

UTA Lojistik

TEMMUZ 2026 YIL 32 SAYI 7

OTOMOTİVİN YENİ YARIŞ PİSTİ

TEDARİK ZİNCİRİ

- ✓ TK AUTO ile Turkish Cargo'dan özel çözüm
- ✓ TRANSWAGGON yeni nesil yük vagonlarıyla büyüyor
- ✓ Autoport, kapasitesini 1,1 milyon CEU'ya taşıyor
- ✓ Ford Otosan kendi lojistik koridorunu kuruyor
- ✓ TEMSA'nın yeni rotası elektrikli mobilité

MODA KOLEKSİYONLA DEĞİL LOJİSTİKLE KAZANIYOR

✓ Toygar Narbay - TGSD

Lojistik dönüşüm rekabeti belirliyor

- ✓ LC Waikiki, Koton, Derimod hızı yeniden tanımlıyor
- ✓ Raben Türkiye'de Avrupa standartlarını sunuyor
- ✓ Batu Logistics, tekstili fabrikadan vitrine taşıyor



Uçtan Uca Etkinlik Lojistiği

Uluslararası etkinlik ve lansman projeleri için;
maket, stand ve özel üretim materyallerin havayolu taşımacılığı,
gümrükleme, otel içi kurulum, demontaj
ve lojistik operasyon hizmetleri.

PAN®event



BATU LOGISTICS

Logistics redefined

Kontrol Kulesi Konseptimizle Teslimatlarınızda Tam Kontrol

Teslimatlarınızın ve projelerinizin tüm süreçlerini
tek merkezden dedike ekiplerle yönetiyor,
kusursuz süreç yönetimi sunuyoruz.



BATU LOGISTICS
Logistics redefined

BATU LOGISTICS
Logistics redefined

444 BATU
2 2 8 8

batulogistics.com | info@batulogistics.com

AUTOPORT TÜRKİYE’NİN İLK OTOMOTİV TERMİNALİ

Otomotiv lojistiğine özel olarak tasarlanan **Türkiye’nin ilk otomotiv terminali Autoport**, gelişen teknolojik altyapısı, inovatif çözümleri, nitelikli ve kaliteli operasyon süreçleriyle otomotiv sektörüne değer katıyor.

28

**Ford Otosan
lojistikte
kendi koridorunu
kurdu**



Onur Sarıkaya

34

**TEMSA,
tedarik zincirinde
dijital ve
direncili dönüşüme
odaklandı**



Akın Ergür

38

**Hazır giyimde
lojistik dönüşümü
rekabeti
belirleyecek**



Toygar Narbay

42

**LC Waikiki,
1 milyar ürünlük
operasyonunu
4 stratejik adımla
geleceğe taşıyor**



Mehmet Sait Baykara

48

**Koton'un global
başarısında
lojistiğin
stratejik rolü**



Canan Mutlu

50

**Derimod,
lojistikte hız ve
sürdürülebilirliği
teknolojiyle
buluşturuyor**



Cem Külahçı

DOSYA

OTOMOTİV LOJİSTİĞİ

- 23 Turkish Cargo'dan otomotiv endüstrisine özel yeni ürün: TK AUTO
- 24 Autoport, 1,1 milyon CEU elleçleme kapasitesiyle otomotiv lojistiğinde yeni döneme hazırlanıyor
- 26 TRANSWAGGON'dan otomotiv lojistiğinde yeni gereksinimlere özel yük vagonu çözümü
- 28 Ford Otosan lojistikte kendi koridorunu kurdu
- 32 Otomotiv sanayisi ilk yarıyı 663 bin adet üretimle tamamladı
- 33 Lima Logistics, otomotivde hava kargo operasyonlarıyla fark yaratıyor
- 34 TEMSA, tedarik zincirinde dijital ve direncili dönüşüme odaklandı
- 36 Grimaldi, yeni otomobil taşıma gemisi Grande İstanbul'u tanıttı

DOSYA

TEKSTİL VE HAZIR GİYİM LOJİSTİĞİ

- 38 Hazır giyimde lojistik dönüşümü rekabeti belirleyecek
- 40 Raben, tekstil lojistiğinde Türkiye pazarına yeni bir model sunuyor
- 42 LC Waikiki, 1 milyar ürünlük operasyonunu 4 stratejik adımla geleceğe taşıyor
- 46 Batu Logistics, askılı taşıma gücüyle tekstili fabrikadan vitrine ulaştırıyor
- 48 Koton'un global başarısında lojistiğin stratejik rolü
- 50 Derimod, lojistikte hız ve sürdürülebilirliği teknolojiyle buluşturuyor

HABER

- 20 GLS, stratejik ortaklıkla Türkiye pazarına giriş yaptı
- 21 Railport, Türkiye'yi intermodal taşımacılığın merkezine taşıyor
- 22 Turkish Cargo, özel kargo operasyonlarındaki üç IATA CEIV sertifikasını yeniledi

LOJİSTİK GÜNDEM

- 53 Seyhan Gülhan: Tekstil lojistiğinde sürdürülebilirlik rekabeti



TEKSTİL VE OTOMOTİV LOJİSTİĞİ REKABETİN GÖRÜNMEYEN GÜCÜ

BİLGEHAN ENGİN
UTİKAD Yönetim Kurulu Başkanı



SÜRDÜRÜLEBİLİR REKABETİN STRATEJİK HALKASI: DEMİRYOLU

ONUR KÜÇÜKAKDERE
Demiryolu Taşımacılığı Derneği
Yönetim Kurulu Başkanı



HEMEN
TEKLİF ALIN

Raben

İTALYA İLE KARŞILIKLI EKSPRES TAŞIMALAR



Tekstil sektörüne özel
askılı taşıma hizmetleri



72 ila 96 saatlik
teslimat süreleri



Düzenli ve direkt
kara yolu taşımaları



Raben ağıнын
güçlü çözümleri



Eş zamanlı ve şeffaf
takip süreçleri



Parsiyel ve komple
taşıma seçenekleri



Mevzuata uygun
ADR servisleri



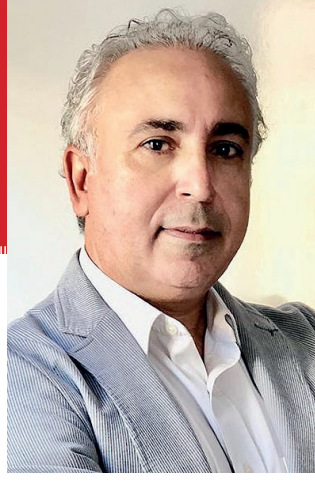
+90 850 37 78 726 (RBN)
info.tr@raben-group.com
turkiye.raben-group.com

**YOUR PARTNER
IN LOGISTICS**

EDİTÖRDEN

Cem KAÇMAZ

cemk@esmyayincilik.com.tr



İKİ LOKOMOTİF SEKTÖR TEK GÜNDEM LOJİSTİK

Her sektörün kendine özgü dinamikleri var. Ancak bugün otomotiv ile tekstil sektörünü aynı cümlede buluşturan çok güçlü bir ortak payda bulunuyor oda lojistik ve tedarik zinciri yönetimi.

Türkiye ekonomisinin lokomotif sektörleri arasında yer alan otomotiv ile tekstil ve hazır giyim, ihracatın yanı sıra lojistik sektörünün de en büyük yük üreticileri arasında bulunuyor. Otomotiv Sanayii Derneği'nin (OSD) verilerine göre 2026 yılının ilk altı ayında toplam araç üretimi 663 bin adedi aşarken, ticari araç üretimindeki artış sektörün hareketliliğini sürdürdüğünü gösterdi. Hazır giyim ve tekstil ise yaklaşık 30 milyar dolarlık ihracat hacmiyle Türkiye'nin en önemli dış ticaret kalemlerinden biri olmayı sürdürüyor. Avrupa'ya yakınlığı sayesinde kısa termin avantajına sahip sektör, giderek hızlanan teslimat beklentileri nedeniyle lojistik kabiliyetini rekabetin merkezine taşımış durumda.

Bir dönem rekabet daha çok üretim kapasitesi, iş gücü maliyetleri ya da ürün kalitesi üzerinden şekilleniyordu. Bugün ise siparişin ne kadar hızlı hazırlandığı, hangi maliyetle sevk edildiği, tedarik zincirinin ne kadar görünür olduğu ve müşteriye ne kadar öngörülebilir hizmet sunulduğu en az ürünün kendisi kadar önem taşıyor. Artık lojistik, üretimin arka planındaki destek fonksiyonu değil, doğrudan rekabet avantajı sağlayan stratejik bir unsur haline geldi.

Türkiye ekonomisinin iki önemli ihracat gücü olan otomotiv ve tekstil sektörleri de bu dönüşümü en yoğun yaşayan alanların başında geliyor. Otomotivde elektrifikasyon, yeni nesil üretim modelleri ve küresel tedarik ağlarının yeniden şekillenmesi lojistik süreçlerini yeniden tanımlıyor. Tekstilde ise değişen tüketici alışkanlıkları, kısa sezonlar ve hızlanan koleksiyon döngüleri, depolamadan dağıtımına kadar tüm operasyonların daha çevik yönetilmesini zorunlu kılıyor.

Öte yandan Avrupa Birliği'nin Yeşil Mutabakat süreci, Dijital Ürün Pasaportu uygulamaları ve karbon emisyonlarına yönelik yeni düzenlemeler yalnızca üreticileri değil, lojistik sektörünü de doğrudan etkiliyor. Bugün bir ürünün hangi fabrikada üretildiği kadar hangi taşıma modeliyle sevk edildiği, ne kadar karbon salımı oluşturduğu ve tüm sürecin dijital olarak izlenebilir olması da ticaretin ayrılmaz bir parçası haline geliyor.

Bu tablo, lojistik yatırımlarının yönünü de değiştiriyor. Depolarda otomasyon sistemleri yaygınlaşıyor, yapay zeka destekli planlama araçları operasyonların merkezine yerleşiyor, intermodal taşımacılık daha fazla tercih edilirken limanlar, terminaller ve lojistik merkezleri yalnızca yük aktarma noktaları olmaktan çıkıp entegre tedarik zinciri merkezlerine dönüşüyor. Şirketler artık sadece daha fazla taşımayı değil, daha akıllı yönetmeyi hedefliyor.

Bu sayımızda yer verdiğimiz otomotiv ve tekstil dosyaları da tam olarak bu dönüşümün izlerini taşıyor. Üreticilerden lojistik hizmet sağlayıcılarına, liman işletmelerinden terminal yatırımlarına kadar geniş bir yelpazede görüyoruz ki sektör, hız, sürdürülebilirlik, dijitalleşme ve entegrasyonu aynı potada buluşturmaya çalışıyor. Her şirket kendi ölçeğinde farklı bir çözüm geliştiriyor, ancak hepsinin ortak amacı değişen küresel ticaret düzeninde daha dirençli ve daha rekabetçi bir tedarik zinciri oluşturmak.

Önümüzdeki dönemde başarıyı belirleyecek unsur yalnızca daha fazla üretmek olmayacak. Üretileni doğru zamanda, doğru maliyetle, doğru pazara ve sürdürülebilir yöntemlerle ulaştırabilen şirketler öne çıkacak. Türkiye'nin sahip olduğu üretim gücü, stratejik coğrafi konumu ve gelişen lojistik altyapısı önemli avantajlar sunuyor. Bu avantajların kalıcı rekabet üstünlüğüne dönüşmesi ise dijitalleşmeye, altyapı yatırımlarına ve tüm tedarik zincirinin birlikte hareket edebilmesine bağlı.

Lojistik artık yalnızca yük taşımıyor, sektörlerin geleceğini de şekillendiriyor. Keyifli okumalar...

UTA Lojistik

ESM Yayıncılık Eğitim ve Tanıtım
Ltd. Şti. Adına İmtiyaz Sahibi (Publisher) ve
Genel Yayın Yönetmeni (Editor-in-Chief)

Cem KAÇMAZ

Kurucu (Founder)

Hüsamettin ÜNSAL

Yazı İşleri Müdürü (Sorumlu)

Burcu GÜRSER KAÇMAZ

Haber Müdürü (Editor)

Gülbahar SALIK

Haber Merkezi (Reporter)

Özgür ÇİLEK

Reklam Rezervasyonu

(0212) 283 55 65

Abone (Subscription)

0212 283 55 65

Sektörel Danışma Kurulu

(Sectoral Advisory Board)

Turgut ERKESKİN

(Genel Transport Yönetim Kurulu Bşk.)

Kosta Sandalcı

(FIATA Onur Üyesi)

Mete TIRMAN

(KONSPED Genel Müdürü)

Atilla YILDIZTEKİN

(Bağımsız Lojistik Danışmanı)

Akademik Danışma Kurulu

(Academic Advisory Board)

Prof. Dr. Tunçtan BALTACIOĞLU

(İzmir Ekonomi Üniversitesi
Lojistik Yönetimi Bölümü Öğretim Üyesi)

Prof. Dr. Okan TUNA

(Dokuz Eylül Üniversitesi
Denizcilik Fakültesi Öğretim Üyesi)

Prof. Dr. Murat ERDAL

(İÜ SBF Öğretim Üyesi)

Yönetim Yeri: ESM LTD. ŞTİ.

İnönü Cad. Yıldırım İşhanı 11/1

4. Levent - İSTANBUL

TEL: (0212) 283 55 65 (pbx) FAKS: (0212) 282 36 18

e-mail: uta@esmyayincilik.com.tr

ŞAN MATBAA

Anadolu Caddesi No: 50/3

Kağıthane / İSTANBUL

UTA Lojistik aylık olarak yılda 12 sayı yayımlanır.
Dergide yer alan yazılar ve fotoğraflar kaynak
gösterilmeden kısmen veya tamamen başka bir yere aktarılamaz.
İmzalı yazılarda belirtilen görüşler yazarına aittir.
Danışma Kurulu üyelerinin adları, soyadlarına göre
alfabetik olarak yazılmıştır.

YEREL SÜRELİ

ISSN 1307-7813

BİRLİKTE BÜYÜYÖRÜZ

Emek verenlerin dünyaya açılmasını kolaylaştırıyor,
birlikte büyüyörüz.



TURKISH CARGO

Marport, CMA CGM ağıyla küresel gücünü artırıyor

Marport, CMA CGM ile iş birliğini yeni bir aşamaya taşıdı. CMA CGM MARLIN gemisinin 3 Temmuz 2026 tarihinde Marport'a gerçekleştirdiği ilk düzenli uğrağıyla başlayan yeni dönem, Marport'un uluslararası deniz ticaretindeki stratejik konumunu daha da pekiştirdi. Kuzey Avrupa ile Türkiye arasındaki ticaret akışında önemli bir rol üstlenen FEMEX servisi; Marmara ve İzmir bölgesindeki dört ana limanı Kuzey Avrupa'nın ana limanlarına doğrudan bağlayan yapıyla dikkat çekiyor. Malta ve Aljerciras aktarma merkezleri üzerinden sunduğu geniş bölgesel erişim, Pire'ye doğrudan uğrak ve Felixstowe bağlantılı intermodal çözümleriyle servis, müşterilerine hızlı, güvenilir ve entegre lojistik hizmetleri sunuyor. Arkas Holding Liman ve Terminal İşletmeleri Grubu Başkan Yardımcısı Alp Çapa, konuya ilişkin açıklamada; "Marport olarak dünyanın önde gelen konteyner hatlarının tercih ettiği stratejik bir liman olmaktan büyük gurur duyuyoruz. CMA



CGM ile iş birliğimizin daha da güçlenmesi, hem müşterilerimize sunduğumuz hizmet ağını genişletiyor hem de operasyonel verimliliğimizi bir üst seviyeye taşıyor. FEMEX servisinin düzenli olarak Marport'u tercih etmesi, terminalimizin uluslararası taşımacılık ağındaki stratejik konumunun önemli bir göstergesidir. Bu iş birliğinin yalnızca bizlere değil ülkemizin küresel lojistikteki rekabet gücüne ve dış ticaretine de katma değer kazandıracağına inanıyoruz" dedi.

DHL'den yurt dışı gönderilerinde yeni dönem

DHL eCommerce Türkiye ile DHL Express Türkiye, uluslararası gönderim süreçlerini daha erişilebilir hale getirmek amacıyla iş birliğine gitti. Yeni uygulamayla müşteriler, belirli DHL eCommerce şubelerinden DHL Express hizmetini kullanarak yurt dışına gönderi gerçekleştirebilecek. Bugün 600'den fazla şubede sunulan hizmetin, önümüzdeki dönemde daha da yaygınlaştırılması hedefleniyor. İş birliğiyle bireysel ve kurumsal müşteriler, DHL Group'un küresel ağı sayesinde 220 ülke ve bölgeye daha hızlı ve kolay erişim sağlayabilecek. DHL eCommerce Türkiye CEO'su Kağan Gündüz, iş



birliğinin hem grup içi sinerjiyi güçlendirdiğini hem de müşterilere sunulan hizmet çeşitliliğini artırdığını belirterek, Türkiye'den yurt dışına gönderim yapmak isteyen müşterilere daha hızlı, güvenli ve bütüncül çözümler sunmayı hedeflediklerini söyledi. DHL Express Türkiye CEO'su Volkan Demiroğlu ise değişen müşteri beklentilerine uygun çözümler geliştirmeye devam ettiklerini belirterek, DHL eCommerce Türkiye'nin yaygın hizmet ağıyla uluslararası gönderileri daha erişilebilir hale getirdiklerini ifade etti. Demiroğlu, iş birliğinin müşterilere bütüncül bir hizmet deneyimi sunma hedeflerini desteklediğini kaydetti.



Alp Özler Grup, hizmet ağını gümrük müşavirliği ile güçlendirdi

Alp Özler Grup Şirketleri, hizmet ağını genişleterek gümrük müşavirliği ve dış ticaret danışmanlığı alanına da adım attı. Grup bünyesine katılan Alp Gümrük Müşavirliği ile birlikte Alp Özler, müşterilerine dış ticaret süreçlerinin her aşamasında entegre hizmet sunabilecek bir yapıya kavuştu. Alp Özler Grup, yeni yapılanmayla birlikte ithalat ve ihracat süreçlerinin en kritik aşamalarından biri olan gümrük işlemlerini de kendi bünyesinde yönetebilecek. Böylece müşteriler; taşıma, depolama, sigorta ve gümrükleme hizmetlerini tek bir kurumsal yapı altında alma imkanı sahip olacak. Alp Özler Grup Şirketleri Kurumsal İletişim ve Marka Müdürü Zarife Atik, yeni hizmet alanına ilişkin yaptığı değerlendirmede: "Alp Özler Grup Şirketleri olarak müşterilerimize uzun yıllardır lojistik alanında katma değerli hizmetler sunuyoruz. Gümrük müşavirliği hizmetinin de faaliyet alanımıza dahil olmasıyla birlikte dış ticaret süreçlerini daha bütüncül bir yaklaşımla yönetebilen bir yapıya kavuştuk. Amacımız, müşterilerimize tek noktadan erişebilecekleri, güvenilir ve yüksek standartlarda hizmet sunarak operasyonel verimliliklerine katkı sağlamaktır" ifadelerini kullandı.

MARS LOGISTICS 5000. TREYLERİNİ ÇALIŞANLARININ İSİMLERİYLE YOLA ÇIKARDI

Mars Logistics, yatırım programı kapsamında filosuna kattığı 5000. treyler ile büyüme yolculuğunda önemli bir kilometre taşına ulaştı. Hazırlanan özel tasarım araçta, Mars Logistics bünyesindeki tüm çalışanların isimlerine yer verildi. 5000. treyler üzerinde yer

alan "Bu başarıda binlerce ekip arkadaşımızın imzası var" mesajıyla, şirketin büyüme yolculuğunun arkasındaki en önemli gücün çalışanları olduğuna vurgu yapıldı. Mars Logistics Yönetim Kurulu Başkanı Garip Sahillioğlu, "5000. treyler ulaşmak yalnızca operasyonel bir başarı değil; müşterilerimizin

bize duyduğu güvenin, çalışanlarımızın özverisinin ve uzun vadeli vizyonumuzun da güçlü bir göstergesi. Bugün ulaştığımız bu noktada, başarı hikayemize katkı sağlayan her bir Mars Logistics çalışanının emeği bulunuyor. Bu önemli kilometre taşını ekip arkadaşlarımızla birlikte paylaşmaktan büyük mutluluk duyuyoruz. Önümüzdeki dönemde de sürdürülebilir büyüme hedeflerimiz doğrultusunda yatırımlarımıza devam ederek sektörümüzde değer katmayı sürdüreceğiz" dedi.





