslararası Mobilya Zirvesi"ne ev sahipliği yapacak. İki günlük etkinlik, fuarda sergilenen şirketler için Ukraynalı mimarlar, iç mimarlar ve mobilya üreticileriyle bir araya gelip fikir alışverişinde bulunmak için uzun zamandır

beklenen bir fırsat olacak. Bu sektör, özellikle barışın yeniden inşa için beklediği bir ülkede, “iyi tasarım”ın her bağlamda ifade edebileceği değerlerin peşinde her zamankinden daha fazla çaba sarf ediyor.

SICAM’ın 17. edisyonu, mobilya ve iç tasarım dünyası için mutlak bir ölçüt olacak. 20-23 Ekim 2026 tarihleri arasında gerçekleşecek bir sonraki edisyon, etkili bir iş mekanı olma vaadini de yerine getirecek; bu vaat, 2025 edisyonunun kapanmasına sadece birkaç hafta kala katılımcıların %90’ının katılımını teyit etmesiyle de destekleniyor. Bu tamamen dolu edisyonda, çeşitli sektörlerden büyük oyuncuların yanı sıra yüzlerce küçük ve orta ölçekli işletme de yer alacak ve geniş, nitelikli ve giderek uluslararasılaşan bir fuar yelpazesi sunulacak. Katılımcılara sunulan hizmetler sayesinde, stant başına ortalama ziyaretçi sayısı gibi bazı faydalı bilgilere erişebiliyorlar; bu sayı gösterge niteliğinde olsa da, ziyaretçilerin önemli

ölçüde “yaygın ilgisini” ortaya koyuyor. Dikkat çeken noktada, farklı pavyonların “çekim gücünün” homojenliğidir: SICAM, uluslararası sektör takviminde ayrıcalıklı sergi alanlarının, daha kalabalık koridorların veya daha az ilgi çekici alanların bulunmadığı birkaç fuardan biridir. Ürün türüne göre herhangi bir ayırım yapmaktan ve önde gelen şirketlerin hakim olduğu odak alanları oluşturmaktan kaçınma kararı, “ziyaret edilmeye değer bir fuar” için koşulları etkili bir şekilde yaratıyor. SICAM’ı oluşturan on pavyon, katılımcıları eşit görünürlüğe yerleştiren ve etkileşimin kalitesini büyük ölçüde artıran kullanışlı bir “ziyaretçi döngüsü” oluşturan geçitlerle birbirine bağlanmıştır. kaliteli bir izleyici kitlesi Peki SICAM’ı ziyaret edenler kimler? Etkinliğin başarısı, dört gün boyunca kurulan ilişkilerin kalitesini doğrudan ortaya koyuyor; bu gerçek, fuara giren kişilerin beyan ettiği verilerin analiziyle daha da pekiyor; zira ziyaretçil-

erin büyük çoğunluğu... Sahipler veya genel müdürler tarafından temsil edilen, ardından biraz uzakta teknik çalışanlar, ticari çalışanlar ve ticari müdürler yer almaktadır. Ait oldukları ürün sektörlerine baktığımızda, “mobilya” açıkça ön planda yer alıyor, onu “mobilya bileşenleri”, “mutfaklar”, “sözleşmeli” ve “banyo” takip ediyor. Fuar ziyaretçi sayısına bakmak da ilginç: İtalyan ziyaretçiler SICAM’da ortalama 1,34 gün geçirirken, uluslararası ziyaretçiler 1.65 gün geçiriyor.





® ULUSLARARASI
MOBİLYA
ENDÜSTRİSİ
AKSESUAR VE
EKİPMANLARI
FUARI



20-23
EKİM
2026

Exposicam srl

Via G. Carducci, 12
20123 Milano • Italy
Tel: +39 0286995712
info@exposicam.it



PORDENONE FUARI

www.exposicam.it

EGGER Grup'un 2025/2026 Mali Yılına İstikrar ve Geleceğe Yatırım Yön Verdi

EGGER, zorlu pazar koşullarına rağmen sergilediği istikrarlı performansla konumunu koruyor.

EGGER Grup'un 2025/2026 mali yılı; durgun inşaat sektörü, temkinli tüketici harcamaları ve jeopolitik belirsizliklerin gölgesinde geçti. Bu zorlu ortamda uyum sağlama kabiliyetini bir kez daha kanıtlayan EGGER, 4,26 milyar Euro ciro ve 541,8 milyon Euro FAVÖK (EBITDA) ile istikrarlı bir iş performansına ulaştı. Şirket, bu süreçte Markt Bibart (Almanya) tesisinin 200 milyon Euro tutarındaki genişletilmesi ve St. Johann'daki (Avusturya) tesisinde yeni enerji santralinin devreye alınması da dahil olmak üzere geleceğine kararlılıkla yatırım yapmaya devam etti.

EGGER Grup Yönetimi Finans Bölümü Başkanı (CFO) ve Grup Yönetim Kurulu Sözcüsü Thomas Leissing, şirketin St. Johann'daki genel merkezinde düzenlenen yıllık basın toplantısında şunları söyledi: "2025/2026 mali yılı oldukça farklı pazar sinyalleriyle şekillendi. Bazı



pazarlardaki ilk olumlu işaretlerin ardından, genel ekonomik istikrar umutları 2026 ilkbaharındaki jeopolitik gerilimler nedeniyle önemli ölçüde gölgelendi. Belirsizlik ve yüksek dalgalanmaların hakim olduğu bir ortamda istikrarlı bir performans sergilemeyi başardık. Bunu, güvenilir ortaklıklarımıza ve dünya çapındaki yaklaşık 12.000 çalışmamızın özverili çalışması

ile bağlılığına borçluyuz. Sahip olduğumuz istikrar, uzun vadeli hedeflerimizi ve stratejik projelerimizi kararlılıkla sürdürmemiz için ihtiyacımız olan esnekliği sağlıyor.” EGGER, 2025/2026 mali yılında grup genelinde (bir önceki yıla göre %3,4 artışla) 4.264,7 milyon Euro ciro elde etti. FAVÖK 541,8 milyon Euro (bir önceki yıla göre %0,1 artış) olarak gerçekleşirk-

en, FAVÖK marjı %12,7 oldu (önceki yıl: %13,1). Özkaynak oranı ise %41,6 ile yüksek seviyesini korudu. Ürün Kategorilerindeki Gelişmeler EGGER Grup, 2025/2026 mali yılında 10,9 milyon m³ ahşap bazlı malzeme ve kereste üretti (önceki yıl: 10,8 milyon m³). Ekonomik koşulların etkileri farklı ürün kategorilerinde farklı derecelerde hissedildi:

- Dekoratif Ürünler Segmenti (mobilya ve iç mekân tasarımı ürünleri), konsolide edilmemiş 3.794,9 milyon Euro ciro elde etti (önceki yıla göre +%4,0).
- Yapı Ürünleri Segmenti (ahşap yapı ve zemin kaplama ürünleri) konsolide edilmemiş cirosu 714,0 milyon Euro olarak gerçekleşti (önceki yıla göre +%1,2). Bu segmentte özellikle inşaat sektöründeki devam eden durgunluk, zemin kaplamaları ve yapı ürünlerinin gelişimini sınırlandıran temel etken oldu. Bölgesel bazda değerlendirildiğinde, özellikle sanayi müşterileri tarafında marjlar ve hacimler üzerinde ciddi bir baskının yaşandığı Almanca konuşulan ülkeler en zorlu pazarlar olarak öne çıktı. Süreçteki önemli dönüm noktalarından biri EGGER Dekoratif Koleksiyonu 26+’nın pazara sunulması oldu. Şirket; bu koleksiyon konseptinin geliştirilmesi, ürün yelpazesinin uluslararası düzeyde uyumlaştırılması ve müşteri gereksinimlerine odaklanması sayesinde mobilya ve iç mekân tasarımındaki trendlere yön vermede kilit bir rol oynadı. EGGER Grup Yönetimi Satış Bölümü Başkanı (CSO)



Michael Egger Jr. konuyu şu sözlerle değerlendirdi: “Müşteri odaklılığın, kararlarımızı müşterinin perspektifinden bakarak almak anlamına geldiğine inanıyoruz. Bu yaklaşım; yüksek hizmet kalitesi, verilen sözlerin tutulması, iyi ürün bulunabilirliği ve gerçek katma değer yaratan çözümleri kapsıyor. Özellikle zorlu pazarlarda fark yaratan unsur tam olarak budur.”

“Müşterilerimiz bizi zaten güvenilir bir ortak olarak görüyor. Bu gücümüzün üzerine koyarak daha da iyi olmak istiyoruz. Büyümenin garanti olmadığı bir pazar ortamında, tüm müşteri ilişkileri sürecinde güvenilir, öngörülebilir ve tutarlı olmamız her zamankinden daha büyük önem taşıyor.” EGGER, dalgalı pazar koşullarına rağmen teslimat performansını daha da artırmayı

kapasite artırımı, otomasyon, geleceğe yönelik enerji arzı ve döngüsel ekonomi yer aldı. Şirketin 3 yıllık bir süreçte 200 milyon Euro’dan fazla yatırım yaptığı Markt Bibart (Almanya) tesisinin genişletilmesi, öne çıkan en büyük projelerden biri olmayı sürdürüyor. 2025/2026 mali yılında iki adet kısa pres hattının devreye alınmasıyla tesiste önemli bir aşama kaydedildi. Tesis, ham yonga levhanın



Müşteri Odaklı Yaklaşım Teslimat performansı, EGGER’in 2028 dönemine kadarki stratejik öncelikleri arasında yer alıyor. Giderek karmaşıklaşan pazar ortamında teslimat sürelerine uyum, şeffaflık ve esneklik konularındaki beklentilerin artması bu stratejiyi tetikleyen temel faktörler olarak öne çıkıyor. EGGER Grup Yönetimi Tedarik Zinciri Bölümü Başkanı (CSO) Frank Bölling ise şunları ekledi:

başardı ve önümüzdeki yıllar için iddialı hedefler belirledi. Geleceğe ve Rekabet Gücüne Kesintisiz Yatırım Ekonomik açıdan zorlu dönemlerde dahi uzun vadeli yatırım stratejisinden taviz vermeyen EGGER Grup, 2025/2026 mali yılında toplam 450,1 milyon Euro (önceki yıl: 435,0 milyon Euro) yatırım gerçekleştirdi. Yatırımların odağında; sanayi altyapısının geliştirilmesi,

yanı sıra artık melamin kaplı dekoratif levhalar da üretiyor. Aynı zamanda geri dönüştürülmüş ahşap işleme tesisi geliştirildi ve yeni yüksek raflı otomatik deponun yaz sonunda faaliyete geçmesi planlanıyor. EGGER Grup Yönetimi Teknoloji Bölümü Başkanı (CTO) Hannes Mitterweissacher şu açıklamada bulundu: “Pazarlardaki dalgalanmalar artık sadece kısa vadeli,

ANDRITZ

 **berndorf**
BAND GROUP

Hymmen

 **Baumer**
Inspection

EISENMANN
Environmental Technology
Member of  Deurotech Group

IFA
TECHNOLOGY
Member of  Deurotech Group

Wessel
Environmental Technologies
Member of  Deurotech Group

VITS
Member of  Deurotech Group

 **OSCHATZ**
Member of  Deurotech Group

 **SUNDS**
FIBERTECH

 **SYNEX TECH**

 **firefly ab**
PREVENTIVE PROTECTION SYSTEMS FROM SWEDEN

 **HUECK**
inspiring surfaces

HANEX
www.hanex.com.tr

Kröning
SURTECO GROUP

SURTECO

 **Gislaved**
Folie AB
SURTECO GROUP

 **TEKNOS**

 **华旺科技**
HUAWON

 **SBS**
Steel Belt Systems

 **TURBODEN**
clean energy ahead

SMART **TECH**
MANUFACTURING TECHNOLOGIES

ISOCOS 

MB
Papeles Especiales, S.A.