WE CARE ABOUT YOUR CARGO

As the most flexible logistics partner in rail freight transport, the TRANSWAGGON Group has been developing innovative, climate-neutral and reliable transport solutions for its customers since 1965.

OMSAN, Doğu Otomotiv operasyonlarını Port Yarımcı'ya taşıyor

OMSAN Lojistik ile Doğu Otomotiv arasındaki uzun soluklu iş birliği, Port Yarımcı operasyonlarını da kapsayacak yeni bir tedarik zinciri modeliyle genişliyor. Yeni yapı, bitmiş araç lojistiğinde liman operasyonları, stok yönetimi ve katma değerli hizmetleri kapsayan entegre bir çözüm sunmayı hedefliyor. Japon NYK tarafından "İş Emniyeti ve Hasarsızlık" ödülüne layık görülen Port Yarımcı'da hayata geçirilen modelle OMSAN, otomotiv lojistiğinde uçtan uca hizmet sunan entegre iş ortağı konumunu güçlendirmeyi amaçlıyor. OMSAN Lojistik Otomotiv ve Yurt Dışı Ofisler Grup Direktörü Diğdem Liga, uzun yıllardır devam eden Doğu Otomotiv iş birliğini değişen müşteri ihtiyaçları doğrultusunda geliştirdiklerini belirterek, "Port Yarımcı'da hayata



geçirdiğimiz modelle liman, stoklama, elleçleme ve dağıtım süreçlerini tek yapı altında topluyoruz. Bu yaklaşım operasyonel verimliliği artırırken müşterimize hız ve esneklik kazandırıyor" dedi. Yeni operasyon modeli kapsamında OMSAN, Port Yarımcı'daki 40 bin metrekare kapalı araç stok alanında hizmet verecek; gemi tahliye operasyonlarını yürütecek, terminal operasyonlarını yönetecek, liman ve antrepo stoklarını organize edecek, liman ile antrepo arasındaki taşıma ve araç elleçleme süreçlerini üstlenecek. Bu modelle liman operasyonlarından bayi teslimatına kadar uzanan süreçlerin tek merkezden yönetilmesi hedeflenirken, OMSAN entegre, dijital ve sürdürülebilir lojistik çözümleriyle otomotiv lojistiğindeki konumunu güçlendirmeyi amaçlıyor.

Yapay zeka lojistik girişimi Derya'ya 1,1 milyon dolar yatırım

Yük taşımacılığı operasyonlarını yapay zekâ destekli platformuyla dijitalleş-tiren ABD merkezli, Türk kuruculara sahip Derya, tohum öncesi yatırım turunda 1,1 milyon dolar yatırım aldı. Yatırım turuna Y Combinator, 212 ve Ubicloud Kurucu Ortağı Umur Çubukçu katıldı. Şirket, yeni yatırımı taşıma, lojistik finansmanı ve veri işleme kapasitesini geliştirmek, yeni ticaret koridorlarında büyümek ve uluslararası operasyonlarını genişletmek için kullanacak. Yük taşımacılığı ve freight forwarding süreçlerine yönelik yapay

zekâ altyapısı geliştiren Derya; belgeleme, tedarik ve nakliyecilerle eşleştirme, sevkiyat takibi, müşteri bilgilendirme ve uyumluluk süreçlerini tek platformda yönetiyor. Şirket, geleneksel olarak günler sürebilen tedarikçi eşleştirme süreçlerini dakikalar içinde tamamlayabiliyor. Derya Kurucu Ortağı ve CEO'su Oğuzhan Karaca, geliştirdikleri veri odaklı yapay zekâ altyapısıyla lojistik operasyonlarını tek bir iş akışında birleştirdiklerini belirterek, alınan yatırımın bu yapıyı yeni pazarlara taşımak açısından önemli bir adım olduğunu söyledi. 212 Bölgesel Fon Ortağı Kıvanç Aydın ise Derya'nın yük taşımacılığı ve aracılığı süreçlerini yapay zekâyla yeniden tasarladığını belirterek, şirketin küresel ölçekte yeni nesil bir lojistik altyapısı oluşturma potansiyeline sahip olduğunu ifade etti. Bu versiyonda haberin ana mesajı korunurken gereksiz tekrarlar çıkarıldı, CEO ve yatırımcı açıklamaları ise tek paragrafa özetlenerek daha akıcı bir yapı oluşturuldu.



Akca Lojistik'te gıda lojistiği yüzde 10 büyüdü

Yaz sezonuyla birlikte artan turizm hareketliliği, gıda tedarik zincirinde de yoğunluğu artırdı. Akca Lojistik verilerine göre, turizm bölgelerine yönelik sevkiyat hacmi 2025 yılında geçen yıla kıyasla yüzde 10 yükseldi. Özellikle yaş meyve-sebze, süt ürünleri ve sıcaklık kontrollü taşınması gereken gıdalarda operasyon yoğunluğu arttı. Akca Lojistik Genel Müdürü Enes Akça, turizm hareketliliğinin lojistik sektörünü doğrudan etkilediğini belirterek, otel, restoran ve perakende satış noktalarındaki talep artışının depolama, dağıtım ve nakliye operasyonlarına yansıdığını söyledi. Yaz aylarında yükselen sıcaklıkların gıda kaybı riskini artırdığına dikkat çeken Akça, ürünlerin doğru koşullarda depolanması, taşınması ve zamanında teslim edilmesinin gıda israfını azaltmada kritik rol oynadığını ifade etti. Lojistik süreçlerinin etkin planlanmasının hem ürün kayıplarını hem de ekonomik maliyetleri düşürdüğünü vurguladı. Akça, dijital izlenebilirlik sistemlerinin de gıda güvenliğini desteklediğini belirterek, depoların, araçların ve ürün hareketlerinin anlık olarak takip edilmesi sayesinde sıcaklık değişimlerine hızlı müdahale edilebildiğini, bunun da operasyonel verimlilik ve ürün güvenliğine katkı sağladığını kaydetti.

DP WORLD: AVRUPA-KÖRFEZ TİCARETİNDE TÜRKİYE ÖNE ÇIKIYOR

İstanbul'da düzenlenen 5. Türkiye Denizcilik Zirvesi'nde konuşan DP World Parklar ve Ekonomik Bölgeler Küresel Operasyon Direktörü Abdulla Al Hashmi, şirketlerin operasyonel dayanıklılığı artırmak amacıyla deniz ve kara taşımacılığını entegre kullandığını belirterek, Türkiye üzerinden Körfez'e taşınan yük hacminde önemli artış yaşandığını söyledi. DP World'un Avrupa-Türkiye-Körfez arasında oluşturduğu entegre multimodal koridor sayesinde yalnızca deniz yoluyla yaklaşık 55 gün süren transit süreleri 22-29 güne kadar düşerken, özellikle zamana duyarlı yükler için daha hızlı ve güvenilir bir alternatif sunuluyor. Al Hashmi, Türkiye'nin güçlü coğrafi konumu ile liman, kara yolu ve demiryolu yatırımlarının ülkeyi Avrupa, Asya ve Körfez arasında stratejik bir lojistik merkeze dönüştürdüğünü ifade etti. Türkiye'nin artık yalnızca bir transit ülke olmadığını

nı belirten Al Hashmi, küresel ticaret koridorlarında daha kritik bir rol üstlenme potansiyeline sahip olduğunu söyledi. Bugüne kadar Türkiye'ye 600 milyon doların üzerinde yatırım yapan DP World, 2024'te DP World Evyap yapılanmasısıyla Yarımcı ve Körfez terminallerini tek çatı altında birleştirerek Doğu Marmara'nın en büyük, Türkiye'nin ise ikinci büyük liman operasyonunu oluşturdu. Şirket ayrıca terminalini ulusal demiryolu ağına bağlayan ilk özel liman işletmecisi olarak Türkiye'nin Bakü-Tiflis-Kars Koridoru ve uluslararası ticaret ağlarına erişimini güçlendirdi.

Al Hashmi, DP World'un liman operasyonları, yük taşımacılığı, kontrat lojistiği ve multimodal taşımacılığı tek bir entegre yapı altında geliştirme ve devam edeceğini belirterek, Türkiye'nin küresel ticaret akışındaki rolünü desteklemeyi sürdüreceğini ifade etti.





#justintime

auto- motive



LİKİTDER ile Beykoz Üniversitesi arasında iş birliği protokolü imzalandı

Likit ve Dökme Ürün Taşımacılar Derneği (LİKİTDER) ile Beykoz Üniversitesi arasında, üniversite reel sektör iş birliğini güçlendirmek amacıyla hazırlanan İş Birliği ve İyi Niyet Protokolü üniversite rektörlük binasında düzenlenen törenle imzalandı. LİKİTDER'i temsilen Yönetim Kurulu Başkanı Yusuf Tetik, Yönetim Kurulu Üyesi Muhammet Çil ve Dernek Genel Müdürü Ayhan Özekin; Beykoz Üniversitesi adına Meslek Yüksekokulu Müdürü Dr. Nesli Çankırı, Müdür Yardımcısı

Dr. Başak Kuru ve Dr. Ahmet Selçuk Başarıcı, Lojistik program öğretim görevlisi Yusuf Gökhan Yıldız katıldı. Protokol kapsamında öğrencilerin işletmelerde mesleki eğitim ve staj olanaklarının geliştirilmesi, ortak sertifika ve eğitim programlarının düzenlenmesi, kariyer etkinlikleri, seminerler, konferanslar ve ortak projelerin hayata geçirilmesi hedefleniyor. Ayrıca LİKİTDER üyeleri ve çalışanları, Beykoz Üniversitesi'nin çeşitli eğitim programlarından protokol kapsamında sağlanan avantajlar ile yararlanabilecek. LİKİTDER Başkanı Yusuf Tetik'in yaptığı açıklamada, "Üniversite ile reel sektör arasındaki iş birliklerinin gücüne dernek olarak yürekten inanıyoruz. Bu değerli iş birliğinin her aşamasında üyelerimizin ve üniversitemizin Değerli akademisyen ve öğrencilerinin karşılıklı fayda sağlamalarını hedefliyoruz. Akademik bilgi ile sektör deneyiminin bir araya gelmesi hem gençlerimizin geleceğine hem de sektörümüzün gelişimine önemli katkılar sağlayacaktır" dedi.



Arkas gemi insanı istihdamında bir kez daha ödüllendirildi

Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı öncülüğünde Tersane İstanbul'da düzenlenen 5. Türkiye Denizcilik Zirvesi, Kabotaj Kanunu'nun yürürlüğe girişinin 100. yılı kapsamında denizcilik sektörünü bir araya getirdi. Zirvede Türk deniz ticaretinin gelişimi, küresel deniz taşımacılığındaki güncel başlıklar, limanların geleceği, sürdürülebilirlik ve denizcilikte insan kaynağı konuları ele alındı. Zirve kapsamında düzenlenen Denizcilik Ödülleri'nde Arkas, "En Fazla Gemi İnsanı İstihdamı Sağlama" ödülüne layık görüldü. Bu ödülle Arkas, Türkiye Denizcilik Zirvesi'nde gemi insanı istihdamı alanında dördüncü kez ödüllendirildi. Arkas daha önce 2022, 2024 ve 2025 yıllarında "Türk Gemi İnsanı En Fazla İstihdam Eden Firma" ödülünü almıştı. Arkas adına ödül, Arkas Holding Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Bernard Arkas'a Cumhurbaşkanı Yardımcısı Cevdet Yılmaz ile Ulaştırma ve Altyapı Bakanı Abdulkadir Uraloğlu tarafından takdim edildi.



Yeni İpek Yolu'nun kazananı yapay zekâyı yönetenler olacak!

Şanghay'da düzenlenen Transport Logistic China 2026 Fuarı'nda küresel ticaret koridorlarının geleceği ele alındı. DEİK Lojistik İş Konseyi koordinasyonunda fuara katılan Türk lojistik sektörü temsilcileri, Türkiye'nin küresel ticaretteki stratejik konumunu değerlendirdi. "Dayanıklı Ticaret Koridorları: Küresel Lojistikte Bağlantı, Esneklik ve Büyüme Stratejileri" başlıklı panelde konuşan WELD Yönetim Kurulu Başkanı Murat Özot, lojistikte yeni rekabetin fiziksel altyapının ötesine geçtiğini belirtti. Özot, "Önümüzdeki dönemde ülkeler arasındaki rekabet sadece limanlar, demiryolları ve koridorlarla değil, veriyi işleme ve yapay zekâ kullanma kapasitesiyle şekillenecek" dedi. Dünya ticaretinde yeni bir ekonomik mimarinin kurulduğunu ifade eden Özot, Orta Koridor ve Kuşak ve Yol girişiminin yalnızca coğrafi güzergâhlardan ibaret olmadığını söyledi. "Yeni İpek Yolu artık demiryolları ve limanlarla olduğu kadar veri akışları ve dijital platformlarla da inşa ediliyor" diyen Özot, yapay zekâ destekli sistemlerin talep tahmini, rota optimizasyonu, maliyet analizi ve risk yönetiminde belirleyici hale geldiğini vurguladı. Türkiye'nin jeopolitik konumuyla önemli bir avantaj yakaladığını belirten Özot, bu avantajın dijital dönüşüm yatırımlarıyla desteklenmesi gerektiğini söyledi. Türkiye'nin yalnızca bir transit ülke değil, bölgesel bir lojistik teknoloji merkezi olma fırsatına sahip olduğunu ifade eden Özot, Orta Koridor'un başarısının taşınan yük miktarının yanı sıra operasyonların hızına, verimliliğine ve öngörülebilirliğine bağlı olduğunu kaydetti. WELD'in dijitalleşme yatırımlarına da değinen Özot, yapay zekâ tabanlı teknolojilerin fiyatlama, operasyon yönetimi ve müşteri süreçlerinde önemli verimlilik sağladığını belirterek, "Teknoloji artık tercih değil zorunluluk. Lojistik sektörünün yeni dönemdeki anahtar kavramları hız, görünürlük, öngörülebilirlik ve yapay zekâ olacak" ifadelerini kullandı.

İRAN VE NAHÇIVAN SINIRLARINDA TIR KUYRUĞU BÜYÜYOR

İran ve Nahçıvan üzerinden Türkiye'ye dönüş yapan Türk araçlarının sınır kapılarında yaşadığı yoğunluk sürüyor. Uluslararası Nakliyeciler Derneği (UND), bekleme sürelerinin azaltılması amacıyla ilgili kamu kurumları ile İran makamları nezdindeki girişimlerini sürdürüyor. UND'nin açıklamasına göre yaz sıcaklarının etkisiyle binlerce sürücü günlerce sınır kapılarında beklemek zorunda kalırken, bu durum hem sürücülerin çalışma koşullarını hem de dış ticaret operasyonlarını olumsuz etkiliyor. Verilere göre Bazargan Sınır Kapısı'nda yaklaşık 3 bin 700, Dilucu-Sederek'te 1.300, Esendere-Sero'da 850 ve Nahçıvan-İran (Poldeşt) Sınır Kapısı'nda yaklaşık 1.000 araç bekliyor. UND, sorunun çözümü için sınır kapılarındaki işlem kapasitesinin artırılması, gümrük işlemlerinin hızlandırılması ve araç geçişlerinin kesintisiz sürdürülmesi yönünde ilgili kurumlarla temaslarını sürdürüyor.

Sektör temsilcileri, günlük işlem kapasitesinin Gürbulak'ta 400-500, Dilucu'nda 300-400, Esendere'de ise yaklaşık 250 araca çıkarılmasının beklmeleri önemli ölçüde azaltacağını belirtiyor. Böylece sürücü mağduriyetinin hafiflemesi ve ihracat taşımacılığının daha hızlı devam etmesi hedefleniyor. UND, sınır kapılarındaki yoğunluğun azaltılması için ilgili kurumlarla koordinasyon içinde çalışmaların sürdüğünü bildirdi.



Karapınar D330/Konya

GERÇEK F-SANE

Yeni Ecotorq GEN2 motorunun gücü ve verimliliğiyle Ford Trucks F-MAX, gerçek efsane.



Her yükte birlikte



Sürücü açığı küresel lojistiğin en büyük sorunu haline geldi

IRU yayımladığı 2025 Küresel Sürücü Açığı Raporu, profesyonel sürücü bulmanın dünya genelinde giderek zorlaştığını ortaya koydu. Araştırmaya göre 18 pazarda yaklaşık 2,9 milyon kamyon sürücüsü pozisyonu boş kalırken, Avrupa'da sürücü açığı 502 bin kişiye ulaştı. Rapor, sektörün büyümesini tehdit eden en önemli sorunun artık ekonomik dalgalanmalar değil, yaşanan iş gücü ve mesleğe yönelik ilginin azalması olduğuna dikkat çekiyor.

Uluslararası Karayolu Taşımacılığı Birliği'nin (IRU) 30 Haziran 2026 tarihinde yayımladığı 2025 Küresel Sürücü Açığı Raporu, karayolu taşımacılığı sektörünün karşı karşıya olduğu sürücü krizinin giderek derinleştiğini ortaya koydu. 18 farklı pazarı kapsayan araştırmaya göre dünya genelinde yaklaşık 2,9 milyon kamyon sürücüsü pozisyonu doldurulamıyor. Bu rakam, toplam sürücü iş gücünün yaklaşık yüzde 11'ine karşılık geliyor. Avrupa ise sürücü açığının en yüksek olduğu bölgeler arasında yer alıyor. Kıtada yaklaşık 502 bin kamyon sürücüsü açığı bulunurken, boş pozisyon oranı yüzde 13 seviyesine ulaştı.

SORUN ARTIK YAPISAL HALE GELDİ

Rapora göre sürücü açığı artık ekonomik durgunluk veya talep dalgalanmalarıyla açıklanabilecek geçici bir sorun olmaktan çıktı. Yaşlanan iş gücü, mesleğe girişte yaşanan engeller, yetersiz altyapı ve yeni neslin çalışma yaşamına ilişkin değişen beklentileri sektörün en önemli yapısal sorunları arasında gösteriliyor. Araştırmanın kapsadığı ülkelerin büyük bölümünde sürücü açığı oranlarının, 2021 yılındaki ilk ölçümlere kıyasla daha da yükseldiği belirtildi.

AVRUPA'DA HER ÜÇ ŞİRKETTEN İKİSİ İŞ KAYBEDİYOR

Rapor, sürücü eksikliğinin taşımacılık şirketlerinin faaliyetlerini doğrudan etkilediğini ortaya koyuyor. Avrupa'daki taşımacılık işletmelerinin yaklaşık üçte ikisi, yeterli sürücü bulamadığı için yeni taşıma sözleşmelerini geri çevirmek zorunda kaldığını bildirirken, operatörlerin yüzde 65'i sürücü açığını sektörün karşı karşıya olduğu en kritik sorun olarak görüyor. Bu oran, diğer tüm sorun başlıklarının yaklaşık dört katına ulaşıyor.

IRU Genel Sekreteri Umberto de Pretto, sürücü açığının artık sektörün büyümesini ve tedarik zincirlerinin güvenilirliğini doğrudan tehdit ettiğini belirterek şu değerlendirmede

bulundu: "Sektörün önemli çabalarına rağmen sürücü açığı, karayolu taşımacılığı için kritik bir yapısal sorun haline geldi. Sürücü istihdamındaki güçlükler, taşımacılık kapasitesini, şirketlerin büyümesini ve tedarik zincirlerinin güvenilirliğini doğrudan etkiliyor."

KÜÇÜK İŞLETMELER DAHA FAZLA ZORLANIYOR

Araştırma, sürücü açığının özellikle uzun mesafeli taşımacılık yapan firmalar ile küçük ölçekli işletmeler üzerinde daha büyük baskı oluşturduğunu gösteriyor. 50'nin altında çalışanı bulunan şirketlerde sürücü açığı oranı büyük ölçekli işletmelere göre 6 puan daha yüksek seyrediyor. AB'deki karayolu taşımacılığı işletmelerinin yüzde 98'ini oluşturan ve iş gücünün yüzde 79'unu istihdam eden 10 kişiden az çalışanı bulunan küçük firmaların, işe alım, eğitim ve uluslararası sürücü istihdamı konusunda yeterli kaynaklara sahip olmadığı vurgulanıyor.

KADIN SÜRÜCÜ ORANI YALNIZCA YÜZDE 4

Rapor, sektörde kadınların ve gençlerin halen yeterince temsil edilmediğine dikkat çekiyor. Avrupa'da kamyon sürücülerinin yalnızca yüzde 4'ünü kadınlar oluşturuyor. IRU, eğitim süreçlerindeki engellerin kaldırılması, dinlenme alanlarının iyileştirilmesi ve mesleğin imajının güçlendirilmesiyle kadınların ve gençlerin sektöre daha fazla kazandırılabilmesini belirtiyor.

660 BİN SÜRÜCÜ EMEKLİ OLACAK

Sektörün önündeki en büyük risklerden biri de yaşanan iş gücü olarak öne çıkıyor. Rapora göre Avrupa'da 2030 yılına kadar yaklaşık 660 bin 500 profesyonel sürücünün emekli olması bekleniyor. Bu durumun mevcut sürücü açığını daha da büyüteceği öngörüldü.

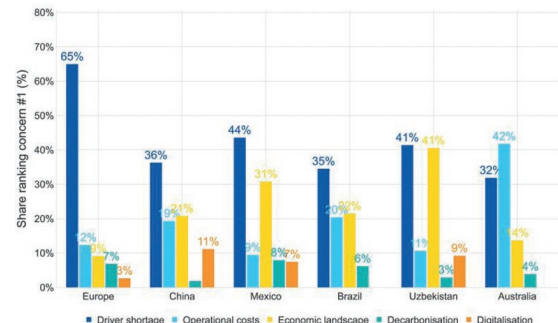
ARTIK SADECE MAAŞ YETERLİ OLMUYOR

IRU araştırması, sürücülerin iş tercihlerini belirleyen kriterlerde de önemli değişim yaşandığını ortaya koyuyor. Ücret hâlâ önemli olsa da şirketler artık "ücret duvarı" ile karşı karşıya kaldıklarını ifade ediyor. Daha yüksek maaş teklifleri tek başına sürücü çekmeye veya elde tutmaya yetmiyor. Bunun yerine sürücüler; araç ve treyler konforu, güvenli park alanları, evde daha fazla zaman geçirebilme, öngörülebilir çalışma programı ve iş-yaşam dengesi gibi unsurlara daha fazla önem veriyor. Bu eğilim özellikle uluslararası ve uzun mesafeli taşımacılıkta belirgin şekilde hissediliyor.

TÜRKİYE ÖRNEK GÖSTERİLDİ

Rapor kapsamında Avustralya, Brezilya, Kanada, Avrupa ve Türkiye'deki sektör temsilcileriyle de kapsamlı görüşmeler gerçekleştirildi. Araştırmada Finlandiya, Hollanda ve Türkiye, kamu kurumları, sektör dernekleri ve taşımacılık şirketleri arasında kurulan iş birlikleri sayesinde daha başarılı sürücü yetiştirme ve işe alım modelleri geliştiren ülkeler arasında örnek gösterildi.

IRU Genel Sekreteri Umberto de Pretto, sorunun yalnızca işe alım kampanyalarıyla çözülemeyeceğini belirterek, hükümetler ve sektör temsilcilerinin ortak hareket etmesi gerektiğini vurguladı. 2025 Küresel Sürücü Açığı Raporu; Avrupa, Avustralya, Brezilya, Çin, Meksika ve Özbekistan başta olmak üzere 18 pazarı kapsıyor. Çalışma, taşımacılık şirketlerinden elde edilen nicel verilerin yanı sıra sektör temsilcileriyle yapılan kapsamlı görüşmeleri de içererek küresel ölçekte sürücü krizinin boyutunu ortaya koyuyor.



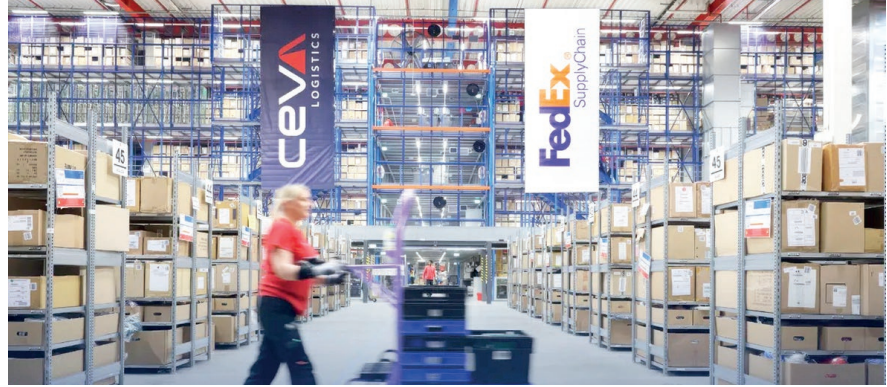


→ CMA CGM, FedEx Supply Chain'i 1,4 milyar dolara satın alıyor

CMA CGM Grubu, FedEx Corp.'un iştiraki olan FedEx Supply Chain'i 1,4 milyar dolar işletme değeri üzerinden satın almak için anlaşma imzaladı. Düzenleyici kurum onaylarının ardından 2026 yılı içinde tamamlanması beklenen işlem, grubun Kuzey Amerika lojistik pazarındaki büyüme stratejisinin en önemli adımlarından biri olacak.

Satın almanın ardından CMA CGM'nin lojistik iştiraki CEVA Logistics, Kuzey Amerika'daki kontrat lojistiği operasyonlarını yaklaşık üç kat büyütecek. FedEx Supply Chain'in varlıkları ve yaklaşık 10 bin çalışanının CEVA bünyesine katılmasıyla şirket, bölgedeki en büyük sözleşmeli lojistik hizmet sağlayıcılarından biri konumuna yükselecek. Birleşme sonrasında CEVA Logistics, Kuzey Amerika genelinde yaklaşık 150 depoyu yönetecek. Böylece şirketin bölgedeki toplam varlığı 240'ın üzerinde lokasyona ve yaklaşık 20 bin çalışana ulaşacak.

Satın alma, CMA CGM'nin ABD tedarik zincirine yönelik 25 yılı aşkın yatırım ve büyüme stratejisini de güçlendirecek. Grup, bu hamleyle müşterilerine uçtan uca entegre lojistik ve tedarik zinciri çözümleri sunma kapasitesini önemli ölçüde artırmayı hedefliyor. İşlem kapsamında iki şirket yalnızca satın alma süreciyle sınırlı kalmayacak. CMA CGM ve FedEx, deniz ve hava taşımacılığı alanlarında uzun vadeli ticari iş birlikleri de gerçekleştirecek. Anlaşmaya göre CMA CGM, FedEx'in tercih ettiği deniz taşıma-



cılığı şirketlerinden biri olacak ve münhasır olmayan bir anlaşma kapsamında okyanus taşımacılığı hizmetleri sunacak. Taraflar ayrıca hava kargo kapasitesinin daha verimli kullanılması, uzun mesafeli hava taşımacılığında esneklik sağlanması ve küresel ağların güçlendirilmesi amacıyla ortak çözümler geliştirecek.

CMA CGM Grup Yönetim Kurulu Başkanı ve CEO'su Rodolphe Saadé, satın almanın CEVA Logistics'in gelişiminde kritik bir dönüm noktası olduğunu belirterek şunları söyledi: "FedEx ile gerçekleştirdiğimiz satın alma ve stratejik ortaklık, CEVA Logistics'in ve Kuzey Amerika'daki lojistik faaliyetlerimizin gelişiminde önemli bir kilometre taşıdır. Müşterilerimize entegre tedarik zinciri çözümleri sunma kabiliyetimizi güçlendiriyoruz. Aynı zamanda ABD'ye uzun vadeli yatırım taahhüdümüzü pekiştirirken ülkenin

tedarik zincirinin dayanıklılığına ve verimliliğine katkı sağlamayı sürdüreceğiz."

FedEx Başkanı ve CEO'su Raj Subramaniam ise işlemin şirketin stratejik dönüşümünü hızlandıracağını belirterek, sağlık, otomotiv, havacılık ve veri merkezleri gibi yüksek katma değerli sektörlerle daha fazla odaklanacaklarını ifade etti. Subramaniam, portföylerini sadeleştirerek uzun vadeli büyüme hedeflerine daha güçlü ilerleyeceklerini vurgularken, CMA CGM ile kurulacak stratejik iş birliğinin FedEx Supply Chain'in yeni dönemine de önemli katkı sağlayacağını söyledi.

Satın alma işleminin gerekli yasal ve düzenleyici onayların alınmasının ardından 2026 yılı içerisinde tamamlanması bekleniyor. Deniz ve hava taşımacılığına yönelik ticari iş birliklerinin ise aşamalı olarak 2028 yılına kadar devreye alınması planlanıyor.

→ DSV Road'un yeni CEO'su Brian Ejasing oldu

DSV, kara yolu taşımacılığı faaliyetlerini yürüten Road biriminin üst yönetiminde önemli bir değişikliğe imza attı. Şirketten yapılan açıklamaya göre, Brian Ejasing, mevcut Grup Operasyon Direktörü (COO) görevine ek olarak DSV Road CEO'su olarak atandı. Atama derhal yürürlüğe girerken, görevi devreden Helmut Schweighofer şirketten ayrıldı. DSV Grup CEO'su Jens H. Lund, Brian Ejasing'in yeni görevinde şirketin büyüme stratejisini daha da hızlandıracağına inandığını belirterek, "Brian'ın şirket genelinde üstlendiği kritik görevlerde ortaya koyduğu başarılı performans ve deneyimi, Road organizasyonunun stratejik hedeflerine ulaşmasında önemli rol oynayacaktır" ifadelerini kullandı. Lund, Schenker satın almasının ardından DSV'ye katılan Helmut Schweighofer'e de teşekkür ederek, entegrasyon sürecinde güçlü bir ekip ve sağlam bir stratejik yapı oluşturulmasına

önemli katkı sağladığını söyledi.

Şirket, kısa süre önce düzenlediği Sermaye Piyasaları Günü'nde açıkladığı 2030 Road stratejisinin aynen devam edeceğini vurgularken, yönetim değişikliğinin stratejinin uygulanmasını hızlandırmayı amaçladığını belirtti. Görevi devreden Helmut Schweighofer, DSV'de geçirdiği süre boyunca Schenker entegrasyonunun ilk aşamasına katkı sunmaktan gurur duyduğunu ifade ederek, birlikte çalıştığı tüm çalışma arkadaşlarına teşekkür etti.

1986 yılında DSV'ye katılan Brian Ejasing, şirket bünyesinde farklı üst düzey görevlerde bulundu. Kariyerinin 22 yılını Road organizasyonunda geçiren Ejasing, daha önce Contract Logistics CEO'su olarak da görev yaptı. 2024 yılında Grup COO'su olarak atanan Ejasing, yeni göreviyle birlikte her iki pozisyonu da sürdürecekti.

Yeni görevine ilişkin değerlendirmede bulunan Brian Ejasing, DSV'deki kara yolu operasyonlarına geri dönmekten büyük he-



yecan duyduğunu belirterek, entegrasyon sürecinin planlandığı şekilde ilerlediğini ve stratejinin değişmediğini söyledi. Ejasing, önümüzdeki dönemde ticari faaliyetlerin güçlendirilmesi, operasyonel verimliliğin artırılması ve ağ yapısının daha da konsolide edilmesine odaklanacaklarını ifade etti. Piyasa koşullarının zorlu olduğuna dikkat çeken Ejasing, buna rağmen DSV'nin Avrupa kara yolu taşımacılığı pazarındaki lider konumunu daha da güçlendirecek önemli avantajlara sahip olduğunu belirterek, şirketin diğer bölgelerde de büyümesini hızlandırmayı hedeflediklerini kaydetti.



FINDIK



Ferrero Fındık'tan 375 milyon dolarlık ihracat

Türkiye İhracatçıları Meclisi'nin (TİM) açıkladığı "İlk 1000 İhracatçı Araştırması"nda Ferrero Fındık, 2025 yılında gerçekleştirdiği 375 milyon doları aşan ihracatla "Fındık ve Mamulleri Sektör Birincisi" oldu. Şirket, Türkiye'nin en büyük ihracatçıları listesinde ise **70'inci sırada** yer aldı. Ferrero Grubu'nun dünya genelindeki fabrikalarına Türk fındığı tedarik eden Ferrero Fındık, elde ettiği ihracat performansı ile Türkiye'nin küresel fındık değer zincirindeki güçlü konumuna katkısını sürdürdü. Şirket, kalite, izlenebilirlik, verimlilik ve sürdürülebilir üretime yönelik yatırımlarıyla sektörün rekabet gücünü desteklemeye devam ediyor. Ödül, TİM Başkanı Mustafa Gültepe'nin ev sahipliğinde ve Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın katılımlıyla düzenlenen "İhracatın Şampiyonları Ödül Töreni"nde, Ferrero Fındık Genel Müdürü Bamsı Akın'a Hazine ve Maliye Bakanı Mehmet Şimşek tarafından takdim edildi. Bamsı Akın, sektörün ihracat şampiyonu olmaktan gurur duyduklarını belirterek, "Bu başarı yalnızca ihracat performansımızın değil, Türkiye'deki fındık değer zincirinin gelişimine yönelik uzun vadeli yatırımlarımızın da bir göstergesi. Daha sürdürülebilir ve rekabetçi bir fındık sektörü için tüm paydaşlarımızla birlikte çalışmayı sürdüreceğiz." dedi. Ferrero Grubu'nun dünya genelindeki üretim tesislerine Türk fındığı tedarik eden Ferrero Fındık, Türkiye'nin küresel fındık ticaretindeki güçlü konumuna katkı sağlamayı sürdürüyor. Şirketin gerçekleştirdiği ihracat, Türk fındığının uluslararası pazarlardaki rekabet gücünü desteklerken, Türkiye'nin dünya fındık değer zincirindeki stratejik rolünü de pekiştiriyor. Ferrero Fındık, ihracat faaliyetlerinin yanı sıra kalite, izlenebilirlik, verimlilik ve sürdürülebilir üretime yönelik çalışmalarıyla da sektörde uzun vadeli değer yaratmayı hedefliyor. Şirket, üreticiler ve tedarik zincirindeki paydaşlarla yürüttüğü iş birlikleriyle Türk fındığının uluslararası pazarlardaki rekabetçiliğinin artırılmasına katkı sunuyor.



DEMİR-ÇELİK

KARDEMİR'den Bulgaristan'a demiryolu tekeri ihracatı

Karabük Demir ve Çelik Fabrikaları'nın (KARDEMİR) yüksek katma değerli ürün ihracatındaki başarısını Bulgaristan pazarıyla imzaladığı yaklaşık **2,5 milyon dolarlık** yeni tip demir yolu tekeri satış sözleşmesiyle bir kez daha ortaya koyduğu bildirildi. Türkiye'nin ilk entegre demir çelik fabrikası olan KARDEMİR'in, katma değerli üretim ve ihracat odaklı büyüme stratejisi doğrultusunda uluslararası pazarlardaki etkinliğini güçlendirmeyi sürdürdüğü belirtilen açıklamada, "Bu kapsamda şirketimiz, Bulgaristan'da faaliyet gösteren müşterimiz ile demiryolu tekeri satış sözleşmesi imzaladı. Sözleşme kapsamında üretilecek demiryolu tekerlerinin sevkıyatı yıl içerisinde gerçekleştirilecektir. Söz konusu anlaşma, KARDEMİR'in ihracat pazarlarındaki büyümesini desteklerken, yüksek katma değerli ürün portföyünün uluslararası pazarlarda gördüğü güçlü talebi de bir kez daha teyit etmektedir" denildi. Uluslararası kalite standartlarına uygun ileri üretim teknolojileriyle geliştirilen demiryolu tekerlerinin, kalite, güvenilirlik ve sürdürülebilir üretim anlayışıyla yurt dışı pazarlarda tercih edilmeye devam ettiğine işaret edilen açıklamada, "Bu sözleşme, KARDEMİR'in demiryolu sanayisine yönelik stratejik üretim kabiliyetini ve küresel pazarlardaki rekabet gücünü pekiştiren önemli adımlardan biri olmuştur. Yerli ve milli üretim anlayışıyla geliştirdiğimiz yüksek katma değerli ürünleri dünya pazarlarıyla buluşturmaya devam eden şirketimiz, yıl içerisinde gerçekleştirilecek sevkıyatla ihracat performansına katkı sağlayacaktır." ifadeleri kullanıldı. Açıklamada, KARDEMİR'in, demiryolu tekeri, teker seti ve demiryolu rayı üretimindeki yetkinlikleriyle ülkenin demiryolu sanayisine güç katmayı, stratejik ürünlerde ihracatını artırmayı ve Türkiye ekonomisi için değer üretmeyi sürdüreceği kaydedildi.



GIDA



Bahçivan Gıda'nın küresel marka yolculuğuna TURQUALITY® desteği

Bahçivan Gıda, T.C. Ticaret Bakanlığı tarafından yürütülen TURQUALITY® Marka Destek Programı'na kabul edildi. Şirket, bu adımla uluslararası pazarlardaki büyümesini hızlandırmayı, marka değerini güçlendirmeyi ve Türk peynir kültürünün dünyadaki temsiliyi artırmayı hedefliyor. Üç nesildir yalnızca peynir üretimine odaklanan Bahçivan Gıda, bugün ürünlerini 4 kıtada **30'dan fazla** ülkeye ihraç ediyor. Şirket, yenilikçi ürün geliştirme çalışmaları ve değişen tüketici beklentilerine uygun çözümleriyle Türk peynirini uluslararası pazarlarda daha güçlü bir marka haline getirmeyi amaçlıyor. Dünyanın ilk ve tek devlet destekli markalaşma programı olarak kabul edilen TURQUALITY®, Türk markalarının uluslararası pazarlarda daha rekabetçi ve sürdürülebilir bir yapıya kavuşmasını destekliyor. Program kapsamında şirketlerin kurumsal altyapılarının güçlendirilmesi, marka yönetimi yetkinliklerinin geliştirilmesi ve küresel büyüme stratejilerinin desteklenmesi hedefleniyor. 1986 yılında kurulan Bahçivan Gıda, 1992'den bu yana Kırklareli'nin Lüleburgaz ilçesindeki tesislerinde üretim yapıyor. Güçlü üretim altyapısı, Ar-Ge yatırımları ve uluslararası kalite standartlarına uygun üretim anlayışıyla faaliyet gösteren şirket, Avrupa Birliği ülkelerine ihracat yetkinliğine de sahip bulunuyor. Bahçivan Gıda CEO'su Yılmaz Tokgöz, TURQUALITY® programına kabul edilmelerini küresel marka yolculuklarında önemli bir dönüm noktası olarak değerlendirdi. Tokgöz, ihracatı yalnızca satış hacmiyle değil, marka değeri, kalite, güven ve temsil gücüyle ele aldıklarını belirterek, Türk peynir kültürünü uluslararası pazarlarda daha görünür kılmayı hedeflediklerini söyledi. Önümüzdeki dönemde üretim, Ar-Ge, inovasyon, dijital dönüşüm ve sürdürülebilir büyüme alanlarındaki yatırımlarını sürdürececeklerini ifade eden Tokgöz, Bahçivan Gıda'nın Türkiye'den doğan güçlü bir marka olarak küresel pazarlarda büyümeye devam edeceğini vurguladı.