 **IMEAS**



 **Upcocoat**

olağandışı bir durum olmak-
tan çıktı. Ahşap maliyetler-
indeki gelişmeler ve özellikle
İran çatışmasının bir sonucu
olarak kimyasal ham mad-
de maliyetlerimizdeki keskin
artış, koşulların ne kadar hızlı
değişebileceğini gösteriyor.
Bu nedenle, güçlü üretim alt-
yapımız, verimli süreçlerimiz,
döngüsel ekonomiden elde et-
tiğimiz daha fazla ahşap gird-
isi ve tesislerimize yaptığımız
hedef odaklı yatırımlarla
işimizin temellerini sistem-
li bir şekilde güçlendiriyoruz.”

iklim stratejisinin
önemli bir kaldıracı
k o n u m u n d a .
G ü n ü m ü z d e
EGGER Grup’un
enerji tüketiminin
%71’i yenilene-
bilir kaynaklardan
karşılıyor. Grup
genelinde ahşap
bazlı malzemelerde
kullanılan ahşabın
%66’sını geri
dönüştürülmüş mal-
zemeler ve kereste
fabrikası yan ürün-



Bir diğer önemli gelişme ise St.
Johann (Avusturya) tesisindeki
yeni enerji santralini devreye
alınması oldu. İlk kez Mayıs
2026’da elektrik üretmeye
başlayan santral, gelecekte
tesisin yenilenebilir enerji ihti-
yacına büyük katkı sağlarken
bölgesel merkezi ısıtma şe-
bekesini de besleyecek. Ken-
di tesislerinin enerji arzını kar-
bonsuzlaştırmak, şirketin 2050
yılına kadar Net Zero emisyonu
ulaşma hedefi doğrultusunda

leri oluşturuyor. Yonga levha
üretiminde ise bu oran %76’ya
ulaşıyor. EGGER; sürdürülebil-
irlik, yatırım ve rekabet gücünü
birbirine ayrılmaz şekilde bağlı
unsurlar olarak değerlendiriyor.
2025/2026 mali yılına ait
tüm ayrıntılara [to.egger.link/
credit-relations](https://to.egger.link/credit-relations) adresindeki
Finans ve Sürdürülebilir-
lik Raporu’ndan ulaşılabilir.
2026/2027 Mali Yılı
İçin Temkinli Beklenti
Genel ekonomik koşullar zor-

luğunu koruyor. Pazarlardaki
yüksek belirsizlik devam ederken,
geneli kapsayan bir ekono-
mik toparlanmaya dair henüz
belirgin bir işaret bulunmuyor.
Thomas Leissing söz-
lerini şöyle tamamladı:
“Gerçekçi olmaya devam edi-
yoruz. Aynı zamanda EGGER’in
güçlü sanayi altyapısı, net
öncelikleri, sağlam finansal
temelleri ve çalışanlarının
olağanüstü azmi ile çok iyi bir
konumda olduğunu biliyoruz.



DISCOVER OUR WORLD

KALİTE DETAYLARDA GİZLİDİR.

QUALITY IS HIDDEN IN DETAILS

25
Years

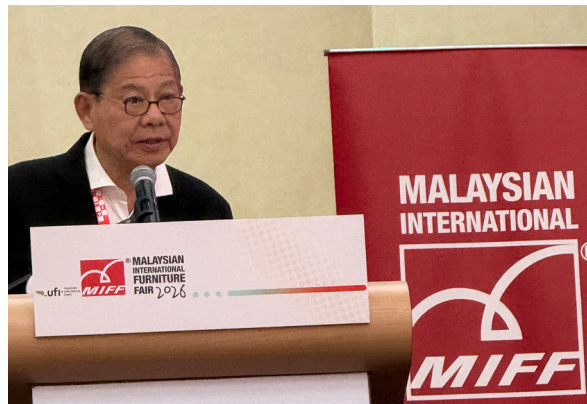
kapsantr.com



MIFF'in 2026'deki başarısı, 2027'de yeni katılım ve ziyaretçi ile güçleniyor

1-4 Mart 2027 tarihlerinde düzenlenecek 33. edisyonun, yeniden WTCKL ve MITEC'te gerçekleştirilmesi planlanıyor.

4 Mart 2026'da sona eren 32. Malezya Uluslararası Mobilya Fuarı (MIFF) 2026, küresel belirsizlikler ve zorluklar karşısındaki dayanıklılığını kanıtladı. Fuar, Güneydoğu Asya'nın ihracat odaklı lider mobilya fuarı ve dünyanın ilk 10 mobilya fuarından biri olma konumunu bir kez daha pekiştirdi. 4-7 Mart 2026 tarihlerinde World Trade Centre Kuala Lumpur (WTCKL) ve Malaysia International Trade & Exhibition Centre'da (MITEC) düzenlenen MIFF'in 32. edisyonunda, fuar alanında gerçekleşen toplam satışların 1,24 milyar ABD doları olduğu tahmin edildi. Bu sonuç, MIFF'in satış performansı ve iş fırsatları bakımından uluslararası sektör barometresi olma itibarını destekledi. Dünyanın önde gelen tedarik merkezlerinden biri olan fuar; Çin, Hong Kong, Endonezya, Japonya, Kore, Tayvan ve Türkiye dâhil olmak üzere 11 ülke ve bölgeden 643 katılımcıyı ağırladı. Ayrıca 123 ülke



ve bölgeden 18.402 benzer-siz ziyaretçi fuara katıldı. Ziyaretçilerin çoğunluğunu Çin, Japonya, ABD, Hindistan, Singapur, Filipinler, Avustralya, Endonezya, Tayvan ve Kanada'dan gelenler oluşturdu. Nitelikli iş bağlantıları ve tasarım mükemmelliği için sektörün ilk başvuru noktalarından biri olan MIFF 2026, kendine özgü "1 Fuar, 2 Mekân, 17 Salon" konseptiyle 100.000 metrekarelik toplam sergi alanına yayıldı. Etkinlik, küresel

Tasarım sohbetleri, sektör seminerleri ve yenilenebilir enerjiye odaklanan ENERtec roadshow'u gibi yeni girişimler de fuar kapsamında yer aldı. Bu çalışmalar, MIFF'in mobilya üreticilerini ve sektörü sürdürülebilir çevresel, sosyal ve ekonomik uygulamalarla desteklemeye yönelik uzun vadeli taahhüdüyle uyumlu. Malezya mobilya sektörünün büyümesini sürdürme ve geliştirme vizyonu doğrultusunda MIFF 2026, ziyaretçilerine güncel ve alanında öncü içerikler sundu. Üstün tasarım, işçilik ve inovasyonlarıyla ödüllendirilen Furniture Excellence Awards kapsamındaki tasarımlar ve katılımcılar öne çıkarıldı. Bu çalışmaların akıllı teknolojileri, modüler yaklaşımları ve çok amaçlı kullanımı bir araya getirmesi takdir topladı. Malezya'nın yükselen tasarımcıları da yaratıcılarla yerel üreticiler arasında yeni bir iş birliği olan The SELECTS: Origins 1.0'da sergilendi. Dünya standartlarında yaratıcılığı ve üretim süreçlerini hayata geçiren, olumlu karşılanan bu girişim; MIFF'in hem ihracat odaklı bir platform hem de genç tasarımcıları destekleyen ve geliştiren bir merkez işlevini örnekledi. MIFF Genel Müdürü Kelie Lim, "MIFF 2026, önceki edisyonlarında olduğu gibi, mart ayında Asya'nın kesinlikle kaçırılması gereken tedarik etkinliği olarak her zaman kritik bir rol üstlendi. Bu durum, fuar alanında süren iş görüşmeleri ve imzalanan anlaşmalarla bir kez daha ortaya kondu," dedi. Lim sözlerini şöyle sürdürdü: "Orta Doğu'daki mevcut duruma rağmen alıcılarımız, tedarik hedeflerinin başarısı-