ÇELİK



Tosyalı ham çelik üretiminde dünyada 32'nciliğe yükseldi

2025 yılında 2 milyar doların üzerinde ihracat gerçekleştiren Tosyalı, küresel pazarlardaki büyümesini sürdürdü. Beş kıtada 100'ü aşkın ülkeye ihracat yapan şirket, aynı dönemde 12,11 milyon tonluk ham çelik üretimiyle Dünya Çelik Birliği (World Steel Association) sıralamasında 32'nciliğe yükselirken, Türkiye'nin lider, Avrupa'nın ise ikinci büyük çelik üreticisi konumunu güçlendirdi. Türkiye, Cezayir, Angola, Libya ve İspanya'daki üretim tesisleriyle toplam 15 milyon ton sıvı çelik üretim kapasitesine sahip olan Tosyalı, yaklaşık 15 bin çalışanıyla faaliyetlerini sürdürüyor. Şirket, 2025 yılında 9 milyar dolar ciroya ulaşırken, ihracatını da 2 milyar doların üzerine taşıyarak uluslararası pazarlardaki büyümesini devam ettirdi.

Dünya Çelik Birliği verilerine göre Tosyalı, 2025 yılında gerçekleştirdiği **12,11 milyon tonluk** ham çelik üretimiyle bir önceki yıla göre 14 basamak yükseldi. Yüzde 33'lük üretim artışıyla dünyanın en büyük 50 çelik üreticisi arasında en hızlı yükselen şirket olan Tosyalı, aynı zamanda Türkiye merkezli üreticiler arasındaki liderliğini korurken Avrupa'da ikinci sıraya yerleşti. Şirketin büyümesinde, İskenderun'da 2023 yılında devreye alınan 4 milyon ton kapasiteli yassı çelik tesisi ile Cezayir'deki Tosyalı Algeria yatırımları önemli rol oynadı. Tam kapasiteye ulaşan İskenderun Tesisi, katma değerli yassı çelik üretimiyle Türkiye'nin ihracatına katkı sağlarken, Tosyalı Algeria de Cezayir'in hidrokarbon dışı sektörlerde en büyük üretici ve ihracatçısı olmayı sürdürüyor. Gerçek emisyon verileriyle çalışan üretim modeli sayesinde yeşil çelikte rekabet avantajı elde ettiklerini vurgulayan Tosyalı Holding Yönetim Kurulu Başkanı Fuat Tosyalı, bu yaklaşımın küresel pazarlardaki büyümeyi de desteklediğini söyledi. Son beş yılda ham çelik üretimini 4,68 milyon tondan 12,11 milyon tona çıkararak önemli bir büyüme kaydettiklerini belirten Tosyalı, "Bugün dünya çelik üreticileri arasında 32'nci sırada yer alıyoruz. Avrupa'nın ikinci büyük, Türkiye'nin lider çelik üreticisi konumundayız. Devam eden yatırımlarımız ve sürdürülebilir büyüme stratejimizle önümüzdeki birkaç yıl içinde dünyanın en büyük 20 çelik üreticisinden biri olmayı hedefliyoruz" dedi.



PERAKENDE

Armis Yatak ihracatta yüzde 35 büyüdü

Armis Yatak, 2026 yılının ilk yarısında ihracat gelirlerini geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 35 artırdı. Şirket, aynı dönemde cirosunda yüzde 60 büyümeye kaydederken, yıl sonu hedeflerinin yüzde 40'ını ilk altı ayda gerçekleştirdi. Yaklaşık 40 milyar dolarlık küresel yatak sektöründe faaliyet gösteren Armis Yatak, üretim ve ihracat odaklı büyümesini sürdürürken, mevcut pazarlardaki konumunu güçlendirmeye ve yeni ülkelerde iş birliklerini artırmaya odaklanıyor. Şirket, özellikle Avrupa, Orta Doğu ve Afrika pazarlarında büyümeyi hedefliyor. Armis Yatak İcra Kurulu Başkanı M. Kürşat Batallı, yılın ilk yarısında üretim, satış, ihracat ve operasyonel verimlilik alanlarında planlanan hedeflere büyük ölçüde ulaştıklarını belirterek, bu dönemde **75 yeni** satış noktasını devreye aldıklarını söyledi. Batallı, güçlü bayi ağı ve ürün çeşitliliği sayesinde iç pazarda dengeli bir performans sergilerken, ihracatta da büyümelerini sürdürdüklerini ifade etti. İhracatın toplam satışlar içindeki payını artırmayı hedeflediklerini kaydeden Batallı, mevcut iş ortaklıklarını güçlendirirken yeni pazarlara açılmaya da devam edeceklerini belirtti. Avrupa, Orta Doğu ve Afrika'nın öncelikli hedef pazarlar arasında yer aldığını söyleyen Batallı, Armis markasının uluslararası pazarlarda daha görünür hale gelmesi için çalışmalarını sürdürdüklerini dile getirdi. Tüketici eğilimlerine de değinen Batallı, hibrit yataklar, pocket yay teknolojisine sahip modeller ve üst segment uyku ürünlerine talebin arttığını belirtti. Baza, başlık ve tamamlayıcı uyku ürünlerinden oluşan konsept çözümlerin de satışlarda önemli paya sahip olduğunu ifade etti. Yılın ikinci yarısında iç talepte hareketlenme beklediklerini belirten Batallı, yeni ürünler, satış kanallarının genişletilmesi ve ihracat odaklı projelerle büyümeyi sürdürmeyi hedeflediklerini söyledi. Şirketin gündeminde uyku teknolojileri, sürdürülebilir malzemeler ve uzun ömürlü ürünlere yönelik yatırımlar da yer alıyor.



OTOMOTİV



Karsan, Avrupa'da 6 ülkede ilk 3'e girdi

Türkiye'nin elektrikli minibus ve otobüs ihracatının yüzde 81'ini gerçekleştiren Karsan, 2026 yılının ilk çeyreğinde Avrupa elektrikli toplu ulaşım pazarındaki büyümesini sürdürerek 6 ülkede ilk 3 marka arasına girdi. Şirket, Avrupa genelinde ise yüzde 6,9 pazar payıyla yedinci sıradaki yerini korudu. Busworld 2026 Fuarı'nda Otonom e-ATAK, e-ATA 12 ve e-ATA 18 modellerini tanıtan Karsan, elektrikli ve otonom mobilite alanındaki yeni teknolojilerini sektör temsilcileriyle buluşturdu. Şirket, fuarda sürdürülebilir toplu ulaşımaya yönelik çözümlerini sergilerken ihracat odaklı büyüme stratejisini de paylaştı.

Karsan Yurtiçi Satış ve Dış İlişkiler Genel Müdür Yardımcısı Muzaffer Arpacioğlu, Busworld'ün Avrupa'daki başarılarını ve Türkiye'den dünyaya uzanan ihracat hikâyesini paylaşmaları açısından önemli bir platform olduğunu belirtti. Arpacioğlu, Karsan'ın bugün **3 kıtada 28 ülkede** 2 bin 400'den fazla elektrikli aracıyla hizmet verdiğini ve araçlarının 500 milyon kilometrenin üzerinde yol kat ettiğini söyledi. Türkiye'nin elektrikli toplu ulaşım pazarındaki liderliğini sürdürdüklerini ifade eden Arpacioğlu, son üç yılda gerçekleştiren teslimatlarla elektrikli mobilitedeki konumlarını güçlendirdiklerini kaydetti. Bugün Türkiye'nin farklı şehirlerinde 149 elektrikli Karsan aracının hizmet verdiğini belirten Arpacioğlu, 2025 yılında Türkiye'de satılan 69 elektrikli toplu ulaşım aracının tamamının Karsan tarafından teslim edildiğini söyledi. Türkiye'nin otobüs ve midibüs üretiminde Avrupa'nın üretim üssü konumunda olduğunu vurgulayan Arpacioğlu, 2019-2025 döneminde Türkiye'den Avrupa'ya gerçekleştirilen elektrikli minibus ve otobüs ihracatının yüzde 81'inin Karsan tarafından yapıldığını belirterek, şirketin elektrikli ve otonom mobilite alanındaki küresel büyümesini sürdüreceğini ifade etti.



BİLGEHAN ENGİN

UTİKAD Yönetim Kurulu Başkanı
bilgehan.engin@fms-logistics.com

Lojistik Perspektif

TEKSTİL VE OTOMOTİV LOJİSTİĞİ REKABETİN GÖRÜNMEYEN GÜCÜ

Küresel ticaretin yeniden şekillendiği, tedarik zincirlerinin her zamankinden daha kritik hale geldiği bir dönemde lojistik, ürün taşımacılığının ötesine geçerek üretimin sürekliliğini, ihracatın hızını ve rekabet gücünü doğrudan belirleyen stratejik bir unsur haline geldi. Türkiye, üretim gücüyle bölgesinde önemli bir konuma sahip. Ancak küresel pazarda kalıcı başarı için kaliteli üretimin yanında, ürünün doğru zamanda, doğru maliyetle ve güvenilir bir tedarik zinciri içinde müşteriye ulaştırılması da büyük önem taşıyor.

2025 yılında Türkiye'nin ihracatı 273,4 milyar dolara ulaşarak Cumhuriyet tarihinin en yüksek seviyesine çıktı. Bu başarıda 41,5 milyar dolarlık ihracatla otomotiv sektörü liderliğini sürdürürken, tekstil ve hazır giyim sektörleri de 26 milyar dolarlık ihracat hacmiyle ülke ekonomisinin ve dış ticaretinin temel taşı olmayı devam ettirdi. Toplam ihracatta önemli paya sahip bu iki sektörün başarısının arkasında üretim kapasitesi kadar güçlü ve kesintisiz işleyen lojistik altyapısı da bulunuyor.

Türkiye'nin ihracat performansında lokomotif rol üstlenen bu iki sektör için, lojistik süreçlerindeki her gelişme ya da aksama, üretim planlamasından teslimat performansına, müşteri memnuniyetinden uluslararası rekabet gücüne kadar geniş bir etki alanı oluşturuyor.

Tekstil sektörü, hızın rekabeti doğrudan belirlediği sektörlerin başında geliyor. Moda trendlerinin hızla değişmesi, sipariş sürelerinin kısalması ve müşteri beklentilerinin yükselmesi, firmaları daha çevik tedarik zincirleri kurmaya yöneltiyor. Avrupa pazarına yakınlık Türkiye için önemli bir avantaj sağlıyor. Bu avantajın korunması, limanlardan gümrük işlemlerine, depolamadan son teslimata kadar tüm süreçlerin uyum içinde yönetilmesine bağlı. Günümüz müşterisi ürün kalitesinin yanı sıra teslimat sürecinin öngörülebilir ve şeffaf şekilde yürütülmesini de önceliklendiriyor.

Otomotiv sektöründe ise lojistik, üretimin ayrılmaz bir parçası niteliğinde. Üretim hattına zamanında ulaşmayan tek bir parçanın bile tüm planlamayı

etkileyebildiği bu yapıda, hassas koordinasyon büyük önem taşıyor. Gerçek zamanlı veri yönetimi, dijital takip sistemleri ve tedarikçiler arasındaki güçlü iletişim, otomotiv lojistiğinin temel unsurları arasında yer alıyor. Lojistik sektörünün gündemini artık dijitalleşme, veri analitiği, yapay zeka destekli planlama sistemleri ve otomasyon şekillendiriyor. Bununla birlikte sürdürülebilirlik de sektörün geleceğini belirleyen başlıklardan biri haline geldi. Karbon emisyonlarının azaltılması, yeşil lojistik uygulamalarının yaygınlaştırılması ve intermodal taşımacılığın geliştirilmesi, çevresel sorumluluk kadar uluslararası pazarlarda rekabet avantajı açısından da önem taşıyor.

Türkiye'nin sahip olduğu potansiyel, son yıllarda yapılan lojistik yatırımlarıyla daha da güçleniyor. Bu potansiyelin sürdürülebilir başarıya dönüştürülmesi için kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının ortak hedefler doğrultusunda hareket etmesi gerekiyor. Süreçleri hızlandıran, maliyetleri düşüren ve sürdürülebilirliği destekleyen her yatırım, ihracat performansına ve ülke ekonomisine doğrudan katkı sağlıyor.

UTİKAD olarak önceliğimiz, sektörümüzün dönüşümüne yön verecek çalışmaları desteklemek, üyelerimiz arasındaki bilgi paylaşımını güçlendirmek ve uluslararası rekabet gücünü artıracak projelerin hayata geçirilmesine katkı sunmaktır. Çünkü biliyoruz ki güçlü bir lojistik ekosistemi tekstilden otomotive, gıdadan kimyaya kadar uzanan üretim zincirinin tamamına değer katan stratejik bir yapı niteliği taşıyor.

Önümüzdeki dönemde başarıyı belirleyecek temel unsur, ürünlerimizi dünyaya hızlı, güvenilir ve sürdürülebilir biçimde ulaştırma başarımız olacaktır. Tekstil ve otomotiv lojistiğine yapılacak her yatırım, Türkiye'nin küresel rekabet gücünü ve ihracat kapasitesini geleceğe taşıyan stratejik bir adımdır. Bu anlayışla hareket ettiğimiz sürece ülkemizin küresel tedarik zincirlerindeki konumunu daha da güçlendireceğine ve bölgesel bir lojistik merkez olma hedefini kararlılıkla sürdüreceğine inanıyoruz.

11. EKONOMİ ve LOJİSTİK ZİRVESİ

2-3 EYLÜL 2026
İSTANBUL

GLOBAL KRİZLER ÇAĞINDA LOJİSTİK

Tedarik Zinciri Ekosisteminde
Dönüşüm ve
Küresel Rekabet



11. Ekonomi ve Lojistik Zirvesi, sektörde 32 yıldır aylık olarak yayınlanmakta olan UTA Lojistik Dergisi tarafından Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı, Ticaret Bakanlığı, sektörel birlik ve derneklerin katılımıyla 2-3 Eylül 2026 tarihinde İstanbul'da gerçekleştirilecek. 10 yıldır ekonomi dünyası, kamu ve lojistik sektörünü bir araya getirerek reel sektörleri ve lojistik sektörünü buluşturan Ekonomi ve Lojistik Zirvesi, 11. Yılında; GLOBAL KRİZLER ÇAĞINDA LOJİSTİK: Tedarik Zinciri Ekosisteminde Dönüşüm ve Küresel Rekabet ana başlığıyla dünyada lojistik ve tedarik zinciri ekosisteminde yaşanan dönüşümlerin parametrelerini, küresel krizlerin yarattığı yeni durumu ve ülkemize yansımalarını, Türkiye'nin lojistik ekosistemindeki değişimlere uyumunu, yapılanları ve yapılması gerekenleri, global rekabetin oluşturduğu yeni şartları gündeme taşıyor.

- » Entegre Lojistik Ekosistemi: Politikalardan Üretime, Teknolojiden Sahaya
- » Küresel Rekabette Güçlü Lojistik Ekosistemi: İşbirliği, Yenilik ve Sürdürülebilirlik
- » Lojistik Ekosisteminde Stratejik Dönüşüm: Kamu ve Sektör İçin Yeni Yol Haritaları

SEKTÖRLER ve LOJİSTİK BULUŞMASI

**LİDER SEKTÖRLERİN GELECEK PLANLARI,
DİJİTAL DÖNÜŞÜM PROJELERİ, LOJİSTİK SÜREÇLERİ ve
SEKTÖRDEN BEKLENTİLERİ**

- » E-TİCARET LOJİSTİĞİ » TEHLİKELİ ve KİMYEVİ MADDELER LOJİSTİĞİ
- » PROJE & AĞIR YÜK ve ENERJİ LOJİSTİĞİ » TEKSTİL ve HAZIR GIYIM LOJİSTİĞİ
- » PERAKENDE ve DAĞITIM LOJİSTİĞİ » OTOMOTİV ve YAN SANAYİ LOJİSTİĞİ
- » GIDA LOJİSTİĞİ » SAĞLIK ve FARMA LOJİSTİĞİ
- » SAVUNMA LOJİSTİĞİ » AFET LOJİSTİĞİ

**10. YILIN
LOJİSTİKTE BAŞARI
ÖDÜLLERİ TÖRENİ ve
GALA YEMEĞİ
3 Eylül 2026**

www.ekonomivelojistikzirvesi.com



ONUR KÜÇÜKAKDERE

Demiryolu Taşımacılığı Derneği
Yönetim Kurulu Başkanı

Demiryolu Geleceğimizdir

SÜRDÜRÜLEBİLİR REKABETİN STRATEJİK HALKASI: DEMİRYOLU

Türkiye ekonomisinin ihracat kapasitesi ve küresel pazarlara entegrasyonu bakımından tekstil ve otomotiv sektörleri özel bir öneme sahip. Her iki sektör de güçlü bir lojistik altyapıya ihtiyaç duymakla birlikte, taşıma süreçlerinden beklentileri farklılaşıyor. Tekstil sektörü hız, esneklik, sezon yönetimi ve pazara yakınlık isterken; otomotiv sektörü düzenli akış, yüksek taşıma kapasitesi, zamanında teslimat, hasarsız taşıma ve üretim hattının kesintisiz işlemlerini gerektiriyor. Bu farklı ihtiyaçların keştiği ortak nokta ise güvenilir, sürdürülebilir ve entegre lojistik çözümlere duyulan ihtiyaçtır. Bu çerçevede demiryolu taşımacılığı, yalnızca alternatif bir taşıma türü olarak değil, tekstil ve otomotiv sektörlerinin gelecekteki rekabet gücünü destekleyecek stratejik bir araç olarak ele alınmalıdır. Tekstil ve hazır giyim lojistiği, zaman baskısının yüksek olduğu alanların başında geliyor. Koleksiyon dönemleri, sezon geçişleri, perakende siparişleri ve e-ticaret kaynaklı dağıtım modelleri, sektörde hız ve çevikliği vazgeçilmez hâle getiriyor.

Türkiye, Avrupa pazarına yakınlığı, üretim çeşitliliği ve kısa teslim süreleri sayesinde tekstil ve hazır giyim sektöründe güçlü bir konuma sahip. Ancak bu avantajın sürdürülebilir biçimde korunması, lojistik süreçlerin daha verimli, öngörülebilir ve düşük karbonlu hâle getirilmesine bağlıdır. Bugün Avrupa yönündeki tekstil ihracatının önemli bölümü karayoluyla gerçekleştiriliyor. Karayolu, kapıdan kapıya taşıma ve operasyonel esneklik bakımından güçlü avantajlar sağlıyor. Buna karşılık sınır geçişlerinde yaşanan sorunlar, artan maliyetler, sürücü ve kapasite kısıtları, karbon düzenlemeleri ve tedarik zinciri riskleri, yalnızca karayoluna dayalı taşıma modellerinin yeniden değerlendirilmesini gerekli kılıyor.

Demiryolu, özellikle düzenli, planlanabilir ve belirli hacme ulaşan ihracat akışlarında intermodal sistemlerle güçlü bir seçenek sunuyor. Buradaki amaç karayolunu tamamen ikame etmek değil; her taşıma türünün güçlü yönlerinden yararlanan dengeli bir yapı kurmaktır. Kısa mesafelerde karayolunun esnekliği, uzun mesafelerde demiryolunun taşıma kapasitesi ve enerji verimliliği, liman bağlantılarında ise denizyolunun sunduğu ölçek avantajı birlikte değerlendirildiğinde tekstil sektörü için daha dayanıklı ve rekabetçi bir lojistik model oluşturulabilir.

Otomotiv sektörü, dünyada demiryolu taşımacılığının en güçlü uygulama alanlarından biridir. Avrupa, Kuzey Amerika ve Asya'da otomotiv ana sanayi, yan sanayi, yedek parça ve bitmiş araç taşımalarında demiryolu uzun yıllardır lojistik sistemin önemli bir bileşeni olarak kullanılıyor. Bunun temel nedeni, otomotiv lojistiğinin yüksek hacimli, düzenli, planlanabilir ve kalite hassasiyeti yüksek bir yapıya sahip olmasıdır. Üretim hatlarının kesintisiz işlemesi için parçaların doğru zamanda, doğru miktarda ve hasarsız biçimde teslim edilmesi gerekir. Bu nedenle lojistik süreçlerde öngörülebilirlik, kapasite ve operasyonel güvenilirlik kritik önem taşır.

Elektrikli araç üretimindeki artış, batarya lojistiği ve hassas komponent taşımaları ise sektörde yeni gereklilikler ortaya çıkarıyor. Güvenli elleçleme, yükün izlenebilirliği, terminal kapasitesi, zamanında teslimat ve mevzuata uygunluk, önümüzdeki dönemde demiryolunun

otomotiv lojistiğindeki rekabet gücünü belirleyecek başlıca unsurlar arasında yer alacaktır. Türkiye hem tekstil hem de otomotiv sektörlerinde güçlü bir üretim altyapısına sahip. Marmara Bölgesi; İstanbul, Bursa, Kocaeli ve Sakarya ekseninde otomotiv ana sanayi, yan sanayi ve ihracat bağlantıları bakımından öne çıkıyor.

Tekstil ve hazır giyim üretiminde ise İstanbul, Bursa, Denizli, Gaziantep, Kahramanmaraş ve Adana gibi merkezler önemli hacimler oluşturuyor. Bu üretim bölgelerinin limanlara, organize sanayi bölgelerine, lojistik merkezlere ve uluslararası demiryolu koridorlarına etkin biçimde bağlanması, Türkiye'nin ihracat rekabeti açısından kritik önemdedir. Türkiye'nin Avrupa ile yoğun ticaret ilişkileri, Orta Koridor üzerindeki konumu, Bakü-Tiflis-Kars Demiryolu Hattı, Marmaray geçişi, limanları ve gelişmekte olan demiryolu altyapısı birlikte değerlendirildiğinde önemli bir lojistik potansiyel ortaya çıkıyor. Ancak bu potansiyelin gerçek taşıma hacmine dönüşebilmesi için yalnızca yeni demiryolu hatlarının yapılması yeterli değildir. Yükün demiryoluna erişimini sağlayacak iltisak hatları, etkin çalışan terminaler, düzenli tren servisleri, rekabetçi ve öngörülebilir tarifeler, yeterli lokomotif ve vagon kapasitesi ile özel sektör yatırımları birlikte ele alınmalıdır.

Demiryolu altyapısının üretim merkezleriyle bütünleşmediği, terminalerin etkin işlemediği ve düzenli servislerin sunulmadığı bir yapıda, yapılan yatırımların taşımacılık performansına dönüşmesi sınırlı kalacaktır. Bu nedenle temel hedef, yalnızca demiryolu ağı kurmak değil, üretim ile pazar arasında kesintisiz çalışan bir lojistik sistem oluşturmaktır.

Avrupa Yeşil Mutabakatı, karbon düzenlemeleri, sürdürülebilir tedarik zinciri beklentileri ve kurumsal karbon raporlaması, ihracatçı sektörlerin lojistik kararlarını doğrudan etkiliyor. Günümüzde rekabet artık yalnızca ürünün kalitesi, fiyatı veya üretim süreci üzerinden şekillenmiyor. Ürünün hangi taşıma modeliyle ve ne kadar karbon salımla pazara ulaştırıldığı da ticari değerlendirmenin bir parçası hâline geliyor. Avrupa pazarına güçlü biçimde entegre olan tekstil ve otomotiv sektörleri bu dönüşümden doğrudan etkileniyor. Bu nedenle lojistik kaynaklı emisyonların azaltılması, ihracatçı firmalar açısından yalnızca çevresel bir sorumluluk değil, aynı zamanda pazara erişim ve rekabet gücü meselesidir.

Tekstil ve otomotiv sektörlerinin küresel rekabetteki konumunu koruması, yalnızca üretim kalitesi ve kapasitesine değil, lojistik altyapının etkinliğine de bağlıdır. Demiryolu taşımacılığı, tekstil sektöründe düzenli ve düşük karbonlu ihracat akışlarının oluşturulmasına; otomotiv sektöründe ise yüksek hacimli, planlanabilir ve entegre taşıma modellerinin geliştirilmesine önemli katkı sağlayabilir. Türkiye'nin Avrupa'ya yakın üretim gücü, Orta Koridor üzerindeki stratejik konumu, liman kapasitesi, sanayi altyapısı ve gelişen demiryolu ağı doğru bir entegrasyon modeliyle bir araya getirildiğinde, ülkemiz tekstil ve otomotiv lojistiğinde daha güçlü, sürdürülebilir ve rekabetçi bir konuma ulaşabilir. Bunun için demiryolunu karayolunun rakibi olarak değil, karayolu ve denizyoluyla birlikte çalışan bütünleşik bir sistemin omurgası olarak değerlendirmek gerekir. Demiryolu, bu dönüşümde yalnızca bir taşıma modu değildir. İhracatın sürekliliğini, yeşil lojistiği, sanayi entegrasyonunu ve Türkiye'nin uzun vadeli rekabet gücünü destekleyen stratejik bir halkadır.



PROGRAM LAUNCH



Win new business and help save the planet

WCAworld's eco program is designed to help our members positively impact the environment and boost their business opportunities. This innovative program allows our members to identify partners who have full carbon emissions measuring capabilities and work together to win new business from shippers and producers committed to sustainability. By recognizing their environmental commitment, our members can attract more environmentally conscious customers and grow their businesses while saving the planet!

GLS, STRATEJİK ORTAKLIKLA TÜRKİYE PAZARINA GİRİŞ YAPTI



Avrupa ve Kuzey Amerika'nın önde gelen hızlı kargo şirketlerinden GLS, Türk lojistik sektörünün deneyimli isimleriyle kurduğu ortak girişimle Türkiye pazarına giriş yaptı. GLS Türkiye'nin CEO'luğuna Özgür F. Kut atanırken, şirketin 2026 yılı sonuna kadar operasyonlarına başlaması planlanıyor.

Avrupa ve Kuzey Amerika'da faaliyet gösteren lider hızlı kargo şirketlerinden GLS, Avrupa'nın en hızlı büyüyen kargo pazarlarından biri olan Türkiye'ye girişini simgeleyen ortak girişimi GLS Türkiye'yi kurduğunu duyurdu. GLS Türkiye'nin CEO'luğuna Özgür F. Kut atandı. GLS'nin Türkiye'deki ortaklık yapısında, Türkiye kargo sektörünün gelişiminde belirleyici rol üstlenmiş, sektörün önde gelen kargo şirketlerinin kuruluş ve büyüme süreçlerinde liderlik yapmış, daha sonra da Türkiye'nin önde gelen kargo şirketlerinden birini kurarak büyüten Aslan Kut'un liderliğindeki yatırımcı grubu yer alıyor.

Ortaklık yapısında ayrıca, 2023-2025 yılları arasında FIATA (Uluslararası Taşıma İşleri Organizatörleri Dernekleri Federasyonu) Dünya Başkanlığı görevini yürüten Turgut Erkeskin ile Türkiye karayolu taşımacılık sektörünün en güçlü temsil kuruluşlarından UND'nin (Uluslararası Nakliyeciler Derneği) Yönetim Kurulu Başkanı Şerafettin Aras da bulunuyor.

Şirketten yapılan açıklamada, bu güçlü ortaklık yapısının Türkiye lojistik sektörünün kurumsal gelişiminde aktif rol üstlenmiş isimleri ve uluslararası lojistik platformlarında etkin temsil gücüne sahip liderleri bir araya getirdiği belirtilerek, bunun GLS Türkiye'ye

daha kuruluş aşamasında güçlü ve farklılaşan bir pazar konumu kazandırdığı ifade edildi.

'BAĞLANTILARI DAHA ETKİN YÖNETECEĞİZ'

GLS Group CEO'su Dr. Karl Pfaff, Türkiye'nin Avrupa ağı açısından stratejik bir konumda bulunduğunu belirterek şunları söyledi: "Türkiye, Avrupa ağıımızın stratejik bir uzantısı olup Asya'ya açılan önemli bir kıtalararası geçiş noktasıdır. Hem Türkiye içinde hem de Türkiye ile Avrupa arasında uzun süredir hızlı kargo akışları gözlemliyoruz. Türkiye'de yerel bir yapılanma kurarak bu bağlantıları daha etkin yönetmeyi ve müşterilerimize daha yüksek kalitede hizmet sunmayı hedefliyoruz. Bu ortak girişim, yerel pazar uzmanlığını GLS'nin global ağı, operasyonel mükemmeliyeti, premium hizmet anlayışı ve güçlü markasıyla birleştirerek Türkiye'deki müşteriler ve işletmeler için önemli bir değer yaratacaktır. Böylesine güçlü Türk ortaklarla birlikte çalışmaktan büyük mutluluk ve onur duyuyoruz."

'PAZARA UYGUN DAĞITIM SİSTEMLERİ KURACAĞIZ'

GLS Türkiye CEO'su Özgür F. Kut ise Türkiye'deki işletmeleri ve tüketicileri, uluslararası operasyonel mükemmeliyet ile yerel bilgi birikimini bir araya getiren

bir kargo hizmetiyle buluşturacaklarını belirterek şu değerlendirmede bulundu: "Türkiye lojistik pazarındaki deneyimimizle pazarın ihtiyaçlarına uygun dağıtım sistemleri kuracağız. GLS'nin Avrupa genelinde bilinen güvenilirliğini ve hizmet kalitesini Türkiye'de hayata geçireceğiz."

'SEKTÖRE YENİ BİR HİZMET YAKLAŞIMI KAZANDIRACAĞIZ'

GLS Türkiye Yönetim Kurulu Başkanı Aslan Kut da Türkiye'de kargo sektörünün son yıllarda çok hızlı büyüdüğünü ancak bu büyümenin hizmet kalitesi, operasyonel standartlar ve müşteri deneyiminde aynı ölçüde karşılık bulmadığını belirtti. Kut, "GLS Türkiye ile amacımız, uluslararası operasyonel standartları Türkiye'nin dinamik pazar yapısıyla birleştirerek sektöre yeni bir hizmet yaklaşımı kazandırmak." dedi.

IDS Group Chief International Officer Saadi Al-Soudani ise ortak girişim hazırlıklarının uzun süredir devam ettiğini belirterek şöyle konuştu: "Son aylarda Aslan, Özgür ve Turgut ile birlikte bu iş modelini geliştirmek için çok yakın bir iş birliği içinde çalıştık. Bugün GLS Türkiye'yi kurduk ve şimdi ortaya koyduğumuz fikirleri ve vizyonu hayata geçirecek olmaktan büyük heyecan duyuyoruz."

GLS Türkiye, faaliyetlerini GLS markası altında yürütecek. Şirket, GLS'nin Avrupa'da kanıtlanmış kargo dağıtım uzmanlığını Türkiye pazarındaki derin yerel bilgiyle bir araya getirecek. Operasyonların 2026 yılı sonuna kadar başlaması planlanıyor.

RAILPORT, Türkiye'yi

intermodal taşımacılığın merkezine taşıyor



Fatih Yılmazkarasu



Türkiye'nin ilk intermodal terminali Railport, Asya'dan Avrupa'ya uzanan ticaret yollarında Türkiye'nin lojistik gücünü artırıyor. Kartepe'de 265 bin metrekarelik alanda kurulu terminal; demir yolu ve kara yolu entegrasyonu ile farklı taşıma modlarını tek merkezde buluştururken, Orta Koridor ve Yeni İpek Yolu üzerinde Türkiye'yi küresel lojistik zincirinin stratejik aktörlerinden biri haline getirmeyi hedefliyor.

Arkas Holding ve Almanya'nın en büyük kara limanı işletmecisi duisport ortaklığıyla hayata geçirilen Railport, Çin'den başlayarak Orta Asya üzerinden Türkiye'ye ve Avrupa'ya uzanan ticaret hatları üzerinde stratejik bir lojistik merkez olarak faaliyet gösteriyor. Kartepe'de konumlanan terminal, Orta Koridor ve Yeni İpek Yolu'nun sunduğu avantajları küresel ticaret ağlarıyla buluştururken, Türkiye'nin uluslararası lojistik ağlardaki rolünü güçlendirmeye katkı sağlıyor. 265 bin metrekarelik alanda kurulu Railport; yıllık 360 bin TEU konteyner, 1,5 milyon ton genel kargo, 130 bin bitmiş araç ve 125 bin treyler elleçleme kapasitesiyle hizmet veriyor. 20 bin metrekarelik kapalı depolama alanına sahip terminal, demir yolu odaklı altyapısını kara yolu entegrasyonu ile destekleyerek farklı taşıma modlarını tek merkezde buluşturuyor.

Türkiye'nin ilk intermodal terminali olarak konumlanan Railport'un, ithalat, ihracat, yurtiçi ve transit yük operasyonları için entegre lojistik çözümler sunduğunu belirten Railport Genel Müdürü Fatih Yılmazkarasu, yatırımın Türkiye'nin lojistik vizyonunda önemli bir dönüm noktası olduğunu ifade etti. Yılmazkarasu, "Türkiye'nin ilk intermodal terminali Railport olarak yalnızca yeni bir yatırımı hayata geçirmekle kalmadık, ülkemizin küresel ticaretteki rolünü daha da güçlendirecek bir vizyonu gerçeğe dönüştürdük. Doğu-Batı koridorunda stratejik bir köprü işlevi gören Railport; sanayicimize hız, güven ve maliyet avantajı sağlarken, demir yolu taşımacılığı sayesinde sürdürülebilirlik hedeflerine de katkı sunuyor" dedi.

Railport'un Türkiye'nin lojistik kapasite-

sini artırmanın ötesinde, ülkeyi uluslararası ticaretin önemli aktarma merkezlerinden biri haline getirme hedefiyle konumlandığını vurgulayan Yılmazkarasu, "Türkiye'nin coğrafi konumu tarih boyunca ticaret yollarında önemli bir avantaj oluşturdu. Bugün bu avantajı modern lojistik altyapılarla desteklemek büyük önem taşıyor. Railport, Asya ile Avrupa arasındaki yük hareketlerinin daha hızlı, güvenilir ve sürdürülebilir şekilde gerçekleşmesine katkı sağlayarak Türkiye'nin lojistik merkez olma hedefini destekliyor" diye konuştu.

'DEMİR YOLU GELECEĞİN LOJİSTİK ALTYAPISININ TEMEL UNSURLARINDAN BİRİ'

Railport'un yalnızca kapasitesi ve operasyonel gücüyle değil, sürdürülebilirlik odaklı yapısıyla da öne çıktığını belirten Yılmazkarasu, demir yolu taşımacılığının geleceğin lojistik sistemlerinde kritik bir rol üstleneceğini söyledi. Yılmazkarasu, "Demir yolu taşımacılığı, Türkiye'nin 2053 net sıfır karbon hedefleri doğrultusunda stratejik öneme sahip. Kara yoluna kıyasla daha düşük karbon emisyonu sağlayan bu taşıma modeli, Avrupa Yeşil Mutabakatı'na uyum sürecinde de büyük önem taşıyor. Railport olarak biz de intermodal taşımacılığı destekleyen altyapımızla yeşil dönüşümün önemli aktörlerinden biri olmayı hedefliyoruz" dedi.

'TÜRKİYE'NİN LOJİSTİK GELECEĞİNDE İNTERMODAL TAŞIMACILIĞIN PAYI ARTACAK'

Demir yolunun Türkiye'nin lojistik geleceğinde daha güçlü bir konuma ulaşacağına inandıklarını belirten Yılmazkarasu, Railport'un bu dönüşüme operasyonel kapasitesi ve uluslararası bağlantılarıyla katkı sunduğunu söyledi. "Biz bu süreci yalnızca destekleyen bir yapı değiliz; kendi yatırımlarımız, operasyonel yetkinliklerimiz ve küresel bağlantılarımızla bu dönüşümün gelişimine katkı sağlayan bir oyuncuyuz. Railport olarak dünya ticaretinin intermodal köprüsü olma vizyonu ile operasyonlarımızı sürdürüyoruz."

Railport'un Asya ile Avrupa arasındaki lojistik akışta önemli merkezlerden biri olmayı hedeflediğini belirten Yılmazkarasu, sözlerini şöyle tamamladı: "Türkiye'nin lojistik altyapısında yeni bir dönemi temsil eden Railport; ticaret hatlarına doğrudan bağlantısı, geniş hinterlandı ve modern terminal altyapısıyla intermodal terminal işletmeciliğinin geleceğini şekillendiren yatırımlardan biri olacak. Hedefimiz, Türkiye'nin küresel lojistik ağlardaki konumunu güçlendirmek ve ülkemizi geleceğin ticaret koridorlarında daha etkin bir oyuncu haline getirmek."

Turkish Cargo, özel kargo operasyonlarındaki ÜÇ IATA CEIV SERTİFİKASINI YENİLEDİ

OUR CEIV CERTIFICATES
HAVE BEEN RENEWED



Turkish Cargo, 2016 yılında aldığı IATA CEIV Pharma sertifikasıyla ilaç ve sağlık ürünleri taşımacılığında uluslararası standartları karşılayan öncü hava kargo taşıyıcıları arasında yer aldı. Taşıyıcı, 2020 yılında ise CEIV Pharma, CEIV Fresh ve CEIV Live Animals sertifikalarına aynı anda sahip olan ilk hava yolu oldu. IATA CEIV Pharma sertifikasyonunda onuncu yılını geride bırakan marka, yenilenen sertifikalarıyla özel kargo operasyonlarındaki yetkinliğini bir kez daha ortaya koydu.

Türk Hava Yolları Genel Müdür (Kargo) Yardımcısı Ali Türk, "İlaç ve sağlık ürünleri, bozulabilir kargolar ve canlı hayvan taşımaları; operasyonel hassasiyetin en yüksek olduğu kargo türleri arasında yer alıyor. Bu nedenle yalnızca taşıma süreçlerine değil, altyapımıza, teknolojik kabiliyetlerimize ve insan kaynağımıza da sürekli yatırım yapıyoruz. IATA CEIV sertifikalarımızın yenilenmesi, özel kargo operasyonlarında ulaştığımız standartların ve bu alandaki uzmanlığımızın uluslararası düzeyde bir kez daha teyit edilmesi bakımından büyük önem taşıyor. Turkish Cargo olarak hava kargo ekosistemindeki paydaşlarımızın güvenle tercih ettiği lojistik çözüm ortağı olmaya devam edeceğiz" dedi.

Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği (IATA) Kargo Bölümü Küresel Başkanı Brendan Sullivan, "Küresel tedarik zincirleri giderek daha karmaşık hale gelirken, uluslararası düzeyde kabul gören güvenilir standartların önemi her geçen gün artıyor. Son on yılda CEIV programı, tedarik zinciri genelinde şeffaflığın, operasyonel kalitenin ve standartlaşmanın güçlendirilmesine önemli katkı sağladı. Ayrıca mevzuata uyumun artırılması, kalite kültürünün yaygınlaştırılması ve müşterilerimizin güveninin pekiştirilmesi açısından da sek-

Turkish Cargo, ilaç ve sağlık ürünleri, bozulabilir kargolar ile canlı hayvan taşımalarına yönelik uzmanlığını ve uluslararası kalite standartlarına uygunluğunu bir kez daha belgeledi. Taşıyıcı, IATA tarafından gerçekleştirilen denetimleri başarıyla tamamlayarak IATA CEIV Pharma, IATA CEIV Fresh ve IATA CEIV Live Animals sertifikalarının geçerlilik süresini 2029 yılına kadar uzattı.

töre somut kazanımlar sundu. Turkish Cargo, CEIV programının değerini en başından itibaren benimseyen hava kargo taşıyıcıları arasında yer aldı. Turkish Cargo'nun sektörün en yüksek standartlarına olan bağlılığını bir kez daha ortaya koymasından memnuniyet duyuyoruz." ifadelerini kullandı.