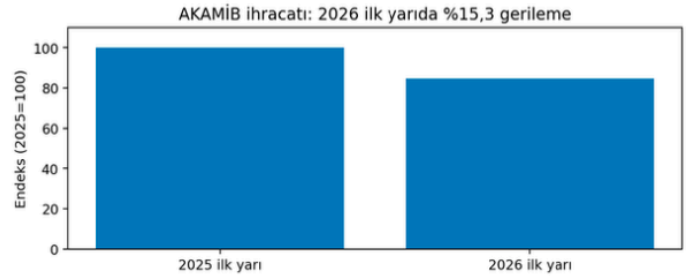
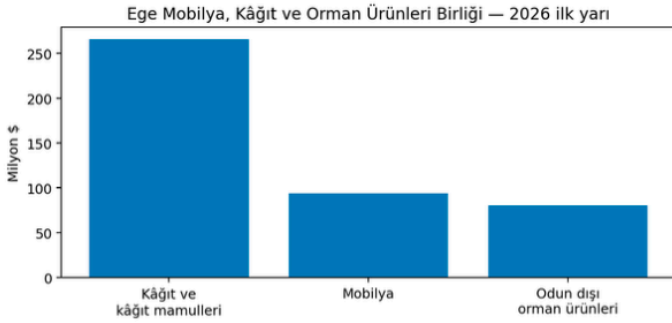
nı güvence altına alma konusunda kararlıydı. The Muse Hall'un açılışı dâhil olmak üzere yeni girişimlerimizin ve imkânlarımızın onlara değerli ticaret fırsatları ile gelişmiş bir MIFF deneyimi sunduğunu umuyoruz." Her zamanki gibi katılımcılar, MIFF'in daha geniş bir küresel kitleye ulaşmalarına, markalarını öne çıkarmalarına ve müşteri kazanmalarına olanak sağlayan gücünden etkilendiklerini belirtti. Master Grade'den Samuel Sim, "MIFF sayesinde Avrupa ve Orta Doğu'daki küresel erişimimizi genişlettik," dedi. "Siparişler açısından MIFF, yıllık ihracat satışlarımızın yaklaşık yüzde 30 ila 40'ını oluşturuyor. Ancak en çok takdir ettiğimiz unsur, uluslararası alıcılarının niteliği." Gaoya Furniture Industries'ten Mun Choon Kit de aynı derecede olumluydu: "Düzenli müşterilerimizin yanı sıra yeni müşterilerimiz de bizi ziyaret etti. MIFF adı yurt dışında tanındığı için çok sayıda iş bağlantısı kurduk." dediler. www.miffuniverse.com



seyahat zorluklarına rağmen platformda yer almak için gelen alıcılarla Malezya mobilya sektörünün istikrarına ve çekiciliğine de dikkat çekti. MIFF 2026'da WTCKL'de yaşam tarzı ve dekorasyona odaklanan, mutlaka görülmesi gereken yeni bir alan olan The Muse Hall da tanıtıldı.

AKAMİB PERFORMANSI

- Ocak-Haziran 2026 ihracatı 392,55 milyon dolar; yıllık değişim -%15,3. Haziran ihracatı 62,87 milyon dolar ve yıllık değişim -%5,1.
- Başlıca pazarlar: Irak, Birleşik Krallık, ABD, Libya ve Fas.



Yüksek maliyet + yüksek faiz: üreticinin iki yönlü baskısı:

MOSFED Başkanı ve TİM Başkan Vekili Ahmet Güleç'in değerlendirmesinde; yüksek faiz, sıkı para politikası, artan üretim maliyetleri ve küresel lojistikteki jeopolitik krizler sektörün ana baskı unsurları olarak öne çıkıyor.

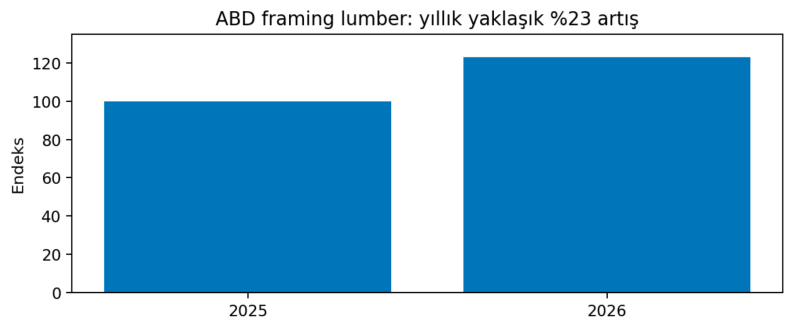
SEKTÖRÜN ÇIKIŞ FORMÜLÜ

- Katma değer
- Tasarım
- Markalaşma
- Pazar çeşitliliği
- Makro istikrar

ABD-Kanada hattı: orman ürünlerinde yeni maliyet dengesi

ABD'nin Kanada ürünlerine yönelik yeni tarifeleri; kontrplak ve bazı mühendislik ürünü ahşap ürünlerinde tedarik maliyetlerini değiştirebilecek nitelikte. Softwood lumber düzenlemenin dışında bırakılırken, Kanada kaynaklı diğer ahşap ürünlerinde fiyat baskısı ve tedarik rotalarının yeniden şekillenmesi gündemde.

ABD framing lumber composite fiyatının 535 \$/1.000 board feet seviyesine ulaşması ve 2022'den beri en yüksek düzeye çıkması, arz kısıtları, Kanada ithalatındaki düşüş, tarifeler, kapasite kapanışları, yangınlar ve zararlılar gibi unsurların birlikte fiyatları yukarı ittiğine işaret ediyor. Türkiye için fırsat penceresi: ABD'de Kanada ve bazı Asya menşeli ürünlerin maliyeti yükseldikçe, Türk kontrplak, panel, MDF ve mobilya üreticilerinin rekabet avantajı yaratabileceği alanlar oluşabilir.



Editorial öneri:

2026'da ihracat stratejisinin odağı yalnızca hacim artırmak değil; tasarım, markalaşma, ürün farklılaştırma ve daha yüksek birim değer yaratmak olmalı.

Mobilyanın gücünü detaylar tamamlar.

Estetik, dayanıklılık ve kaliteyi
bir araya getiren kenar bantlarımızla
mobilyalarınıza **değer katıyoruz.**



GENİŞ
RENK VE
DESEN
SEÇENEĞİ



DÜNYA
STANDARTLARINDA
ÜRETİM



ZAMANSIZ
TASARIMLAR

*Kalite
her detayda
hiss edilir.*

MODERN
ÇÖZÜMLER

GENİŞ
RENK SEÇENEĞİ

ZAMANSIZ
TASARIMLAR

FARKLI
YÜZEYLER

HER PROJEYE
UYGUN SEÇENEKLER



Akse Mah. Nazım Hikmet Cad.
No: 22, Çağdaşkent / Çayırova
KOCAELİ



+90 (262) 742 38 21 - 22 - 23



www.portakalpvc.com



DAHA FAZLASI İÇİN
WEB SİTEMİZİ ZİYARET EDİN

Temmuz–Ağustos 2026: Sektörün ana eksenini değiştiriyor

Mobilya • aksesuar • MDF/panel • orman ürünleri • ahşap işleme teknolojileri

\$459 M

Ege Birliği — 2026 ilk yarı ihracatı

**\$392,55
M**

AKAMİB — 2026 ilk yarı ihracatı

%15,3

AKAMİB yıllık gerileme

Temmuz–Ağustos 2026 döneminin ortak resmi; yüksek maliyet ve faiz baskısı altında ihracatın korunması, yeni pazarların aranması, katma değerli üretimin artırılması ve dijital/akıllı üretim yatırımlarının hızlanmasıdır.

TÜRKİYE’DE ÖNE ÇIKANLAR

- Ege Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği ilk yarıda 459 milyon dolar ihracat gerçekleştirdi.
- AKAMİB ihracatı aynı dönemde 392,55 milyon dolar ile geçen yılın %15,3 altında kaldı.
- Yüksek faiz, üretim maliyetleri ve jeo-politik lojistik riskleri sektör gündeminin merkezinde.

DÜNYADA ÖNE ÇIKANLAR

- ABD–Kanada ticaret gerilimi kontrplak ve mühendislik ürünü ahşap ürünlerinde yeni maliyet dengeleri yaratıyor.
- ABD kereste fiyatları 2022’den beri en yüksek seviyelere çıktı.
- Las Vegas Market, 3.500+ markanın katıldığı büyük bir ticaret platformu olarak öne çıktı.
- AI/robotik ve 3D ürün konfigürasyonu mobilya üretim ve satış zincirine hızla giriyor.

İhracatta korunma ve katma değer dönemi

Bölgesel performans farklılaşıyor. Ege bölgesinde ihracat seviyesinin korunması dikkat çekerken, Akdeniz bölgesinde belirgin bir gerileme görülüyor. Bu tablo, tek bir sektör hikâyesinden ziyade pazar, ürün karması

ve bölgesel rekabet gücü farklarının önemini gösteriyor.

EGE MOBİLYA, KÂĞIT VE ORMAN ÜRÜNLERİ İHRACATI
• Toplam: 459 milyon dolar.
Kâğıt ve kâğıt mamulleri 266 milyon \$, mobilya

94 milyon \$, odun dışı orman ürünleri 81 milyon \$.
• Küresel talepteki dalgalanma ve artan üretim maliyetlerine rağmen geçen yılın ihracat seviyesinin korunması öne çıkıyor.

Ahşaplar Woodsol ile koruma altında!

Woodsol su bazlı dış mekan ahşap boya ve vernikleri ile ahşaplarınız ilk günkü gibi kalsın.



Woodsol, dış mekan ahşap boya ve vernikleri alanında geniş ürün gamı ile kullanıcılarının tüm ihtiyaçlarını karşılar. Ahşap malzemelerin kullanım ömürlerini minimum bakım ile uzatan Woodsol, estetik ve dayanımı aynı anda sunar.



18-21 Mart 2027 -
28-31 Mart 2027,
Guangzhou, Çin

CIFF Shanghai 2026

Tasarım · Dijital Zekâ · Sürdürülebilirlik



Mobilya sektöründe köklü dönüşümlerin yaşandığı küresel ortamda CIFF Shanghai 2026, Tasarım, Dijital Zekâ ve Sürdürülebilirlik olmak üzere üç temel sütun üzer-

ine kurulu yeni bir stratejik vizyon sunuyor. Bu eylül ayında Şanghay Hongqiao'da düzenlenecek fuarın 58. edisyonu; iş dünyasını, inovasyonu, içeriği ve küresel bağlantıları bir araya

getiren uluslararası bir platform olmayı hedefliyor. Ciff Shanghai, geleneksel birticaret fuarının ötesine geçerek tasarım kültürünün, dijital teknolojilerin ve yeni yaşam anlayışlarının sektörü yeniden tanımlamak üzere bulunduğu, geleceğe odaklı bir endüstriyel merkeze dönüşmeye devam ediyor.

Üç Stratejik Sütun

Tasarım: Markalar İçin Yeni Değer Yaratmak
Tasarım bugün marka kimliğinin, ürün geliştirme sürecinin ve rekabetçi farklılaşmanın merkezinde yer alıyor. Bu doğrultuda Ciff Shanghai, Çin'de çağdaş tasarım ve özgün mobilya alanında öncü bir platform olma rolünü güçlendiriyor. Bu stratejinin merkezinde, tasarım markalarına, yaratıcı stüdyolara ve yükselen bağımsız tasarımcılara ayrılmış 50.000 metrekarelik Design Eden · Contemporary Design Trade Fair alanı bulunuyor. Alan; sergiler, forumlar, ödüller ve lansman etkinliklerine ev sahipliği yapacak. Fuarda ayrıca uluslararası tasarımcıları ve önde gelen Çinli yaratıcıları bir araya getirecek Ciff Shanghai Design Conference

tiren entegre perakende senaryolarını sunacak. Sanal gerçeklik (VR) ve artırılmış gerçeklik (AR) teknolojileri, sürükleyici ürün ve mekân deneyimleri yaratılmasına katkı sağlayacak. Çok dilli resmî web sitesi ve bütünleşik sosyal medya ekosistemiyle desteklenen geliştirilmiş



düzenlenecek. Bunun yanı sıra, ürün inovasyonuna ve yeni tasarım standartlarına adanan Golden Creation Award da tanıtılacak.

Dijital Zekâ: Yeni Perakende Modelleri ve Daha Yüksek Verimlilik

Dijitalleşme ve akıllı teknolojiler; üretimden dağıtıma, perakende deneyiminden tedarik zincirinin tamamına kadar her alanı dönüştürüyor. 2026 edisyonunun öne çıkan başlıklarından biri, yenilenen New Retail Hall olacak. 8.000 metrekarelik bu alanda 15 lider marka; çevrim içi, fiziksel ve veri odaklı yönetimi bir araya ge-

çevrim içi platform ise katılımcılara ve uluslararası alıcılara kapsamlı dijital hizmetler sunacak. Ciff Shanghai, Red Star Macalline iş birliğiyle markalar, distribütörler ve perakende kanalları arasında daha verimli bağlantılar kurulmasını desteklemek üzere ülke çapında bir eşleştirme programı da başlatacak.

Sürdürülebilirlik: Uzun Vadeli Rekabet Gücü

Sürdürülebilirlik artık yeşil malzemelerden düşük karbonlu üretim süreçlerine kadar sektörün tamamında ortak bir öncelik hâline geldi.

Fuarla eş zamanlı düzenlenecek Ciff Shanghai WMF Uluslararası Ağaç İşleme Makineleri Fuarı, sürdürülebilir ahşap işleme ve kaynakların daha verimli kullanımı için gelişmiş teknolojileri sergileyecek. Golden Creation Award 2026 kapsamında; geri dönüştürülebilir yapıları, çevre dostu malzemeleri ve düşük emisyonlu inşaat çözümlerini teşvik etmeyi amaçlayan özel bir Green Sustainability Award da verilecek. Yeni Uluslararası Malzeme Seçim Merkezi ise yeni nesil sürdürülebilir malzemeleri tanıtarak üretim tedarik zincirlerinin yeşil dönüşümünü destekleyecek.

Fuarın Odak Alanları

Ciff Shanghai 2026, üç ana içerik alanı etrafında şekillenecek:

- Özgün tasarıma ve yeni ürün lansmanlarına adanmış Design Eden,
- Sürükleyici perakende senaryolarına ve veri odaklı iş modellerine odaklanan New Retail,
- Entegre iç mekân tasarımı çözümlerine yönelik artan talebe yanıt olarak China International Building & Decoration Fair 2026 (Shanghai) ile birlikte geliştirilen Integrated Home Building.

Giderek Daha Küresel Bir Platform

Ciff Shanghai, uluslararası varlığını güçlendirmek üzere şu beş stratejik alana yatırım yapmayı sürdürecektir:

- Ağaç işleme makineleri
- Döşemeli mobilya
- Dış mekân yaşamı
- Ofis alanları
- Yaşam ve yemek alanları

Fuar, aynı zamanda uluslararası roadshow'larını, medya ve tasarım kurumlarıyla iş birlikler-

ini ve küresel alıcılara yönelik eşleştirme programlarını genişletecek. Bu girişimler 2025 yılında 470'ten fazla iş toplantısı ve 8,14 milyon ABD dolarını aşan fuar alanı siparişi sağladı. Ciff Shanghai 2026, bu sonuçların üzerine inşa ederek katılımcılar ile uluslararası pazarlar arasındaki bağlantıların niteliğini daha da geliştirmeyi amaçlıyor.

İçerik ve Sürükleyici

Deneyimler

Ciff Shanghai 2026, özenle



hazırlanan beş sergi aracılığıyla kültürel platform olma rolünü daha da güçlendirecek:

- The Hidden Realm Tematik Sergisi
- HOTLINE – Tasarım Yaratıcılarının Ortak Sergisi
- Grand Tea Gala
- The Design & Imagination Çağdaş Tasarım Sergisi
- Design Gravity

Bu projeler; sürükleyici deneyimler ve disiplinler arası çalışmalar yoluyla tasarım, yaşam tarzı, sürdürülebilirlik ve ticari dönüşüm arasındaki yeni ilişkileri ele alacak.

Ticaret Fuarından

Yaratıcı motoru olarak tasarımı, dönüşüm aracı olarak dijital zekâyı ve stratejik temeli olarak sürdürülebilirliği benimseyen Ciff Shanghai 2026, küresel mobilya sektörü için geleceğe dönük bir vizyon ortaya koyuyor. Bu eylül ayında Şanghay Hongqiao'da uluslararası sektör; tasarım, üretim ve küresel ticaret için yeni bir sayfa açmak üzere yeniden bir araya gelecek. 5-8 Eylül 2026 tarihlerinde Şanghay Hongqiao'da sizleri ağırlamayı sabırsızlıkla bekliyoruz. Ciff Shanghai 2026 hakkında daha fazla bilgi için: <https://en.ciff-sh.com/>



Kapının Sanatsal Yüzü

- * Doğal Ahşap Kaplama Serisi
- * Astarlı Lakelik Serisi
- * CPL Laminat Serisi
- * Kapı Yüzeyleri
- * Kasa Pervaz Sistemleri
- * Süpügelikler
- * Cam çıtaları
- * Kenar Bantları
- * Duvar Profilleri

Gibi iç oda kapı bileşenleriyle,
farklı nitelikteki projeleriniz için
geniş alternatiflerle kapsamlı
çözümler sunan güvenilir
"ÇÖZÜM ORTAĞINIZ"



- Kaplama Seçenekleri
Veneer Options
- Doğal Hareli A. Meşe
• Natural Crown Cut A. Oak
 - A. Ceviz A. Walnut
 - Teak Teak
 - Lake Lacquered



Lake

YPY3 Lake 4 mm Astarlı Vizon Bej
YPY3 Lacquered 4 mm White Prime Coated
Vizon Beige



Kapının Sanatsal Yüzü



CPL 3 D ART - WD 18 Beton Gri
CPL 3 D ART - WD 18 Stone Gray



IDEAS
MATERIALS
TECHNOLOGIES
meet
DESIGN
create FUTURE

2023 OCTOBER 2026 PORDENONE ITALY

We would like to see you
at our Stand D13/ Hall 8
to present you our latest
collections

MOSFED, İstanbul Ticaret Odası (İTO) Orman Ürünleri Meslek Komiteleri ile bir araya geldi

İTO 71. Mobilya Meslek Komitesi, İstanbul Sanayi Odası (İSO) 23. Grup Orman Ürünleri Sanayii Meslek Komitesi, İSO 24. Grup Büro ve Mağaza Mobilyaları Sanayii Meslek

Komiteleri ile İSO 25. Grup Ev Mobilyaları Sanayii Meslek Komitesi üyeleriyle bir araya geldi.

MOSFED Başkanı Ahmet Güleç ev sahipliğinde gerçekleştirilen toplantıda, Türkiye mobilya sektörünün mevcut durumu, küresel rekabet koşulları, ortak çalışma alanları ve yeni dönemde izlenmesi gereken stratejik yol haritası ele alındı. Ahmet Güleç, yaptığı konuşmada sektörün geleceği açısından “rekabetçi iş birliği” anlayışının önemine dikkat çekti.

Program, meslek komitelerinin başkan ve üyelerine sektöre sundukları katkılar dolayısıyla teşekkür plaketlerinin takdim edilmesi ve toplu aile fotoğrafının çekilmesi-



yle sona erdi. MOSDER, sektörün ortak vizyon etrafında buluşmasını geleceğe yönelik çalışmaların önemli bir parçası olarak değerlendiriyor. Güleç'in değerlendirmelerinde öne çıkan başlıklar şöyle oldu: "Yeni dönemin sorusu artık 'Daha fazla nasıl üretiriz?' değil, 'Daha fazla değeri nasıl birlikte üretiriz?' olmalıdır." "Rekabet artık yalnızca şir-

ketler arasında değil; şehirler, ekosistemler ve iş birliği modelleri arasında yaşanıyor." "Üründe, markadavemüşteride rekabet edelim; tasarımda, uluslararası tanıtımda, yapay zekâda ve üniversite iş birliklerinde birlikte hareket edelim." "Türkiye'nin yeni büyüme hikâyesi; tasarım, markalaşma ve katma değeri birlikte artırmaktan geçiyor." "Tekbaşınagüçlüşirketlerdeğil,

birlikte güçlü bir ekosistem kurabilirsek küresel rekabette kalıcı başarı elde edebiliriz." Toplantıya İstanbul İhracatçı Birlikleri Koordinatör Başkanı Erkan Özkan, MOBSAD Başkanı ve MOSFED Başkan Yardımcısı Nuri Gürcan ile MOSDER Başkanı ve MOSFED Yönetim Kurulu Üyesi Davut Karaçak da katıldı. Toplantı, sektörde iş birliğinin daha da güçlendirilmesi mesajının ön plana çıktığı değerlendirmelerin ardından çekilen toplu aile fotoğrafıyla sona erdi.



IMSAD

AIMSAD-Turkish Woodworking

2026 yılının ilk yarısında Türk ağaç işleme makine sektörü, 58 milyon dolara yaklaşan ihracat ve 55,1 milyon dolarlık ithalat gerçekleştirdi. Sektör 2,8 milyon dolarlık dış ticaret

fazlası verirken, ihracatta Bulgaristan, Polonya ve İspanya öne çıktı. İthalat ise, İtalya ve Almanya sektörün en önemli tedarikçileri olmayı sürdürdü.



Stephanie Wagner

Küresel LIGNA Direktörü olarak atandı

Stephanie Wagner (54), 1 Ağustos 2026'da Deutsche Messe AG'nin yeni "Ticaret ve Tüketici Fuarları" iş birimi içinde yeni kurulan LIGNA bölümünün liderliğini üstlendi. Küresel LIGNA Direktörü olarak, 1 Temmuz 2026'dan beri Deutsche Messe'de Kıdemli Başkan Yardımcısı olarak iş biriminin başında bulunan 36 yaşındaki Hendrik Rawe'ye bağlı olarak çalışıyor. İş birimi dört bölüm ve iki personel fonksiyonundan oluşuyor.