Özel kargo lojistiğinde 30 yılı aşkın deneyime sahip olan Turkish Cargo, sıcaklık ve zaman hassasiyeti bulunan gönderilerin kalite ve bütünlüğünü çıkış noktasından nihai varış noktasına kadar koruyarak küresel tedarik zincirlerinin güvenilir ve kesintisiz şekilde işlenmesini destekliyor. Taşıyıcı, 200'den fazla istasyonu kapsayan TK Pharma ağı kapsamında, 69 TK Pharma Yüksek Kaliteli İstasyonunda ilaç ve sağlık ürünlerine özel operasyon yürütüyor. Bozulabilir kargo taşımacılığında ise TK Fresh ürünüyle 250'den fazla çıkış ve varış noktasında hizmet sunarak üretim noktaları ile küresel pazarlar arasında hızlı ve güvenilir bağlantılar kuruyor.

Turkish Cargo'nun bu küresel operasyon yapısının merkezinde İstanbul Havalimanı'ndaki SMARTIST tesisi yer alıyor. İlaç ve sağlık ürünleri, bozulabilir kargolar ve canlı hayvan taşımalarına özel olarak tasarlanan

operasyon alanlarıyla farklı ürün gruplarının gereksinimlerine uygun hizmet sunan tesis, özel kargo süreçlerinin etkin ve kontrollü şekilde yönetilmesine olanak tanıyor. Tesis bünyesinde yer alan TCC (Sıcaklık Kontrollü Merkez), sıcaklık hassasiyeti bulunan gönderilerin kontrollü koşullarda yönetilmesini sağlıyor. Otomatik ULD depolama sistemleri ve robotik otomasyon teknolojileri ise operasyonel verimliliği ve süreç güvenliğini destekliyor.

Turkish Cargo, SMARTIST 2.0 yatırımıyla birlikte özel kargo operasyonlarındaki kapasite ve altyapısını daha da geliştirmeyi hedefliyor. Projenin tamamlanmasıyla özel kargo operasyonlarına ayrılan kapasitenin yaklaşık üç katına çıkarılması planlanıyor.

Bu yatırımlar ve operasyonel gelişim, Turkish Cargo'nun küresel pazardaki performansına da yansıyor. İlaç ve sağlık ürünleri taşımacılığında son on yılda önemli bir büyüme kaydeden taşıyıcı, küresel pharma pazarındaki payını yüzde 2'den yüzde 10'a yükselterek dünya genelinde ilk dört taşıyıcı arasında yer alıyor. Canlı hayvan taşımacılığında ise yüzde 12'lik pazar payıyla uluslararası hava kargo taşıyıcıları arasındaki liderliğini koruyor.

ÜST ÜSTE İKİNCİ KEZ "YILIN KÜRESEL HAVA KARGO TAŞIYICISI" SEÇİLDİ

Türk Hava Yolları'nın küresel hava kargo markası Turkish Cargo, Air Cargo Week tarafından düzenlenen World Air Cargo Awards kapsamında, üst

üste ikinci kez "Yılın Küresel Hava Kargo Taşıyıcısı" (Cargo Airline of the Year - Global) ödülüne layık görüldü. Turkish Cargo ayrıca, ilaç lojistiği alanındaki başarısıyla "Hava Kargo Endüstrisi İlaç Lojistiği Ödülü" (Air Cargo Industry Pharmaceutical Award)'nın de sahibi oldu. Ödüllere ilişkin değerlendirmede bulunan Türk Hava Yolları Genel Müdür (Kargo) Yardımcısı Ali Türk; "Turkish Cargo olarak bir kez daha 'Yılın Küresel Hava Kargo Taşıyıcısı' seçilmekten büyük mutluluk duyuyoruz. Aynı ödüle



iki yıl üst üste layık görülmek, müşteri merkezli hizmet anlayışımızın ve operasyonel yetkinliğimizin uluslararası ölçekte takdir gördüğünün

önemli bir göstergesidir. İlaç taşımacılığı alanında aldığımız ödül ise özel kargo taşımacılığındaki uzmanlığımızı ve bu alandaki yüksek standartlarımızı bir kez daha teyit etmektedir. Bu başarıda emeği bulunan tüm çalışma arkadaşlarımıza, bize güven duyan müşterilerimize ve iş ortaklarımıza teşekkür ediyoruz. Türk Hava Yolları'nın 2033 vizyonu doğrultusunda operasyonel kabiliyetlerimizi ve özel kargo taşımacılığındaki uzmanlığımızı pekiştirmeye devam edeceğiz" ifadelerini kullandı.

Turkish Cargo'dan otomotiv endüstrisine özel yeni ürün: **TK AUTO**

Turkish Cargo, otomotiv sektörüne özel geliştirdiği TK AUTO ürününü tanıttı. Yedek parçalardan yüksek değerli araçlara kadar geniş bir taşıma yelpazesine yönelik geliştirilen çözüm, hız, güvenilirlik ve operasyonel görünürlüğü bir araya getiriyor.

Turkish Cargo, otomotiv endüstrisinin hassas ve zaman kritik taşımalarına özel geliştirdiği lojistik ürünü TK AUTO'yu Air Cargo China Fuarı'nda düzenlenen lansmanla tanıttı. İki segmentten oluşan TK AUTO, AUTO PART ve AUTO FINISHED çözümleriyle farklı operasyonel gereksinimlere hızlı ve güvenilir taşıma imkânı sunuyor.

TK AUTO PART, motor ve şanzıman bileşenleri, fren sistemleri, hava yastıkları ve elektrikli araç ekipmanları dâhil olmak üzere otomotiv üretim ve satış sonrası süreçlerinde ihtiyaç duyulan kritik parçaların hızlı, güvenilir ve esnek şekilde taşınması için tasarlandı. Bu hizmet kapsamındaki sevkiyatlar, genel kargoya göre öncelikli yükleme prosedürleriyle gerçekleştirilerek üretim süreçlerinin kesintisiz devam etmesine katkı sağlıyor.

TK AUTO FINISHED ise motorlu binek araçlar, elektrikli araçlar, prototip ve test araçları ile lüks ve premium segment otomobillerin yanı sıra motosiklet, ATV, sea-doo ve ski-doo gibi özel araçların taşınmasına yönelik geliştirildi. Standart kargo süreçlerinin ötesine geçen hizmet, uzman ekip desteği, geliştirilmiş operasyonel süreçler ve araç taşımacılığına özel çözümler sunuyor:

» **Özel yükleme planları ve uzman ekip desteği:** Her taşıma öncesinde araç tipine uygun yükleme senaryoları hazırlanıyor. Sertifikalı Loadmaster ekipleri, araçların yükleme, sabitleme ve boşaltma süreçlerini yerinde yöneterek



Ali Türk

operasyon planının sahada eksiksiz uygulanmasını sağlıyor. Tüm süreçler, hassas elleçleme teknikleri ve operasyonel kontrol prosedürleri doğrultusunda yürütülüyor.

» **LUXE hizmetiyle korunaklı muhafaza ve öncelikli operasyon:** Yüksek değerli araçlara yönelik geliştirilen LUXE hizmeti kapsamında araçlar, SMARTIST tesisindeki özel korunaklı alanlarda muhafaza ediliyor. Operasyon sürecindeki kritik adımlar fotoğraflanarak kayıt altına alınıyor. Öncelikli yükleme uygulamalarıyla desteklenen bu çözüm, hassasiyet gerektiren araç taşımalarında ilave güven ve operasyonel görünürlük sağlıyor.

» **Dijitalleşen süreçlerle güçlenen operasyonel kontrol:** Otomotiv yedek parça gönderilerinin rezervasyonları TKGO platformu ve dijital satış kanalları

üzerinden kolaylıkla gerçekleştirilebiliyor. Bitmiş araç taşımalarında ise özelleştirilmiş hacim hesaplama sayesinde ön rezervasyon süreçleri hızlandırılıyor.

Türk Hava Yolları Genel Müdür (Kargo) Yardımcısı Ali Türk, "Otomotiv lojistiğinde hız kadar ihtiyaca özgü çözümler de önem taşıyor. Bu nedenle TK AUTO'yu geliştirirken otomotiv sektörünün farklı operasyonel gereksinimlerine cevap verebilen uçtan uca bir yapı oluşturmayı hedefledik. Böylece üretim sürekliliğini destekleyen zaman kritik yedek parça taşımalarından yüksek değerli araç operasyonlarına kadar hassas süreçleri etkin şekilde yönetebiliyoruz. Rezervasyon süreçlerimiz dijital entegrasyonla desteklenirken, sahadaki operasyonlarımız alanında uzman ekiplerimiz ve tanımlı prosedürlerle yürütülüyor. TK AUTO'nun bu dedike yapısıyla otomotiv endüstrisinin hız ihtiyacının yanı sıra üretimde süreklilik ve taşıma süreçlerinde daha fazla görünürlük sunuyoruz. Turkish Cargo olarak geniş uçuş ağıımız, modern altyapımız ve özel kargo taşımacılığındaki uzmanlığımızla iş ortaklarımızın değişen ihtiyaçlarına güvenilir çözümler sunmaya devam edeceğiz" dedi.

Turkish Cargo'nun katma değerli hava kargo taşımacılığındaki yetkinliğini otomotiv lojistiğine taşıyan TK AUTO, üretimden teslimata uzanan tüm süreçlerde hız, güvenilirlik ve operasyonel görünürlüğü destekleyerek otomotiv sektörüne katkı sağlamayı, aynı zamanda Turkish Cargo'nun özel kargo alanındaki uzmanlığını daha da ileri taşımayı amaçlıyor.



1,1 MİLYON CEU ELLEÇLEME KAPASİTESİYLE otomotiv lojistiğinde yeni döneme hazırlanıyor

Türkiye'nin ilk otomotiv ihtisas terminali Autoport, Ro-Ro operasyonlarından PDI hizmetlerine, açık ve kapalı depolamadan dijital terminal yönetimine kadar otomotiv lojistiğine yönelik entegre çözümler sunuyor. Autoport Genel Müdürü Bilgin İşler, yürüttükleri modernizasyon ve tevsi yatırımlarıyla yıllık araç elleçleme kapasitesini 1,1 milyon CEU'ya, araç park kapasitesini ise 22 bin 500'e çıkararak Türkiye'nin otomotiv tedarik zincirine daha yüksek kapasite, hız ve operasyonel verimlilik kazandırma hedeflediklerini söyledi.

Autoport, Türkiye'nin ilk otomotiv ihtisas terminali olarak otomotiv sektörüne hangi hizmetleri sunuyor? Ro-Ro operasyonları, PDI, depolama ve katma değerli hizmetler kapsamında müşterilerinize sağladığınız çözümleri paylaşabilir misiniz?

Türkiye'nin ilk otomotiv ihtisas terminali olarak yalnızca mevcut ihtiyaca değil geleceğin ölçeklerine de cevap verecek bir model olarak tasarlanan Autoport bugün, üretim merkezleriyle entegre çalışan, yüksek hacimleri kesintisiz yöneten ve sürdürülebilir büyümeyi mümkün kılan terminal yapısıyla sektörde standartları belirleyerek Türkiye'nin otomotiv lojistiğinde referans noktalarından biridir.

Kocaeli Başiskele'de yaklaşık 310 bin metrekarelik bir alan üzerinde faaliyet gösteren limanımız, konum avantajı sayesinde Doğu ve Güney Marmara'da faaliyet gösteren otomotiv üreticileri ve distribütörler için ideal bir lojistik merkez konumundadır. Ro-Ro hizmetlerinin yanı sıra genel kargo, proje kargo, antrepo, PDI (Pre-Delivery Inspection / Ön Teslimat Muayenesi) ve kapalı depo gibi farklı hizmetleri de aynı çatı altında sunmaktayız. Toplamda 15 bin araç park kapasitesine sahip olan terminalimizin yıllık elleçleme kapasitesi 650 bin CEU'dur. Büyük ve yeni nesil sınıf ile mega sınıftaki iki PCTC (Pure Car and Truck Carrier) geminin aynı anda operasyon yapmasına imkân tanıyan toplam 656 metre gemi yanaşma yerine sahip iki rıhtımımız mevcut. ISPS koduna uygun güvenlik standartlarıyla faaliyet gösteren

limanımızda ön ve arka sahada 25'er olmak üzere toplam 50 treyleri eş zamanlı olarak yükleme ve boşaltma alanında ağırlayabilmekteyiz.

Autoport olarak Ro-Ro gemilerine sağladığımız hizmetlerin yanı sıra araç elleçleme, açık ve kapalı depolama ve PDI hizmetleri başta olmak üzere otomotiv lojistiğine yönelik entegre çözümler sunmaktayız. Limanımızda araçlar, uluslararası standartlarda elleçleniyor, PDI (ön teslimat denetimi) süreçlerini ise distribütörlerin taleplerine özel olarak yürütüyoruz. Operasyonlarımız, Autoport'a özel geliştirilen terminal işletim sistemi ile dijital olarak yönetilmekte ve bu sistem, iş ortaklarımıza EDI altyapısı üzerinden anlık entegrasyon ve takip imkânı sağlamaktadır. Avrupa kalite standartlarında Türkiye otomotiv endüstrisinin ihtiyaçlarına göre tasarlanan terminalimizde, sürekli gelişen teknolojimiz ve nitelikli hizmetlerimizle bitmiş araç lojistiğine değer katmak amacıyla faaliyetlerimizi sürdürmekteyiz. Bu yapıyı, Arkas Holding Liman ve Terminal İşletme-ri Grubu bünyesindeki, bitmiş araç lojistiğinde demir yolu odaklı hizmet sunan Railport şirketimizle destekleyerek deniz yolu, kara yolu ve demir yolunu entegre eden intermodal çözümler geliştirmekte, müşterilerimize daha güçlü bir lojistik altyapısı sunmaktayız.

VERİMLİĞİ ALTYAPI VE DİJİTAL YATIRIMLARLA ARTIRIYOR

Son dönemde operasyonel verimliliği artırmak amacıyla gerçekleştirdiğiniz yatırım ve modernizasyon çalışmalarından bahsedebilir misiniz?



Bilgin İşler

Bu yatırımların liman operasyonlarına katkıları neler oldu?

Operasyonel verimliliği artırmayı Autoport'un büyüme stratejisinin temel unsurlarından biri olarak görüyoruz. Bu doğrultuda hem fiziksel altyapımızı güçlendiren hem de dijital operasyon kabiliyetimizi geliştiren yatırımlarımızı sürdürüyoruz. Örneğin, özel terminal yazılımımız sayesinde operasyonlarımızı anlık olarak yönetebiliyor, müşterilerimizle kesintisiz veri paylaşımı sağlayarak süreçleri daha hızlı ve şeffaf hale getiriyoruz.

Bunun yanında saha düzenlemeleri ve ekipman yatırımlarımızla artan araç hacmine daha etkin cevap verebilecek bir operasyon yapısı oluşturuyoruz. Bu yatırımlar sayesinde terminal trafiğini daha verimli yönetiyor ve araçların limandaki işlem sürelerini optimize ediyoruz. Böylelikle müşterilerimizin de operasyonlarını daha öngörülebilir ve hızlı planlayabilmelerine katkı sağlıyoruz.

Autoport'un gündeminde bulunan yeni yatırım projeleri ve kapasite artış hedefleri nelerdir? Genişleme projesi kapsamında öngördüğünüz büyüme hakkında bilgi verebilir misiniz?

Artan otomotiv üretimi ve ihracatına paralel olarak yürüttüğümüz Modernizasyon ve Tevsi Projesi, Autoport'un gelecek vizyonunun en önemli adımlarından biridir. Bu yatırımla birlikte araç park kapasitemizi 22 bin 500 adede, yıllık araç elleçleme kapasitemizi ise 1,1 milyon CEU'ya çıkarmayı hedefliyoruz. Böylece müşterilerimizin artan lojistik ihtiyaçlarına daha yüksek kapasite ve operasyonel verimlilikle yanıt verebileceğiz.

ÜRETİM NOKTALARINA YAKINLIĞI AVANTAJ SAĞLIYOR

Autoport bugün hangi coğrafyalara ve hatlara hizmet veriyor? İhracat ve ithalat trafiğinde öne çıkan destinasyonlar ile yeni pazarlara yönelik planlarınız nelerdir?

Autoport, Kocaeli Başiskele'deki stratejik konumuyla Doğu ve Güney Marmara'da faaliyet gösteren otomotiv üreticileri ve distribütörlerinin önemli lojistik merkezlerinden biri konumunda. Ford, Hyundai, Toyota, Türk Traktör, Tofaş ve Renault gibi üretim tesislerine yakınlığımız sayesinde hem ihracat hem de ithalat operasyonlarında önemli bir operasyonel avantaj sağlıyoruz. Ayrıca hem Marmara hem de Anadolu hinterlandına erişim sağlayan konumumuz, üreticilere pazara yakınlık, operasyonel hız ve maliyet avantajı sunarken, Türkiye'nin otomotiv tedarik zincirinde önemli bir rol üstlenmemizi sağlıyor.

Yıllık araç elleçleme kapasitesi, stok sahası kapasitesi ve altyapı özellikleri açısından Autoport'un



mevcut kapasitesini nasıl değerlendiriyorsunuz? Artan otomotiv ihracatı karşısında kapasite yönetimini nasıl gerçekleştiriyorsunuz?

Autoport'un mevcut kapasitesini, Türkiye'nin artan otomotiv ihracat hacmini destekleyebilecek güçlü ve ölçeklenebilir bir altyapı olarak değerlendiriyoruz. Bugün yaklaşık 310 bin metrekaarelik terminal alanımız, yıllık 650 bin CEU elleçleme kapasitemiz, 15 bin araçlık park sahamız, yıllık 200 bin araç kapasiteli PDI tesisimiz ve 11 bin 400 metrekaarelik kapalı depolama alanımızla Türkiye'nin en güçlü otomotiv terminallerinden biri konumundayız. Kapasite yönetiminde temel önceliğimiz, artan ihracat talebini operasyonel verimlilikten ödün vermeden karşılamak. Bu doğrultuda geniş stok sahalarımızı, dijital operasyon yönetim sistemlerimizi ve yüksek PDI kapasitemizi entegre şekilde kullanıyoruz. Eş zamanlı olarak iki PCTC gemiye hizmet verebiliyor-ken esnek ve efektif kullanımla 50 treyler yükleme ve tahliye peronumuz sayesinde kara ve deniz operasyonları arasındaki akışı kesintisiz biçimde yönetiyoruz.

Böylece hem ihracat yoğunluğunun arttığı dönemlerde hem de yüksek hacimli

ithalat girişlerinde saha kullanımını optimize ediyor, araçların terminal içindeki hareketini daha hızlı, güvenli ve planlı şekilde gerçekleştiriyoruz.

ENTEGRE HİZMET YAPISI

Otomotiv üreticileri ve distribütörleri için sunduğunuz özel hizmetler nelerdir? Özellikle PDI, araç hazırlama, dijital operasyon yönetimi ve müşteri odaklı çözümlerinizi hakkında bilgi verebilir misiniz?

Otomotiv üreticileri ve distribütörlerine, tüm lojistik süreci tek merkezden ve yüksek verimlilikle yönetebilecekleri entegre bir operasyon altyapısı sağlıyoruz. Bu doğrultuda Ro-Ro operasyonları, araç elleçleme, depolama ve PDI hizmetlerini entegre bir yapıda sunuyoruz. Yıllık 200 bin araç kapasiteli PDI tesisimizde yıkama, mekanik kontrol, diyagnostik, son kontrol ve yakıt takviyesi gibi süreçleri tamamlayarak araçları teslimata hazır hale getiriyoruz. Bu sayede, kalite standartlarını üst seviyede tutarak operasyon sürelerini ve lojistik aşamaları kısaltırken çevre boyutu bakımından da karbon salınımını minimize edilmesine katkı sunuyoruz.