Düsseldorf'taki Deloitte & Touche, Hannover'deki Gehrke econ ve Göttingen'deki Sartorius AG'de görev yaptıktan sonra, Wagner kariyerine 2006 yılında BIOTECHNICA'da proje yöneticisi olarak fuar sektöründe başladı. 2011 yılında yine proje yöneticisi olarak LIGNA'ya katıldı ve 2021 yılında ağaç işleme ve ağaç işleme endüstrisi için dünyanın önde gelen fuarı olan LIGNA'nın başına geçerek LIGNA ekibinin profesyonel liderliğini üstlendi.

Yeni Küresel Direktörlük görevinde, LIGNA'daki önceki sorumluluklarını genişleterek ekibin disiplin yönetimini de kapsayacak şekilde sorumluluklarını üstleniyor.

LIGNA'nın bağımsız bir bölüm olarak kurulması, Deutsche Messe'nin genel fuar portföyü içindeki önemini daha da vurguluyor. Deutsche Messe Kıdemli Başkan Yardımcısı Hendrik Rawe, "Bağımsız bölüm yapısı, LIGNA'nın önemini ve uluslararası yönelimini yansıtırken, aynı zamanda stratejik ve operasyonel gelişiminin devamı için net sorumluluklar da belirliyor. Stephanie Wagner bu bölümü yönetmek için ideal kişi. LIGNA hakkın-

daki uzun yıllara dayanan derin bilgisi, sektörle ve dolayısıyla müşterileriyle olan yakın bağları, stratejik ve operasyonel uzmanlığı ve LIGNA'nın gelecekte neye ihtiyacı olduğunu anlaması, onu bu rol için mükemmel bir seçim haline getiriyor" diyor.

Birsonraki **LIGNA fuarı, 10-14 Mayıs 2027** tarihleri arasında Hannover Fuar Alanı'nda gerçekleşecek.



mitreapel® apel tutkal®

1987'den beri mobilyanıza güç veren

Türkiye'nin yapıştırıcı ve tutkal markası

INTERMOB

17-20 Eylül / September 2026

3.Hall

Stand No:
311A

STANDIMIZA BEKLİYORUZ



www.betakimya.com.tr

[betakimya.as](https://www.instagram.com/betakimya.as)

[betakimya](https://www.facebook.com/betakimya)

[betakimya](https://www.linkedin.com/company/betakimya)

[betakimya_as](https://www.twitter.com/betakimya_as)

[BetaKimya](https://www.youtube.com/channel/UCBtaKimya)

BETA KİMYA
SANAYİ ve TİCARET A.Ş.

Tüketici de Artık Taksitte 9 Ayı Yeterli Görmüyor

Ahmet Güleç
TİM Başkan Vekili - MOSFED
Başkanı - Ndesign YK

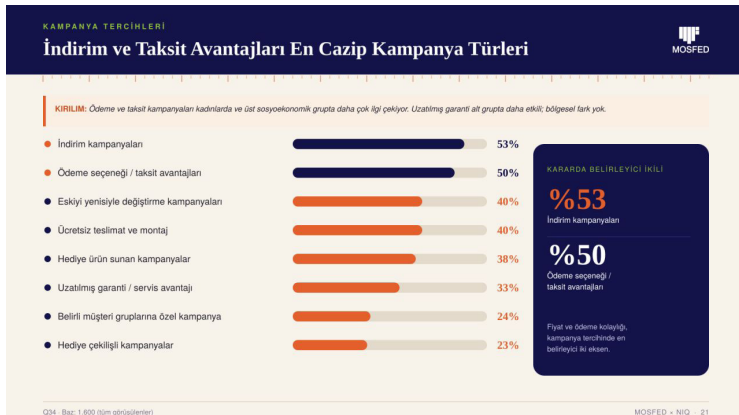
Mobilya sektöründe tüketici davranışlarını anlamak amacıyla MOSFED olarak Nielsen'a yaptırdığımız araştırmada, Türkiye genelinde 1.600 tüketiciye alışveriş alışkanlıklarını, önceliklerini, ödeme tercihlerini ve kampanya yaklaşımlarını sorduk.

Dikkat çekici sonuçlardan biri taksit sayısına ilişkin oldu. Bugün kredi kartıyla mobilya alışverişinde yasal taksit sınırı 9 ay. Bu sınırın artırılması gerektiğini yıllardır ilgili kurumlara iletiyoruz. Araştırmamız, bunun yalnızca sektörün değil, tüketicinin de talebi olduğunu ortaya koyuyor.



Kredi kartıyla taksitli alışveriş yapan tüketicilerin %56'sı 12 ay ve üzeri vade istiyor. Dahası, taksit kullananların %36'sı,

ürünü ancak peşin fiyatına taksit uygulanırsa satın alacağını söylüyor. Bu sonuç, neden ödeme koşullarını kolaylaştırmaya çalıştığımızı gösteriyor. Mobilya sektörü yaklaşık 500 bin kişiye



istihdam sağlıyor ve 5 milyar dolara yakın ihracat yapıyor. Ancak üretim, işçilik ve finansman maliyetlerimizdeki artış bizleri zorlamasına rağmen, kârımızdan feragat ederek bu artışı mümkün olduğunca ürün fiyatlarına yansıtmamaya çalışıyoruz. Vade farklarını sınırlıyor, kampanyalar yapıyor ve peşin fiyatına taksit gibi seçenekler sunuyoruz.

Araştırmanın ortaya koyduğu tablo, tüketicinin ödeme koşullarını satın alma kararının önemli bir parçası gördüğünü gösteriyor.

Tüketicilerin %90'ı fiyat karşılaştırması yapıyor. Ancak satın alma kararında ilk sırada %44 ile dayanıklılık, ikinci sırada %42 ile uygun fiyat geliyor. Yani tüketici sadece ucuzu aramıyor; dayanıklı ve kaliteli bir ürünü, bütçesine uygun koşullarla satın almak istiyor. Tüketicilerin %53'ü kredi kartıyla taksitli ödemeyi tercih ediyor. Bu grubun %56'sı ise taksit süresinin 12 ay ve üzerinde olmasını istiyor. Araştırma verileri, taksit isteyen tüketicinin mobilyaya ayırabildiği aylık ödeme gücünün 16.616 TL olduğunu gösteriyor. 9 aylık vade sınırı aylık taksit yükünü artırıyor. Bu durum tüketiciyi satın almaktan vaz-

geçmeye, alışverişini ertelemeye veya başka bir markaya yönelmeye itebiliyor. Nitekim tüketicilerin %81'i, daha uygun ödeme koşulu sunan markaya geçebileceğini söylüyor.

Araştırmanın mesajı çok net: Tüketici ihtiyacını karşılamak istiyor; ancak bunu bütçesine uygun ödeme koşullarıyla yapmak istiyor.

Mobilya, yüksek tutarlı ve uzun yıllar kullanılan bir ürün. Bu nedenle daha uzun vadeli ve sağlıklı ödeme seçenekleri hem satın alma kararını kolaylaştıracak hem sektörün sürdürülebilir büyü-

mesine ve kayıt dışılığın önlenmesine katkı sağlayacaktır. Yıllardır BDDK, Hazine ve Maliye Bakanlığı ve ilgili kurumlara ilettiğimiz bu talebin artık yalnızca sektörün değil, tüketicinin de ortak beklentisi olduğunu görüyoruz.

Bu nedenle, mobilyada kredi kartı taksit sınırının yeniden değerlendirilmesini ve taksit sayısının artırılmasını bekliyoruz. Çünkü mesele yalnızca daha fazla taksit değil. Mesele, tüketicinin ihtiyacı olan ürüne bütçesini zorlamadan ulaşabilmesidir.



ÖDEME DAVRANIŞLARI

Kredi Kartı ile Taksitli Ödeme En Yaygın Tercih



KIRILIM: Kadınlar kredi kartıyla taksitli ödemede erkeklerden yüksek; AB grubu ve Batı Anadolu taksitli kart kullanımında öne çıkıyor.

ÖDEME YÖNTEMİ TERCIHİ — TÖMÜ



Q25: Bazı 1.600 (tüm görüşülenler)

MOSFED • NİQ 19

TÜKETİCİ TUTUMLARI

Fiyat Hassasiyeti Yüksek, Ama Karar Yalnızca Fiyatla Verilmiyor



KIRILIM: Online kanala yatkınlık ve çevre dostu ürüne daha fazla ödeme isteği erkeklerde ve alt sosyoekonomik grupta belirgin. Güneydoğu neredeyse tüm illelerde en yüksek katılım gösteriyor.



Q25: Bazı 1.600 (tüm görüşülenler) T25: "Katılıyorrum" + "Kesinlikle katılıyorrum"

MOSFED • NİQ 24

INTERMOB 2026

17-20 Eylül 2026'da Tüyap İstanbul'da düzenlenecek Intermob; mobilya yan sanayi, mobilya aksesuarları, orman ürünleri ve ahşap teknolojilerini aynı platformda buluşturuyor. Bu nedenle Temmuz-Ağustos döneminin ardından sektörün en önemli buluşma noktalarından biri olarak öne çıkıyor.

Not: Intermob 2026 tarihleri resmi organizatör kaynaklarında 17-20 Eylül 2026 olarak yer almaktadır.

TEMMUZ-AĞUSTOS 2026 • SEKTÖR GÜNDEMİ 08 07 • ODAK ETKİNLİK

Intermob 2026: tedarik zincirinin buluşma noktası Intermob, ürün ve tedarikçi keşfinin yanı sıra

mobilya üretiminin geleceğine ilişkin teknoloji, malzeme ve tasarım eğilimlerinin takip edilebileceği stratejik bir platform niteliğinde. Sektör şirketleri açısından Intermob 2026; yeni tedarikçi bulma, ürün gamını güncelleme, teknoloji yatırımlarını karşılaştırma ve ihracat bağlantılarını geliştirme açısından kritik bir dönem yaratıyor.

MALZEME	TEKNOLOJİ	AKSESUAR	TASARIM
Panel, kaplama, orman ürünleri	Ahşap işleme, otomasyon	Donanım, bağlantı, tamamlayıcı ürünler	Yeni yüzeyler, renkler, fonksiyon

STRATEJİK OKUMA

Türkiye açısından Temmuz-Ağustos döneminin 5 ana mesajı

1 - İhracatta miktardan çok katma değer

Mevcut ihracat seviyesini korurken tasarım, marka ve ürün farklılaştırmasıyla birim değeri artırma ihtiyacı güçleniyor.