OTOMOTİV LOJİSTİĞİNDE REKABETİ ARTIK TEKNOLOJİ VE ÇEVİKLİK BELİRLİYOR!

Autoport Genel Müdürü Bilgin İşler, küresel ticarete yaşanan belirsizliklerin otomotiv lojistiğini yeniden şekillendirdiğini belirterek, sektörün geleceğinde dijitalleşme, sürdürülebilirlik ve entegre taşımacılık çözümlerinin belirleyici olacağını söyledi. Pandemiyle başlayan süreçte jeopolitik gelişmeler ve küresel tedarik zincirlerinde yaşanan kırılmaların, esnek lojistik altyapısının önemini net şekilde ortaya koyduğunu ifade eden İşler, alternatif taşıma modelleriyle desteklenen güçlü operasyon yapılarının artık sektör için bir tercih değil zorunluluk haline geldiğini vurguladı. Artan ticaret hacmi, değişen müşteri beklentileri ve sürdürülebilirlik odaklı regülasyonların otomotiv lojistiğinde yeni bir dönüşüm süreci başlattığını dile getiren İşler, bu süreçte lojistik altyapısının güçlendirilmesi, dijitalleşmenin hızlandırılması ve kara, deniz ile demir yolu taşımacılığının

entegre biçimde yönetilmesinin kritik önem taşıdığına dikkat çekti. Sektörde rekabet avantajının artık yalnızca kapasiteyle ölçülmediğini belirten İşler, "Bugün rekabet; görünürlük, çeviklik, veri odaklı yönetim anlayışı ve hizmet kalitesiyle şekilleniyor. Müşteriler süreçlerini gerçek zamanlı takip etmek, daha hızlı karar almak ve daha şeffaf operasyonlar yürütmek istiyor. Bu beklentilere cevap verebilen şirketler öne çıkacak" dedi. Önümüzdeki dönemde yapay zekâ destekli planlama sistemleri, dijital operasyon yönetimi ve sürdürülebilir lojistik uygulamalarının otomotiv lojistiğinin temel dinamikleri arasında yer alacağını ifade eden İşler, çevresel etkilerin daha yakından takip edildiği, teknoloji yatırımlarının hız kazandığı yeni dönemde değişime hızlı uyum sağlayan ve operasyonel esnekliğini koruyan şirketlerin önemli bir rekabet avantajı elde edeceğini sözlerine ekledi.



TRANSWAGGON

TWA

Otomotiv lojistiğinde yeni gereksinimlere

ÖZEL YÜK VAGONU ÇÖZÜMÜ

Elektrikli araçların yaygınlaşması, artan araç ağırlıkları ve yeni üretim platformları otomotiv lojistiğinde demiryolu taşımacılığına yönelik yeni çözümleri gündeme getiriyor. TRANSWAGGON Türkiye Genel Müdürü Ümit Sarigeçili, şirketin geliştirdiği LAE4 ve DB5 vagonlarının Avrupa otomotiv koridorlarında daha verimli, esnek ve sürdürülebilir araç taşımacılığına katkı sağlayacağını belirtti.



Ümit Sarigeçili



Elektrikli araçlar ve yeni araç üretim platformlarının yaygınlaşmasıyla birlikte geleneksel araç lojistiğinde yeni gereksinimler ortaya çıkıyor.

Artan araç ağırlıkları, daha büyük boyutlar ve büyüyen taşıma hacimlerinin demiryolu taşımacılığında yeni ve yüksek performanslı çözümleri gerekli kıldığını belirten TRANSWAGGON Türkiye Genel Müdürü Ümit Sarigeçili, TRANSWAGGON Grubu'nun yeni vagon tipleri LAE4 (çift katlı vagon) ve DB5



(platform vagon) ile otomotiv vagon portföyünü genişlettiğini, Avrupa'da esnek, güvenilir ve çevre dostu araç taşımacılığı için ek kapasite sunduğunu ifade etti.

OTOMOTİV LOJİSTİĞİNDE DÖNÜŞÜM

Otomotiv endüstrisinin elektrikli araçlar, yeni üretim stratejileri, sürdürülebilirlik koşulları ve tedarik zinciri istikrarına yönelik artan talepler doğrultusunda yapısal bir dönüşüm sürecinden geçtiğini belirten Sarigeçili, bu dönüşümün tüm değer zinciri boyunca teknik ve operasyonel koşulları değiştirdiğini söyledi.

Avrupa üretim ve tedarik ağlarının öneminin giderek arttığını kaydeden Sarigeçili, özellikle Türkiye ile Avrupa arasındaki ticaret ekseninde binek araçlar ve hafif ticari araçların taşınması için ölçeklenebilir ve verimli demiryolu çözümlerine olan talebin yükseldiğini ifade etti. Bu kapsamda demiryolu yük taşımacılığının karayolu taşımacılığına kıyasla daha güvenilir ve sürdürülebilir bir alternatif oluşturduğunu dile getirdi.

ARAÇ LOJİSTİĞİNİ YENİDEN DEĞERLENDİRMEK

Elektrikli araçların yaygınlaşmasıyla birlikte yalnızca taşıma hacimlerinin değil, kullanılan vagonlara yönelik gereksinimlerin de arttığını belirten Sarigeçili, artan ağırlıklar ve daha büyük araç boyutlarının mevcut vagon konseptlerini teknik sınırlarına ulaştırdığını söyledi.

TRANSWAGGON Grubu'nun 1965

yılından bu yana Avrupa demiryolu yük taşımacılığı için özel yük vagonları çözümleri geliştirdiğini ve otomotiv sektöründe uzun yıllara dayanan deneyime sahip olduğunu belirten Sarigeçili, şirketin gelecek nesil araçların gereksinimlerini karşılarken verimliliği ve işletme güvenliğini artırmayı hedefleyen modern vagon konseptlerine yatırım yaptığını ifade etti.

LAE4: YENİ NESİL ARAÇLAR İÇİN ÇİFT KATLI VAGON

Sarigeçili, yeni çift katlı LAE4 vagonunun modern araç taşımacılığının artan gereksinimlerine yanıt vermek amacıyla geliştirildiğini belirterek, vagonun özellikle büyük ve ağır araçlar için tasarlandığını, daha yüksek tekerlek yüküne sahip araçların taşınmasını mümkün kıldığını söyledi.

LAE4'ün tasarımının SUV modelleri ve yeni nesil elektrikli araçların gereksinimlerine uygun şekilde geliştirildiğini kaydeden Sarigeçili, ayarlanabilir yükleme platformu seviyeleri, optimize edilmiş geçiş kapakları ve yükleme personeline yönelik geliştirilen güvenlik çözümlerinin operasyonel esneklik ve verimlilik sağladığını ifade etti.

Optimize edilmiş tasarımın kapasite kullanımını artırarak daha ekonomik taşımacılığa katkı sunduğunu belirten Sarigeçili, LAE4'ün Avrupa demiryolu koridorlarında geleceğe dönük araç lojistiğinin temelini oluşturduğunu ve halihazırda tanınmış otomobil üreticileri ile araç lojistiği şirketleri tarafından kullanıldığını söyledi.

DB5: DAHA BÜYÜK ARAÇLAR İÇİN DAHA FAZLA KAPASİTE

Şirketin vagon portföyüne eklenen DB5 platform vagonunun özellikle daha yüksek ticari araçların taşınması için geliştirildiğini belirten Sarigeçili, klasik çift katlı vagonlarla sınırlı şekilde yüklenebilen araçların ekonomik olarak taşınmasına olanak sağladığını ifade etti. DB5 platform vagonunun demiryolu taşımacılığındaki kullanım alanlarını genişlettiğini dile getiren Sarigeçili, karma araç filoları ve özel pazar gereksinimleri için nakliye planlamasında ilave esneklik sunduğunu kaydetti. Filo kapasitelerinin artırılmasının üreticiler, ithalatçılar ve lojistik hizmet sağlayıcıları için ilave taşıma seçenekleri oluşturduğunu belirten Sarigeçili, bunun tedarik zincirlerinin daha sürdürülebilir ve dayanıklı hale gelmesine katkı sağladığını ifade etti.

AVRUPA OTOMOTİV KORİDORLARI İÇİN ORTAK PARTNER

Otomotiv lojistiğinin geleceğinin artan karmaşıklık, dinamik tedarik zincirleri ve sürdürülebilirlik hedefleri doğrultusunda şekillendiğini belirten Sarigeçili, özel vagon konseptlerinin demiryolu yük taşımacılığının verimliliği açısından belirleyici unsur haline geldiğini söyledi. Sarigeçili, modern otomotiv vagonları geliştiren, Avrupa genelindeki kullanılabilirliği ve sektörel uzmanlığıyla faaliyet gösteren TRANSWAGGON Grubu'nun özellikle Türkiye ile Orta Avrupa pazarları arasındaki taşımacılıkta müşterilerinin araç taşımacılığını verimli, güvenilir ve çevre dostu şekilde demiryoluna kaydırmalarına destek olduğunu belirtti.



FORD OTOSAN

Lojistikte kendi koridorunu kurdu

Türkiye ile Romanya arasında kurduğu entegre lojistik koridoruyla tedarik zincirini yeniden şekillendiren Ford Otosan, dijitalleşme, yapay zekâ destekli operasyon yönetimi, elektrifikasyon, intermodal taşımacılık ve sürdürülebilirlik yatırımlarını tek bir stratejide buluşturuyor. Ford Otosan Malzeme Planlama ve Lojistik Lideri Onur Sarıkaya, üretimden ihracata uzanan bu bütünleşik yapının şirketin küresel rekabet gücünü artırırken geleceğin düşük karbonlu lojistik ekosistemine de yön verdiğini söyledi.

Ford Otosan bugün Türkiye'nin ve Avrupa'nın en önemli ticari araç üretim merkezlerinden biri konumunda. Şirketin tedarik ve lojistik zinciri yapılanmasını nasıl tanımlarsınız? Bu yapının kesintisiz ve verimli şekilde işlemlerini sağlayan temel unsurlar nelerdir?

Ford Otosan olarak tedarik ve lojistik ağıımızı; Türkiye, Romanya ve Avrupa'yı birbirine bağlayan, uçtan uca entegre edilmiş, veri odaklı ve yüksek dayanıklılığa sahip bir ekosistem olarak tanımlıyoruz. Bugün Kocaeli, Yeniköy, Eskişehir ve Craiova'daki üretim operasyonlarımız ile Avrupa'nın en büyük ticari araç üretim üslerinden biri konumundayız. Şirketimizin yıllık kurulu üretim kapasitesi 934 bin adedin üzerine ulaşırken, üretim ve ihracat operasyonlarımız binlerce farklı malzeme akışı ve yüzlerce tedarikçiye kapsayan geniş bir ağ üzerinden yönetilmektedir.

2025 yılı itibarıyla Türkiye ve Romanya operasyonlarımızdan toplam 602.842 adet yurt dışı satışı ve Türkiye ticari araç ihracatının %87'sini tek başımıza gerçekleştirdik. Bu ölçekteki operasyonun başarıyla yönetilebilmesi için tedarikçilerimizi, üretim tesislerimizi, lojistik servis sağlayıcılarımızı ve dağıtım kanallarımızı tek bir entegre planlama yaklaşımı doğrultusunda yönetiyoruz.

Tedarik zinciri yapılanmamızın temelinde üç unsur bulunmaktadır:

Güçlü tedarikçi ekosistemi: 591 Tier-1 tedarikçiyle çalışan geniş ve çeşitlendirilmiş bir tedarik ağıımız var. İçinde bulunduğumuz tedarikçi ekosistemini sürekli izliyoruz ve güçlendirmek için çalışmalar yapıyoruz.

Çok modlu ve çok servis sağlayıcılı lojistik altyapısı: Tüm taşıma modları ve intermodal çözümleri birlikte kullanarak

esnek ve kesintisiz malzeme akışı sağlıyoruz. Özellikle Craiova-Kocaeli demiryolu koridoru ile Avrupa ve Türkiye arasındaki entegrasyonu daha da güçlendirdik. Kullandığımız rotalarda alternatif servis sağlayıcılarla eş zamanlı çalışarak esnekliğimizi sağlarken servis sağlayıcılarımızın da hazır bulunurluğunu sürekli güncel tutmayı amaçlıyoruz.

Dijital görünürlük ve operasyonel çeviklik: Pandemi ile birlikte otomotiv sektöründe değişen şartlara uyum için planlamaları daha esnek yapmak ve buna uygun üretim planlarını daha sık güncellemek durumundayız. Yeni normalimiz bu çevikliği sağlamak oldu. Bunu da tedarikçilerimizle entegre çalışan planlama ve sevkiyat sistemleri sayesinde üretim planları, stoklar ve sevkiyatları gerçek zamanlı olarak takip ederek yapabiliyoruz. Bu yapı sayesinde tedarik zinciri risklerini hızla yönetebiliyor ve üretim sürekliliğini gerçekleştirebiliyoruz.

Bu bütünleşik yapı sayesinde Ford Otosan, yalnızca yüksek üretim hacmini etkin bir şekilde yönetmekle kalmıyor; aynı zamanda operasyonel mükemmeliyet, sürdürülebilirlik ve küresel rekabetçilik hedeflerini de destekleyen Güçlü ve dayanıklı bir lojistik ekosistemi oluşturuyor.

YATIRIM PLANLARININ MERKEZİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VAR

Bu ölçekte bir operasyonun lojistik planlamasında en kritik başlıklar neler?

Ford Otosan olarak çok geniş bir tedarikçi ağıyla çalışıyor, Türkiye ve Avrupa arasında yoğun malzeme ve araç hareketi gerçekleştiriyoruz. Bu nedenle gerçek zamanlı veri yönetimi, alternatif rota planlaması ve çok modlu taşımacılık çözümleri operasyonlarımızın ay-



Onur Sarıkaya

nlmaz bir parçası haline gelmiş durumdadır. Bununla birlikte lojistik bakış açısını operasyon aşamasından çok daha önce, ürün, ekipman ve yatırım tasarım süreçlerinden itibaren devreye alıyoruz. Yeni ekipman yatırımlarında kullandığımız hafif dorse çözümlerini kendi yük karakteristiklerimize ve operasyonel ihtiyaçlarımıza uygun şekilde tasarlayarak daha yüksek taşıma verimliliği ve daha düşük emisyon elde etmeyi hedefliyoruz. Benzer şekilde, denizyolu operasyonlarımızda kullanılan gemilerin tasarım süreçlerine de erken aşamalarda katkı sağlayarak araç ölçülerimize ve yük yapımıza uygun çözümler geliştirilmesini destekliyoruz. Bu yaklaşım sayesinde Ro-Ro kapasitesini daha etkin kullanabiliyor, lojistik maliyetlerini optimize ederken çevresel etkilerimizi de azaltabiliyoruz.

Aslında bugün aldığımız her operasyonel kararın ve geleceğe yönelik her yatırım planının merkezinde sürdürülebilirlik bulunuyor. Bu doğrultuda demiryolu taşımacılığı başta olmak üzere intermodal çözümler, düşük emisyonlu taşıma modelleri ve çevresel etkileri azaltan yenilikçi projelerle lojistik ağıımızı sürekli geliştiriyoruz.

Elektrikli araç üretimine geçiş, tedarik zincirlerinde önemli değişiklikleri beraberinde getiriyor. Elektrifikasyon süreci, batarya ve yeni nesil komponentlerin lojistik yönetimi açısından Ford Otosan'ın operasyonlarını nasıl dönüştürüyor?

Elektrifikasyon sadece ürün portföyümüzü değil, tedarik zinciri ve lojistik operasyonlarımızın tamamını dönüştürüyor. Elektrikli araçların temel bileşenleri olan yüksek voltajlı bataryalar, güç elektroniği sistemleri ve yeni nesil elektronik komponentler; geleneksel otomotiv lojistiğine kıyasla daha farklı depolama, paketleme, güvenlik ve taşıma gereksinimleri yaratıyor.

Bu dönüşüm doğrultusunda batarya lojistiği özel bir uzmanlık alanı haline geliyor. Tehlikeli madde taşımacılığı regülasyonları, sıcaklık kontrolü, özel paketleme çözümleri ve izlenebilirlik gereksinimleri nedeniyle tedarik zincirimizin her aşamasında yeni süreçler tasarlıyor ve uyguluyoruz. Aynı zamanda elektrikli araç ekosistemine yeni tedarikçilerin dahil olmasıyla birlikte daha karmaşık ancak daha teknoloji odaklı bir tedarik ağı yönetiyoruz.

"Önümüzdeki dönemde ise demiryolu ve intermodal taşımacılığın toplam lojistik hacmimiz içindeki payını artırmaya, veri odaklı karar alma mekanizmalarını güçlendirmeye ve düşük karbonlu lojistik çözümlerine yatırım yapmaya devam edeceğiz. Amacımız yalnızca maliyet ve verimlilik avantajı yaratmak değil; aynı zamanda 2035 karbon nötr lojistik operasyonları ve 2050 Net Sıfır hedeflerimize ulaşacak sürdürülebilir bir lojistik altyapısı oluşturmak."

Elektrifikasyonun yalnızca araçlarda değil, lojistik operasyonlarımızda da gerçekleşmesi gerektiğine inanıyoruz. Bu nedenle sürdürülebilirlik hedeflerimiz doğrultusunda lojistik ağıımızı daha düşük karbonlu çözümlerle dönüştürüyoruz. Craiova ve Kocaeli fabrikalarımız arasında devreye aldığımız doğrudan demiryolu hattı bunun önemli örneklerinden biridir. Büyük ölçüde elektrik altyapısıyla çalışan tren operasyonları sayesinde hem operasyonel verimliliği artırıyor hem de taşıma kaynaklı emisyonlarımızı azaltıyoruz. 2026 yılı başında devreye aldığımız bitmiş araç taşıması tren projemiz ile tek seferde 216 aracı Romania Craiova'daki fabrikamızdan Kocaeli Kartepe'ye ulaştıran bu hat, sürdürülebilir lojistik vizyonumuzun somut bir göstergesidir.

Diğer taraftan lojistik servis sağlayıcılarımızı da bu dönüşümün bir parçası olarak görüyoruz. İş ortaklarımızla birlikte elektrikli ve hidrojen yakıt hücreli araçların lojistik operasyonlarda kullanımını destekleyen projeler üzerinde çalışıyor, düşük emisyonlu taşıma filolarının yaygınlaşmasını teşvik ediyoruz. Lojistik operasyonlarımızda kullanılan ekipman ve taşıma araçlarının karbon ayak izini azaltmak önümüzdeki dönemin önemli önceliklerinden biri olacak.

Elektrikli araçların yaygınlaşmasını desteklemek amacıyla yalnızca üretim ve lojistik süreçlerine değil, aynı zamanda pazara erişim ve müşteri deneyimine de odaklanıyoruz. Avrupa Birliği başta olmak üzere farklı pazarlardaki teşvik mekanizmalarını yakından takip ediyor, elektrikli araçların rekabetçiliğini ve erişilebilirliğini artıracak çözümler üzerinde çalışıyoruz. Bu kapsamda tedarik zinciri, lojistik, satış ve sürdürülebilirlik ekiplerimiz birlikte hareket ederek elektrikli mobilité dönüşümünü bütünsel bir bakış açısıyla yönetiyoruz.

lebilirlik ekiplerimiz birlikte hareket ederek elektrikli mobilité dönüşümünü bütünsel bir bakış açısıyla yönetiyoruz.