2- ABD pazarı daha önemli

Kanada ve bazı Asya menşeli ürünlerde tarifelerin maliyetleri yükseltmesi Türkiye için seçici fırsatlar yaratabilir.

3- Orman ürünlerinde arz maliyeti risk

Kereste fiyatlarındaki yükseliş panel, kontrplak ve diğer ahşap ürünlerinin maliyet zincirinde yakından izlenmeli.

4- AI + 3D artık üretim gündeminde

Robotik montaj, 3D konfigürasyon ve yapay zekâ uygulamaları satıştan üretime uzanan zinciri dönüştürüyor.

5- Eylül-Ekim yoğun sezon

Intermob ve WoodTech, teknoloji, yan sanayi, aksesuar ve üretim yatırımları açısından yılın kritik buluşmaları.

ABD PAZARI

Tarifeler, konut talebi ve tedarik zinciri aynı anda değişiyor

Gündem	Sektöre etkisi
Yeni gümrük tarifeleri	İthal mobilyada maliyet yapısı ve tedarik ülkeleri yeniden hesaplanıyor.
Section 301 / Section 122 süreçleri	Özellikle Asya → ABD hattında toplam ithalat maliyetini etkileyebilecek belirsizlik yaratıyor.
Konut mobilyası siparişleri	Aylık bazda zayıf; yıllık bazda sınırlı artış. Tüketici temkinli.
Yüksek faiz	Konut ve dayanıklı tüketim talebini baskılıyor.
Türkiye açısından	ABD’de fiyat avantajı oluşabilecek ürünlerde yeni fırsatlar doğabilir.

ABD KONUT MOBİLYASI: KARIŞIK GÖRÜNÜM

- Nisan 2026 siparişleri aylık bazda %4 geriledi; yıllık bazda %3 arttı.
- Sevkiyatlar aylık bazda %6 düştü; yıllık bazda yaklaşık yatay seyretti. Bu görünüm, ABD’de mobilya talebinin tamamen kaybolmadığını ancak yüksek maliyet, yüksek faiz, zayıf konut piyasası ve ihtiyatlı tüketici davranışı nedeniyle seçici ilerlediğini gösteriyor.



TEKNOLOJİ:

Temmuz 2026’da öne çıkan FurnitureVLA çalışması, görsel-dil-eylem yaklaşımıyla gerçek ölçekli mobilyaların iki kollu robotlarla montajını test ediyor. Simülasyonlarda başarı oranının yaklaşık %48’den %80’e çıkarılması, ahşap işleme ve mobilya üretiminde yapay zekanın uygulamalı üretime yaklaştığını gösteren önemli bir sinyal.

CNC → ROBOTİK → YAPAY ZEKÂ → OTOMATİK MONTAJ → AKILLI FABRİKA

3D KONFIGÜRASYON + DİJİTAL SATIŞ

- La-Z-Boy’un 3D Cloud platformunu ürün özelleştirme, ürün sunumu, merchandising ve gelecekteki AI uygulamalarında genişletmesi dikkat çekti.
- Mobilya üreticileri için dijital ürün verisi artık yalnızca pazarlama aracı değil; satış, konfigürasyon, üretim ve müşteri deneyiminin ortak alt yapısına dönüşüyor.



LONDRA TİCARET HEYETİ

• 6-9 TEMMUZ

• Ticaret Bakanlığı koordinasyonunda, TİM ve İstanbul İhracatçı Birlikleri organizasyonuy-

la gerçekleştirildi. • Mobilya + ev tekstili + halı sektörleri birlikte ele alındı; İngiliz alıcılarla nitelikli iş görüşmeleri hedeflendi. Birleşik Krallık’ın yeniden öncelikli pazarlar

arasına alınması, Türkiye’nin daha yüksek satın alma gücüne sahip pazarlarda görünürlüğünü artırma arayışının bir parçası olarak okunabilir.



AİRPAK YENİLİKÇİ ADIMLAR



2023

WOODTECH 2023
Her yıl olduğu gibi, Woodtech
2023'te de sektörün nabzını
tutarak yerimizi aldık.

2020

2022-2024

Yeni Nesil Tesis Entegrasyonları
Gelişen endüstri ihtiyaçlarına yönelik
yüksek kapasiteli silo ve filtre sistemleri kurulumları.

Mühendislik ve Otomasyon
Enerji tasarruflu, tam otomatik hava emiş ve
toz toplama çözümleriyle modern tesis dönüşümleri.



2022 - 2024



2024

WOODTECH 2024
Her yıl olduğu gibi, Woodtech
2024'te de sektörün nabzını
tutarak yerimizi aldık.



2025

WOODTECH 2025
Her yıl olduğu gibi, Woodtech
2025'te de sektörün nabzını
tutarak yerimizi aldık.

2024-2025

2025-2026

Standartlaşan Güven ve Sürdürülebilirlik
Yüksek hacimli tesislerde kesintisiz çalışma performans
ı ve sıfır toz hedefiyle kurulan sistemler.

Standartlaşan Güven ve Sürdürülebilirlik
Yüksek hacimli tesislerde kesintisiz çalışma performan
ı ve sıfır toz hedefiyle kurulan sistemler.



EFE İhracat Mobilya Fuarı 2027, 20. edisyonuna hazırlanıyor.

Asya'nın önde gelen tedarik platformlarından biri olan İhracat Mobilya Fuarı (EFE) 2027, bu yıl yine yeniliklerle katılımcı ve ziyaretçilerini bekliyor



2-4 Mart 2027 tarihleri arasında Kuala Lumpur Kongre Merkezi'nde (KLCC) düzenlenecek olan bu dönüm noktası niteliğindeki etkinlik, önde gelen Malezyalı üreticileri ve köklü markaları bir araya getirerek, onları dünyanın dört bir yanından uluslararası

alıcılarla buluşturuyor. Daha yüksek verimlilik ve etki için tasarlanan EFE2027, alıcıların ve katılımcıların daha kısa bir zaman dilimi içinde anlamlı etkileşimleri en üst düzeye çıkarmalarını sağlayan, daha odaklı ve özenle seçilmiş bir format sunuyor.

Fuar Malezya'nın temel ev mobilyası segmentlerini öne çıkararak yatak odası, yemek odası ve oturma odası ortamları için seçkin bir ürün yelpazesi sunuyor.

Malezya'nın el işçiliği, tasarım çeşitliliği ve ihracat mükemmelliği konusundaki itibarı ile desteklenen EFE, küresel alıcılar için yüksek kaliteli ve etkili bir tedarik deneyimi sunmaktadır.

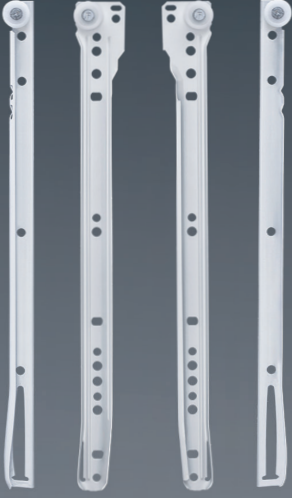
140'tan fazla ülkeden alıcıyı kendine çekmesiyle tanınan EFE, kalıcı ortaklıklar kurmak ve uluslararası ticareti geliştirmek için güvenilir bir platform olmaya devam ediyor.

Sektör geliştikçe, EFE küresel mobilya topluluğunun bağlantı kurması ve büyümesi için daha akıllı ve daha etkili yollar yaratmaya olan bağlılığını sürdürmektedir.



FLORE®

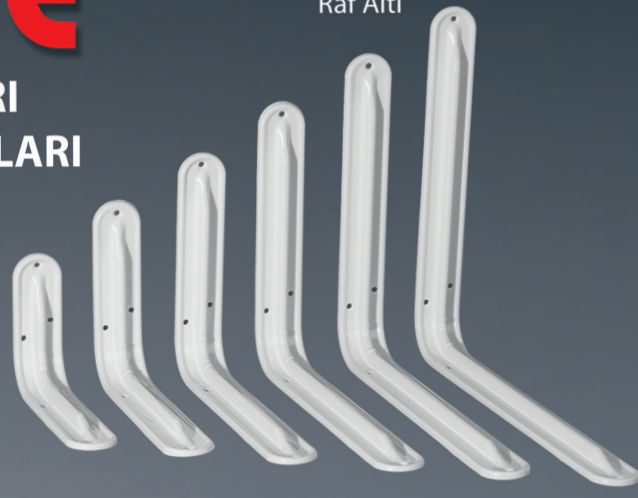
ÇEKMECE RAYLARI MOBİLYA AKSESUARLARI



Standart Ray
25-30-35-40-45-50-55-60 cm



Katlanır Masa Konsolu
Kalınlık: 2 mm (Galvanizli-Beyaz)
300 mm - 400 mm



Raf Altı

5x6-6x8-7x9-8x10-
10x12-12x14

İçten Metal Güvencesiyle

Ferforje Raf Altı
(Beyaz - Siyah - Bakır)

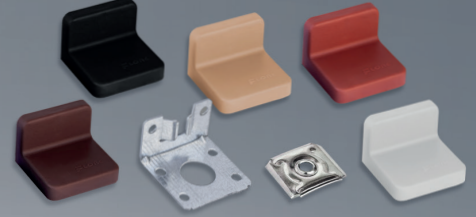


Amortisörlü
Baza Mekanizması



Flore Dolap Askı
Kalınlık: 1,50 mm

EFE Dolap Askı
Kalınlık: 1,2 mm Pul: 1,5 mm



- ST 1203 kalite sactan üretilen çekmece rayları ve diğer boyalı ürünler paslanmaya karşı çinko fosfat kaplı (m2/4gr) ve 60-80 mikron arası elektrostatik toz boya ile boyanmıştır.
- Toplam Kalite Anlayışı ile üretilmiştir.
- Ömür boyu paslanmaz garantilidir.
- Sessiz çalışma özelliği (Çekmece Raylarında)



Oval Gönye
Köşebentler



www.ictenmetal.com



İÇTEN METAL SAN. ve TİC. LTD. ŞTİ.

Ömerli Mah. Akmaç Sokak No: 22, 34555 Arnavutköy / İSTANBUL

Tel.: +90 (212) 798 33 13 (4 Hat) Fax: +90 (212) 798 33 17

www.ictenmetal.com info@ictenmetal.com

SEKTÖR ŞİRKETLERİ İÇİN İZLENECEK GÖSTERGELER

2026'NIN İKİNCİ YARISI İÇİN ÖNERİLEN ODAK

• ABD ve Birleşik Krallık başta olmak üzere yüksek katma değerli pazarlarda

seçici büyüme. • Tasarım ve markalaşmayı ihracat stratejisinin merkezine almak. • Panel, kontrplak ve orman ürünlerinde hammadde/arz risklerini düzenli takip etmek.

• 3D ürün verisi, otomasyon ve AI uygulamalarını küçük pilotlarla başlatmak. • Intermob ve WoodTech öncesi ürün, numune ve müşteri hedef listesini hazırlamak.

Gösterge	Temmuz-Ağustos sinyali	Yönetim açısından anlamı
İhracat	Bölgesel ayrışma	Pazar ve ürün bazında çeşitlendirme
Maliyet	Yüksek enerji / girdi / lojistik baskısı	Birim maliyet ve verimlilik programı
Faiz	Finansman baskısı	Stok, yatırım ve işletme sermayesi disiplininin önemi
ABD	Tarifeler ve tedarik zinciri değişimi	Yeni müşteri ve ürün fırsatlarını test etme
Teknoloji	AI + 3D + robotik	Dijital dönüşüm yol haritası oluşturma
Fuarlar	Eylül-Ekim yoğunluğu	Yeni ürün, tedarikçi ve müşteri temaslarını planlama

Sektörün yeni rekabet tanımı: daha akıllı, daha markalı, daha ihracatçı

Temmuz-Ağustos 2026 verileri, Türkiye mobilya ve orman ürünleri sektörünün yalnızca talep koşullarıyla değil, küresel ticaret politikaları, hammadde maliyetleri ve teknolojik dönüşümle birlikte değerlendirilmesi gerek-

tiğini gösteriyor. Ege'nin ihracatı koruyan performansını ile AKAMİB'deki gerileme aynı anda okunmalı; bölgesel farklılıkların arkasındaki ürün, pazar ve maliyet yapıları daha yakından analiz edilmelidir. Önümüzdeki dönemde

avantaj sağlayacak şirket profili; tasarım ve marka gücü yüksek, pazarlarını çeşitlendirmiş, maliyetlerini veriyle yöneten, dijital ürün altyapısına sahip ve otomasyona yatırım yapan şirket olacaktır.



6-9 TEMMUZ
LONDRA MOBİLYA
TİCARET HEYETİ
Londra / İngiltere



22 TEMMUZ
İKMİB TEMMUZ
TOPLANTISI
İstanbul



26-30 TEMMUZ
LAS VEGAS MARKET
SUMMER 2026
Las Vegas / ABD



19-22 AĞUSTOS
EXPO MUEBLE
INTERNACIONAL 2026
Guadalajara / Meksika



İMKUL
INTERMOB
17-20 EYLÜL
INTERMOB 2026
Tüyap İstanbul
Mobilya Yan Sanayi,
Aksesuar, Orman Ürünleri,
Ahşap Teknolojileri

"4 kıtada en prestijli projelerde Disa Kulp ürünleri kullanılmakta"
"Disa Kulp products are used in the most prestigious projects in 4 continents"



mükemmelliğe dokunun...
touch the perfection...



www.disakulp.com

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

 [disakulp](https://www.facebook.com/disakulp)

 0412 257 68 78 • 0412 257 20 08

 info@disakulp.com • export@disakulp.com



Standımıza Hall 11
Davetlisiniz No 1101/A



Standımıza
Davetlisiniz

Hall 5
No 34B

KASTAMONU ENTEGRE’NİN YENİLİKLERİNİ INTERMOB 2026’DA KEŞFEDİN

Kastamonu Entegre, yeni dekor, yüzey ve yaşam alanı çözümleriyle 17–20 Eylül 2026 tarihlerinde Tüyp Fuar ve Kongre Merkezi’nde düzenlenecek INTERMOB 2026’da sektör profesyonelleriyle buluşuyor.

Mobilya yan sanayisi ve tasarım dünyasının önemli buluşma noktalarından INTERMOB, sektörün yeni ürünlerini, teknolojilerini ve tasarım yaklaşımlarını bu yıl da aynı çatı altında bir araya getirmeye hazırlanıyor. **Kastamonu Entegre**, fuarda parke, **dekoratif yüzey** ve duvar çözümlerinden oluşan geniş ürün dünyasını farklı kullanım senaryolarıyla ziyaretçilerine sunacak. Renk, doku ve yüzeylerin birbiriyle kurduğu ilişkinin öne çıkacağı standta, ürünler bütünlüklü yaşam alanı kurguları içinde deneyimlenebilecek. **Aynı dekorla farklı mekân kurguları**

Floorpan’ın yeni Balıksırtı Parke Serisi Bona, balıksırtının zamansız görünümünü çağdaş yaşam alanlarının ihtiyaçlarıyla buluşturuyor. Aynı dekorların balıksırtı ve standart plank formatlarında uygulanabilmesi, farklı odalarda ortak bir tasarım dili korunurken çeşitli döşeme biçimlerinin kullanılmasına imkân tanıyor. Ocak 2027 itibarıyla satışa sunulacak serinin estetik özellikle-



ri; yüksek aşınma direnci, 1 hafta suya dayanıklılık, yerden ısıtmaya uygunluk ve kolay bakım gibi kul-

lanım avantajlarıyla tamamlanıyor. **Tasarım kadar performans da ön planda**

Günümüz yaşam alanlarında estetik görünümün yanı sıra dayanıklılık ve kullanım kolaylığı da ürün tercihinde belirleyici rol oynuyor. Kastamonu Entegre'nin laminat parke grubunda geliştirdiği suya dayanım performansı, farklı kullanım alanlarının ihtiyaçlarına daha güçlü yanıt verirken günlük yaşamda karşılaşılabilecek sıvı temaslarına karşı daha uzun süreli koruma sağlıyor.

Yeni renk ve yüzeylerle daha fazla kombinasyon

EvoGloss ve Vision koleksiyonlarına eklenen yeni renk ve yüzey seçenekleri, mobilya üreticileri, mimarlar ve tasarımcılar için kombinasyon olanaklarını genişletiyor. Mat, parlak ve me-

talik renklerden farklı doku alternatiflerine uzanan yenilikler, çeşitli tasarım yaklaşımlarının hayata geçirilmesini destekliyor.

Duvarlar tasarımın aktif bir parçasına dönüşüyor

Norm, Cubic, Trian ve Wave serile-

ritim ve derinliklerin oluşturulmasını sağlarken boyanabilir profil seçeneğiyle projeye göre kişiselleştirilebilen uygulamalara da alan açıyor.

Kastamonu Entegre, INTERMOB 2026 boyunca müşterilerini, iş ortaklarını, mobilya üreticilerini,



rinden oluşan Duvar Profili ürün grubu; farklı profil geometrileri, renkleri ve uygulama seçenekleriyle duvarların mekân tasarımında daha aktif bir rol üstlenmesine imkân tanıyor. Birbiriyle uyumlu şekilde kullanılabilen seriler, duvar yüzeylerinde farklı

mimarları, iç mimarları ve tasarımcıları yeni ürünlerini yakından incelemek, farklı dekor ve yüzey kombinasyonlarını keşfetmek üzere Salon 7'de yer alan 721 B numaralı standına davet ediyor.



Decorex Johannesburg

30 Temmuz–2 Ağustos 2026 – Johannesburg / Güney Afrika

Decorex Johannesburg ve 100% Design Africa aynı tarihlerde Sandton Convention Centre’da gerçekleştirildi. Etkinlik; mobilya, dekorasyon, tasarım, aydınlatma ve aksesuar sektörlerini bir araya getirdi. Özellikle Afrika pazarı açısından etkinliğin önemi yüksek. Türkiye açısından fırsat: Güney Afrika ve Sahra Altı Afrika pazarları, Türk mobilya üreticileri açısından Irak ve Körfez dışında yeni pazar çeşitlendirme alanlarından biri olabilir.



Las Vegas Market’te aksesuar ve komponentler



Las Vegas Kış Pazarı 2027

Yer: Dünya Pazarı Merkezi

Tarihler: 24-28 Ocak 2027

Kış Las Vegas Pazarı, ev mobilyaları, hediyeelik eşya ve tasarım sektörlerini World Market Center Las Vegas’ta bir araya getirerek dinamik ürün keşfi, eğitim ve bağlantı fırsatları sunuyor. Binlerce önde gelen marka ve ürünü keşfedin, yeni kaynaklar bulun ve ülke genelindeki sektör profesyonelleriyle değerli ilişkiler kurun. Kayıtlar Eylül ayında açılacaktır.

Las Vegas Market’te mobilyanın yanı sıra ev aksesuarları, dekorasyon, aydınlatma, tekstil ve tamamlayıcı ürünler de önemli yer tuttu.

Yaz 2026 organizasyonunda First Finds adıyla yeni ürün ve yeni markaların keşfedilmesine yönelik alan oluşturuldu.

Bu alan özellikle:

- yeni aksesuarlar,
 - dekoratif ürünler,
 - yeni malzemeler,
 - tamamlayıcı ürünler
- açısından dikkat çekiyor.



**YENİ
ÜRÜNLER**



870-1 Basmalı Sürgülü Kilit
KÜÇÜK



870-1 Basmalı Sürgülü Kilit
BÜYÜK



766 Mıknatıslı Kapı İtici



767 Mıknatıslı Kapı İtici Paslanmaz



A5 Dijital Dolap Kilidi



138 - Parlz
Parmak İzli



103 - 20 - Parlz
Parmak İzli



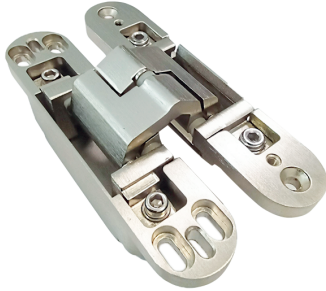
103 - (20/25/30) - Şifre



288 - Şifre



706 - (95/110) - R - L Gizli Menteşe
Sağ ve Sol



706 - (135) - R - L Gizli Menteşe
Sağ ve Sol



709 - 100 - R/L - PSaten



702R - 7,5/10 - PSaten



901 Anahtar Kutusu Şifreli
VIDALI



902 Anahtar Kutusu Şifreli
ASMALI



911 Anahtar Dolabı KÜÇÜK
912 Anahtar Dolabı BÜYÜK



921 Para Kutusu KÜÇÜK
922 Para Kutusu BÜYÜK

DİVRİK DIŞ TİCARET ve İNŞAAT A.Ş.

Mahmutbey Mah. İSTOÇ 43. Ada 2404 Sk. No:32 Bağcılar 34218 İstanbul / Türkiye Tel:+90-212-659 20 25 Fax:+90-212-659 20 23

www.555.com.tr

info@555.com.tr

info@divrik.com

Expo Mueble Internacional Meksika 2026 19-22 Ağustos

19-22 Ağustos 2026 – Guadalajara
YAKLAŞAN ETKİNLİK

Latin Amerika'nın önemli mobilya ve dekorasyon fuarlarından.

Organizatörün verilerine göre:

- 72.000+ m²
- 70.000+ ziyaretçi
- 1.000+ katılımcı

ölçeğinde bir organizasyon hedefleniyor.

Mobilyanın yanında:

- dekorasyon,
- aydınlatma,
- aksesuar,
- ofis mobilyaları,
- tekstil

gibi alanlar bulunuyor.

Türkiye açısından: Meksika ve Latin Amerika, Türk mobilyası için henüz tam olarak değerlendirilmemiş önemli bir

AHŞAP MAKİNELERİ VE TEKNOLOJİ

IWF Atlanta 2026 25-28 Ağustos 2026 – Atlanta / ABD

IWF Atlanta, Kuzey Amerika'nın en eski ve en büyük ağaç ürünleri tasarım ve teknoloji fuarı ve konferansıdır. Ağaç işleme sektöründeki profesyonellerin çoğu, diğer tüm ABD ağaç ürünleri etkinliklerinden daha fazla IWF Atlanta'da iş yapmaktadır. İşinizi 25-28 Ağustos 2026 tarihlerinde Atlanta'daki Georgia World Congress Center'da 16 Ağustos itibarıyla henüz gerçekleşmedi.

International Woodworking Fair (IWF), Kuzey Amerika'nın en önemli ahşap işleme teknolojileri organizasyonlarından biri.

25-28 Ağustos tarihlerinde Georgia World Congress Center'da düzenlenecek.

Sergilenecek ana teknolojiler

- CNC makineleri
- Kesim teknolojileri
- Kenar bantlama
- Delme
- Zımparalama
- Otomasyon
- Robotik
- Yazılım
- Toz emiş sistemleri
- Mobilya üretim teknolojileri

2026'nın en önemli teknoloji mesajı

IWF kapsamında otomasyon ve üretim verimliliği öne çıkıyor.

Örneğin Thermwood, farklı büyüklükteki işletmelere yönelik 4 CNC router sergileyeceğini açıkladı. Doucet ise otomasyon çözümlerini fuarda gösterecek.



IIFF 2027 Uluslararası İstanbul Mobilya Fuarı, 19-23 Ocak 2027 tarihleri arasında Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi'nde

Avrupa'nın en büyük ve en prestijli mobilya fuarlarından biri olan IIFF2027 Uluslararası İstanbul Mobilya Fuarı, 19-23 Ocak 2027 tarihleri arasında Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi ile İstanbul Fuar Merkezi olmak üzere iki fuar merkezinde gerçekleştirilecek.

Mobilya sektörünün en yeni trendlerini, yenilikçi tasarımlarını ve geleceğe yön veren çözümlerini keşfetmek isteyen sektör profesyonelleri için IIFF2027, benzersiz bir buluşma noktası sunuyor. Modern yaşam alanlarına ilham veren mobilyalardan akıllı yaşam çözümlerine, sürdürülebilir üre-tim anlayışıyla geliştirilen koleksiyonlardan zamansız tasarımlara kadar binlerce ürün ve marka fuarda ziyaretçilerini bekliyor.

Dünyanın dört bir yanından üreticileri, satın almacıları, mimarları, iç mimarları, tasarımcıları ve sektör profesyonellerini bir araya getiren IIFF2027, yeni iş birlikleri kurmak, sektördeki gelişmeleri yakından takip etmek ve küresel ticaret ağını genişletmek için önemli fırsatlar sunuyor.

Uluslararası İstanbul Mobilya Fuarı, her tarza ve ihtiyaca uygun ürün çeşitliliğiyle mobilya dün-



yasının buluşma noktası! Sektördeki öncü markalar, yenilikçi tasarımcılar, iç mimarlar ve dekorasyon uzmanları bu fuarda bir araya gelerek, geniş bir yelpazede yaratıcı çözümler sunuyor. Oturma gruplarından yatak odası takımlarına, ofis mobilyalarından bahçe ve dış mekan mobilyalarına kadar pek çok kategoride kaliteli ve estetik ürünler ziyaretçilerin beğenisine sunuluyor <https://www.istanbulfurniturefair.com/tr/fuar->

23. Uluslararası Ağaç İşleme Fuarı. Mobilya Bileşenleri. Mobilya ve İç Mekan Tasarımı – WoodTech & MebelExpo Özbekistan 2027

Woodtech & MebelExpo Özbekistan 2027, ülkenin önde gelen uluslararası ağaç işleme ve mobilya sektörü fuarı! 2004 yılında lansmanından bu yana, "WoodTech & MebelExpo Özbekistan", sektörün önde gelen uluslararası fuar etkinliği olarak kendini kanıtlamıştır.

Fuar, yerli üreticilere gelişmiş küresel teknolojilere, hammaddelere ve bileşenlere doğrudan erişim sağlarken, yerel pazarda satışlarını genişletmek isteyen şir-

ketlere de tasarımcılar, üreticiler ve distribütörler de dahil olmak üzere önemli pazar oyuncularıyla tanışma fırsatı sunmaktadır.

Her yıl, fuar, mobilya üretiminde uluslararası alanda tanınmış markaları, en son teknoloji ekipman, hammadde ve bileşen tedarikçilerini, ayrıca iç ve tasarım profesyonellerini bir araya getirerek yeni koleksiyonları, yenilikçi çözümleri ve en son mobilya üretim teknolojilerini sergilemektedir.

www.iafp.info



TURKEY



Our publication is the sole member from Turkey of the largest professional global network of furniture specialized magazines.

INDIA



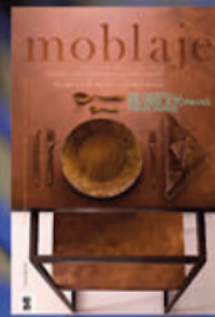
USA



BELGIUM



MEXICO



UK



AUSTRALIA



ROMANIA



JAPAN



POLAND



CHINA



BULGARIA



SINGAPORE



GERMANY



SOUTH KOREA



BRAZIL



GET THE INTERNATIONAL ADVANTAGE!

Advertise in IAFP publications in your markets of choice

35 Yıldır



EKİN TASARIM
Reklamcılık Tic. Ltd. Şti.

Soluksuz Bir Yürüyüşteyiz!...



2010



2026



Hobi
Uygulama kitapları



Kendin Yap
uygulamalar dergisi



Kinder Craft
uygulamalar dergisi



39. Uluslararası Ağaç İşleme Makineleri, Kesici Takımlar, El Aletleri Fuarı

www.woodtechistanbul.com

22 - 25 Ekim 2026

Perşembe - Pazar

Detaylı
bilgi için
QR kodunu
okutun!



woodtechistanbul



woodtechist

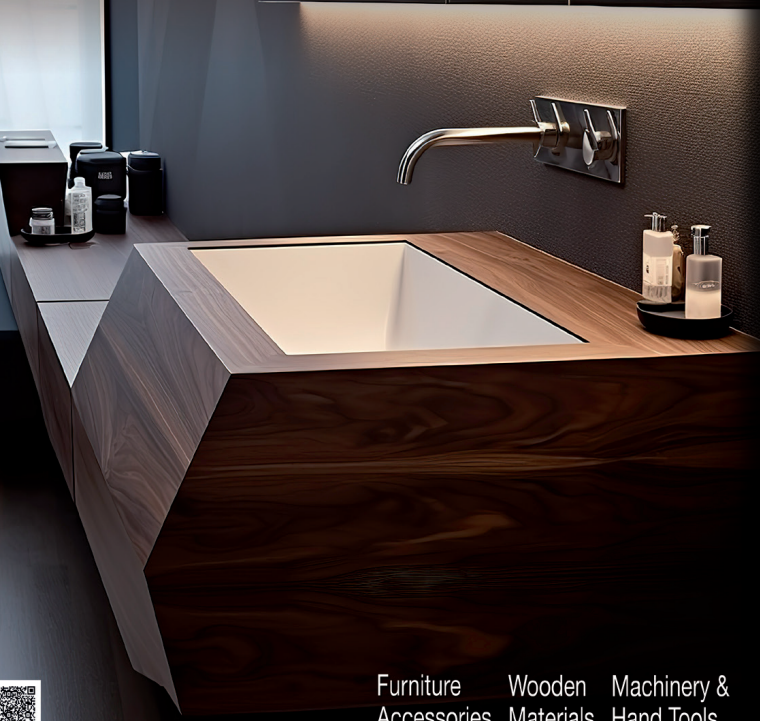


**TÜYAP FUAR VE KONGRE MERKEZİ
BÜYÜKÇEKMECE | İSTANBUL**

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

Türk Mobilya Sektörünün Global İhracat Yayını

FURNITURK MAY
Mayıs 2025
INDUSTRY & DECORATION
The Turkish Furniture Industry Export Journal
Вестник экспортной деятельности мебельной индустрии Турции
مجلة صادرات صناعة الأثاث التركي



Furniture Wooden Machinery &
Accessories Materials Hand Tools

Мебель для дома
Мебель для офиса
Мебельные аксессуары
Материалы из древесины
Машины и ручные приборы
أثاث المنزل أثاث المكاتب
اكسسوارات الأثاث مواد الخشب
الآلات و أدوات يدوية

SEKİRCİLER YAYINLARI DERNEĞİ
IAFP
FSM
MAKSDER
Ekin Publishing Group is a Member of SEYAD, IAFP, FSM and MAKSDER

**YENİ
SAYIMIZ
HAZIRLANIYOR**

Türkiye'nin tek uluslararası
Mobilya Sektör Dergisi **FURNITURK
INDUSTRY & DECORATION**
dergimizin yeni sayısı için
hazırlıklar devam ediyor.

Her yıl onlarca uluslararası fuarlarda
dağıtılan dergimiz, Türk mobilya
üreticilerine yurt dışı bağlantılar
kurarak, ticari ilişkilerini geliştirmeyi
ve Türkiye'yi
dünya mobilya pazarında
tanıtmayı hedefliyor.

Firmanız 1 sayfa reklam ile,
tüm bu pazarlara ortak olacaktır.

**EKİN
YAYIN
GRUBU**

www.mobilyadergisi.com.tr



YILDIR
MÜKEMMELİN
İZİNDE

ROMA