Sonuç olarak elektrifikasyon, Ford Otosan için yalnızca yeni araçlar üretmek anlamına gelmiyor; tedarikçi ağından lojistik altyapısına, enerji kullanımından taşıma modlarına kadar tüm değer zincirinin yeniden tasarlanmasını gerektiren stratejik bir dönüşümü ifade ediyor. Bu dönüşümü de verimlilik, sürdürülebilirlik ve dijitalleşme ekseninde yönetiyoruz.

CRAIOVA-KOCAELİ KORİDORUYLA VERİMLİLİĞİ ARTIRDI

Ford Otosan son yıllarda üretim tesisleri, dijitalleşme ve elektrikli araç ekosistemi kapsamında önemli yatırımlar gerçekleştirdi. Lojistik altyapısına yönelik yatırımlarınızda hangi alanlar öncelik taşıyor? Önümüzdeki dönemde yeni yatırım planlarınız bulunuyor mu?

Lojistik yatırımlarımızı üç temel ekseninde şekillendiriyoruz: dijitalleşme ve görünürlük, taşımacılık altyapıları ile karbon azaltım projeleri.

Son dönemde bu kapsamda hayata geçirdiğimiz en önemli yatırımlardan biri Craiova fabrikamızda kurduğumuz intermodal terminal ve buna bağlı olarak geliştirdiğimiz Craiova-Kocaeli demiryolu koridoru oldu. Bu yatırımla birlikte üretim, terminal ve demiryolu operasyonlarını tek bir entegre lojistik modeli altında birleştirerek operasyonel verimliliğimizi önemli ölçüde artırdık. Craiova'dan çıkan araç ve malzemelerin ara elleçleme, bekleme ve transfer süreçlerini azaltırken enerji tüketimini ve lojistik kaynaklı emisyonları da düşüren daha yalın bir yapı oluşturduk. Bu yaklaşım aynı zamanda tedarik zincirimizin dayanıklılığını artırırken modlar arası geçişleri daha etkin yönetmemizi sağlıyor.

Bitmiş araç ihracat sevkiyatlarımızı sürdürülebilir şekilde desteklemek ve yeni nesil, daha yüksek kapasiteli gemilerin operasyonlarını güvenli ve verimli bir şekilde gerçekleştirebilmek amacıyla mevcut iskelemizde kapsamlı bir yenileme ve genişleme projesi



hayata geçireceğiz. Bu yatırım sayesinde yalnızca mevcut operasyonel kapasitemizi artırmakla kalmayacak, gelecekteki büyüme ve dönüşüm projelerimiz için de güçlü bir altyapı oluşturacağız.

Önümüzdeki dönemde ise demiryolu ve intermodal taşımacılığın toplam lojistik hacmimiz içindeki payını artırmaya, veri odaklı karar alma mekanizmalarını güçlendirmeye ve düşük karbonlu lojistik çözümlerine yatırım yapmaya devam edeceğiz. Amacımız yalnızca maliyet ve verimlilik avantajı yaratmak değil; aynı zamanda 2035 karbon nötr lojistik operasyonları ve 2050 Net Sıfır hedeflerimize ulaşacak sürdürülebilir bir lojistik altyapısı oluşturmak.

Dijitalleşme, yapay zekâ ve otomasyondan nasıl yararlanıyorsunuz?

Ford Otosan'da lojistik süreçlerin önemli bir bölümü dijital platformlar üzerinden yönetiliyor. Tedarikçilerimizle entegre çalışan sistemler sayesinde üretim planları, sevkiyatlar ve stok akışları gerçek zamanlı olarak izlenebiliyor. Yapay zekâ ve ileri analitik uygulamaları talep tahmini, risk yönetimi, kapasite planlama, rota optimizasyonu ve operasyonel karar destek alanlarında giderek daha fazla kullanılmaya başlanıyor.

Bununla birlikte dijital dönüşüm ve yapay zekâ uygulamaları artık yalnızca operasyonel verimlilik sağlayan araçlar olmaktan çıkıp, şirketimizin stratejik dönüşüm alanlarından biri haline geldi. Üst yönetimimiz tarafından güçlü şekilde desteklenen MEGA AI programı kapsamında her yıl yüksek etki potansiyeline sahip projeler belirleniyor ve bu projelerin hayata geçirilmesi için farklı fonksiyonlardan uzmanların yer aldığı özel ekipler oluşturuluyor. Bu yaklaşım sayesinde yapay zekâ, yalnızca belirli süreçlerde değil, şirket genelinde karar mekanizmalarının ayrılmaz bir parçası haline geliyor.

Lojistik organizasyonu olarak bu dönüşümün önemli örneklerinden biri olan Smart Vessel Planner (Akıllı Gemi Planlayıcısı) projesinde aktif rol alıyoruz. Yapay zekâ destekli bu sistem, araçların üretimden sevkıyata kadar olan yolculuğundaki çok sayıda değişkeni analiz ederek hangi araçların hangi tarihlerde sevkâ hazır olacağını öngörüyor ve optimum gemi planlaması yapılmasına katkı sağlıyor. Böylece stok yaşlandırma sürelerinin azaltılması, gemi kapasitesinin daha verimli kullanılması ve müşteri teslimat performansının iyileştirilmesi hedefleniyor. Bu proje aynı zamanda yapay zekânın operasyonel karar destek sistemlerine nasıl entegre edilebildiğinin güçlü bir örneğini oluşturuyor.

Departmanlar seviyesinde ise ekipler kendi uzmanlık alanlarını veri analitiği ve Agentic AI çözümleriyle destekliyor. Günlük operasyon verilerini işleyen dashboardlar, Power BI tabanlı KPI takip sistemleri, otomatik uyarı mekanizmaları ve yapay zekâ destekli karar

öneri sistemleri sayesinde ekipler daha hızlı ve veriye dayalı kararlar alabiliyor. Özellikle operasyonel sapmaların erken tespit edilmesi, risklerin proaktif şekilde yönetilmesi ve çalışanların rutin iş yükünün azaltılması amacıyla yapay zekâ destekli çözümler yaygınlaştırılıyor.

Ford Otosan'da yapay zekâ yalnızca teknoloji ekiplerinin gündeminde olan bir konu olarak görülüyor; tüm çalışanların katkı sağlayabildiği bir dönüşüm alanı olarak değerlendiriliyor. Bu kapsamda şirketimiz ve bağlı bulunduğumuz grup bünyesinde düzenlenen hackathonlar, inovasyon programları ve fikir yarışmaları ile çalışanların yeni yapay zekâ uygulamaları geliştirmeleri teşvik ediliyor. Böylece yapay zekâ kültürünün şirket geneline yayılması, yeni kullanım alanlarının keşfedilmesi ve çalışanların bu dönüşümün aktif bir parçası olması hedefleniyor.

Bugün geldiğimiz noktada yapay zekâ; tahminleme, optimizasyon ve karar destek sistemlerinden başlayarak operasyonlarımızın birçok alanında somut değer yaratırken, gelecekte daha otonom ve kendi kendine öğrenen süreçlerin geliştirilmesi için de önemli bir temel oluşturuyor.

EMİSYON AZALTIMINDA ORTAK YOL HARİTASI

Karbon emisyonlarının azaltılmasına yönelik stratejileriniz nelerdir?

2035 yılında lojistik operasyonlarımızı karbon nötr hale getirme ve 2050 Net Sıfır hedeflerimiz doğrultusunda demiryolu kullanımını artırıyor, intermodal çözümleri yaygınlaştırıyor, boş kilometreleri azaltıyor ve lojistik iş ortaklarımızla ortak emisyon azaltım programları yürütüyoruz. Ancak dönüşümün yalnızca operasyonel değişimle değil, tüm ekosistemin ortak gelişimiyle mümkün olduğuna inanıyoruz.

Bu kapsamda lojistik operasyon hacmimizin yaklaşık %80'ini temsil eden iş ortaklarımızı sürdürülebilirlik dönüşüm programımıza dahil ettik. Sürdürülebilirlik değerlendirmelerinde küresel otomotiv sektöründe yaygın olarak kullanılan Sustainability Assessment Questionnaire (SAQ) metodolojisinden yararlanıyor; sürdürülebilirlik skor kartları, üst yönetim katılımlı komiteler, çalıştaylar ve webinarlar aracılığıyla gelişim alanlarını birlikte belirliyoruz. 2025 yılında çevresel, sosyal ve yönetim başlıklarında toplam 7.405 kişi'saat eğitim gerçekleştirilerek emisyon yönetimi, raporlama, regülasyon uyumu ve sürdürülebilirlik yönetimi konularında ortak bir dönüşüm zemini oluşturduk. Bunun yanında Türkiye-Romanya hattında hayata geçirdiğimiz demiryolu ile malzeme ve araç taşıma projeleri ile sırasıyla %48 ve %30 emisyon azaltımı sağladık. Amacımız karbon azaltımını proje bazlı bir çalışmadan çıkartıp tüm lojistik



ağımıza yayılan kalıcı bir iş yapış modeline dönüştürmek. Bunu destekleyecek şekilde öncelikli olarak kendi üreteceğimiz elektrikli ve hidrojen yakıtlı çekiciler olmak üzere diğer taşıma modlarında düşük emisyonlu araçların kullanılması yol haritamızın bir parçası.

STRATEJİK İŞ ORTAKLIĞI ANLAYIŞIYLA GÜÇLENEN LOJİSTİK EKOSİSTEMİ

Ford Otosan'ın lojistik hizmet sağlayıcılarını değerlendirirken yalnızca maliyet odaklı bir yaklaşım benimsemediklerini belirten Ford Otosan Malzeme Planlama ve Lojistik Lideri Onur Sankaya, iş ortaklığı seçiminde toplam değer anlayışını esas aldıklarını söyledi. Operasyonel mükemmeliyet, hizmet kalitesi, sürdürülebilirlik performansı, dijital yetkinlik, inovasyon kabiliyeti, risk yönetimi ve kurum kültürüne uyumun en önemli değerlendirme kriterleri arasında yer aldığını ifade eden Sankaya, uzun vadeli yatırım yapabilen, çözüm odaklı, proaktif ve değişen koşullara hızla uyum sağlayabilen iş ortaklarıyla çalışmayı tercih ettiklerini kaydetti. Lojistik operasyonlarını yalnızca bir hizmet alımı olarak görmediklerinin altını çizen Sankaya, bu alanı ortak hedefler doğrultusunda ilerledikleri stratejik iş birlikleri olarak değerlendirdiklerini dile getirdi. Bu yaklaşım sayesinde sürdürülebilirlik, dijitalleşme ve büyüme odaklı dönüşüm projelerini lojistik iş ortaklarıyla birlikte hayata geçirdiklerini belirten Sankaya, güçlü bir tedarik zinciri oluşturmanın ancak ortak gelişim anlayışıyla mümkün olduğunu vurguladı. Tedarik zincirinin dayanıklılığını artırmak amacıyla farklı coğrafyalarda ve operasyon alanlarında uzmanlaşmış, alternatif çözümler üretebilen ve güçlü hizmet ağına sahip lojistik firmalarıyla çalıştıklarını aktaran Sankaya, bölgesel ve fonksiyonel uzmanlığın yanı sıra alternatif kapasite yaratabilme yetkinliğini de önemli bir rekabet avantajı olarak değerlendirdiklerini ifade etti. Bu sayede hem operasyonel riskleri azalttıklarını hem de ihtiyaçlara en uygun uzmanlığı doğru noktada konumlandırarak sürdürülebilir, esnek ve rekabetçi bir lojistik ekosistemi oluşturduklarını sözlerine ekledi.

10. YILIN LOJİSTİKTE BAŞARI ÖDÜLLERİ

Lojistik dünyasının
ödüllendirildiği
10. Yılın Lojistikte
Başarı Ödülleri,
3 Eylül 2026 tarihinde
11. Ekonomi ve Lojistik
Zirvesi kapsamında
gerçekleştirilecek.

ÖDÜL TAKVİMİ

Başvurular

15 Temmuz - 15 Ağustos 2026

Ödül Töreni

3 Eylül 2026

Lojistik dünyasında gerçekleştirilen çalışmaların, sektör liderlerinin, sektöre hizmet sunan ve gelişmesine katkı sağlayan proje, kişi ve kurumların ödüllendirildiği Yılın Lojistikte Başarı Ödülleri'ne başvurular 15 Temmuz 2026 tarihinde başlıyor. Lojistikte Başarı Ödülleri 3 Eylül 2026'da 11. Ekonomi ve Lojistik Zirvesi Gala Gecesi'nde gerçekleştirilecek 10. Yılın Lojistikte Başarı Ödülleri Töreninde sahiplerini bulacak.

Bilgi ve

Katılım Hakkında:

cemk@esmyayincilik.com.tr

ÖDÜL KATEGORİLERİ

- ✓ Yılın Lojistik Girişimcisi Ödülü
- ✓ Yılın Yaşam Boyu Lojistik Ödülü
- ✓ Yılın Lojistik Şirketi Ödülü
- ✓ Yılın En İyi Çıkış Yapan Lojistik Şirketi Ödülü
- ✓ Yılın Dijital Lojistik Ödülü
- ✓ Yılın Lojistik Profesyoneli Ödülü
- ✓ Yılın Bürokrati Ödülü
- ✓ Yılın Sınırları Aşan Lojistik Ödülü
- ✓ Yılın Lojistik Projesi Ödülü
- ✓ Yılın Sürdürülebilir Lojistik ödülü
- ✓ Yılın Lojistikte İnovasyon Ödülü
- ✓ Yılın Lojistik Çözümleri Şirketi Ödülü
- ✓ Yılın Lojistik Teknolojileri Ödülü
- ✓ Yılın Lojistikte Sosyal Sorumluluk Ödülü



Otomotiv Sanayii Derneği'nin (OSD) 2026 yılı ilk 6 ay verilerine göre toplam üretim yüzde 6, ihracat ise yüzde 12 geriledi. Ticari araç üretimi yüzde 10 artış gösterirken, toplam üretim 663 bin 397 adede ulaştı. Toplam otomotiv ihracatı ise 462 bin 552 adet olarak gerçekleşti.



OTOMOTİV SANAYİSİ

ilk yarıyı 663 bin adet üretimle tamamladı

Türkiye otomotiv sanayisine yön veren 13 üyesiyle sektörün çatı kuruluşu konumunda olan Otomotiv Sanayii Derneği (OSD), 2026 yılının ocak-haziran dönemine ait üretim ve ihracat adetleri ile pazar verilerini açıkladı. Buna göre, yılın ilk 6 aylık döneminde toplam otomotiv üretimi bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 6 azalarak 663 bin 397 adede ulaştı. Otomobil üretimi ise yüzde 16 gerileyerek 368 bin 480 adet olarak gerçekleşti. Traktör üretimiyle birlikte toplam üretim ise 673 bin 611 adedi buldu. Yılın ilk altı aylık döneminde ticari araç grubunda üretim bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 10, ağır ticari araç grubunda yüzde 9, hafif ticari araç grubunda ise yüzde 10 arttı. Bu dönemde, otomotiv sanayisinin kapasite kullanım oranı yüzde 62 olarak gerçekleşti. Araç grubu bazında kapasite kullanım oranları ise hafif araçlarda (otomobil + hafif ticari araç) yüzde 63, kamyon grubunda yüzde 60, otobüs-midibüs

grubunda yüzde 69 ve traktörde yüzde 27 seviyesinde gerçekleşti.

İLK 6 AYDA İHRACAT 20 MİLYAR DOLARI AŞTI!

Yılın ilk 6 aylık döneminde otomotiv ihracatı adet bazında geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre yüzde 12 geriledi ve 462 bin 552 adet olarak gerçekleşti. Bu dönemde otomobil ihracatı bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 27 gerilerken, ticari araç ihracatı yüzde 8 oranında arttı. Traktör ihracatı ise 2025 yılının aynı dönemine göre yüzde 26 artarak 6 bin 653 adet olarak gerçekleşti. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) verilerine göre toplam otomotiv sanayi ihracatı, 2026'nın ilk 6 aylık döneminde yüzde 17,5 ile sektörel ihracat sıralamasında ilk sıradaki yerini korudu. Türkiye İhracatçılar Meclisi verilerine göre 2026 yılı ocak-haziran döneminde toplam otomotiv ihracatı, 2025 yılına göre yüzde 4 oranında artarak 20,8 milyar dolar oldu. Uludağ Otomotiv Endüstrisi İh-

racatçıları Birliği (OİB) verilerine göre ilk 6 aylık dönemde otomobil ihracatı 2025 yılının aynı dönemine göre yüzde 7 azalarak 5,4 milyar dolar oldu. OİB verilerine göre, dolar bazında ana sanayi ihracatı yüzde 2, tedarik sanayi ihracatı da yüzde 5 oranında arttı.

2026'nın ilk 6 ayında toplam pazar, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 8 azalarak 577 bin 583 adet düzeyinde gerçekleşti. Bu dönemde, otomobil pazarı da yüzde 10 oranında gerileme yaşandı ve 440 bin 234 adet oldu. Ticari araç pazarına bakıldığında ise yılın ilk 6 ayında, bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla toplam ticari araç pazarında yüzde 3, ağır ticari araç pazarında yüzde 8, hafif ticari araç pazarında ise yüzde 2 gerileme görüldü. 2026 yılı ocak-haziran döneminde geçen yılın aynı dönemine göre otomobil satışlarındaki yerli araç payı yüzde 35, hafif ticari araç pazarında yerli araç payı ise yüzde 23 olarak gerçekleşti.

ÖZET DEĞERLENDİRME – 2026/2025

		Haziran			Ocak-Haziran		
		2025	2026	(%)	2025	2026	(%)
Üretim	Toplam	107.927	124.679	15,5	706.535	663.397	-6,1
	Otomobil	63.918	67.113	5,0	439.101	368.480	-16,1
Pazar	Toplam	122.435	109.135	-10,9	628.984	577.583	-8,2
	Otomobil	93.676	83.978	-10,4	488.003	440.234	-9,8
İhracat	Toplam	89.916	88.673	-1,4	527.408	462.552	-12,3
	Otomobil	49.468	39.234	-20,7	302.667	220.083	-27,3
İhracat (\$)	Toplam	3.337.968.997	3.745.399.740	12,2	19.684.078.432	20.362.141.211	3,4
	Otomobil	1.011.444.779	980.186.702	-3,1	5.790.715.503	5.365.475.388	-7,3



otomotivde hava kargo operasyonlarıyla FARK YARATIYOR

Otomotiv sektöründe en küçük gecikme bile üretim hattını durdurup askıda araç riskini beraberinde getirebiliyor. Lima Logistics, yıllık yaklaşık 2 milyon kilogramlık hava kargo operasyonu, 7/24 hizmet anlayışı ve otomotive özel çözümleriyle kritik parçaların zamanında teslimini sağlayarak üretim sürekliliğini destekliyor.

Dünya otomotiv endüstrisi büyük bir dönüşümden geçiyor. Elektrikli araç yatırımları hız kazanırken, küresel ticaret rotaları yeniden şekilleniyor, üreticiler ise tedarik zincirlerini farklı coğrafyalarda konumlandırıyor. Bu süreçte rekabet yalnızca daha fazla araç üretmekten değil, binlerce parçayı doğru zamanda ve doğru sırayla üretim hattına ulaştırabilmekten geçiyor. Lojistik de artık üretimin ayrılmaz bir parçası haline geliyor. Tam da bu noktada Lima Logistics, otomotiv sektörüne özel geliştirdiği entegre lojistik çözümleri, operasyonel uzmanlığı ve dijital altyapısıyla üretim süreçlerinin kesintisiz devam etmesine katkı sağlayarak sektörün güvenilir çözüm ortakları arasında yer alıyor.

Lima Logistics Otomotiv Departmanı Hava yolu Operasyon Şefi Mehmet Çan ile otomotiv sektöründe lojistiğin operasyonel önemini konuştuk.

Otomotiv sektörünün lojistik açısından dünyanın en hassas alanlarından biri olduğunu belirten Mehmet Çan, “Dünyada her yıl yaklaşık 95 milyon araç üretiliyor. Bir otomobil ise ortalama 30 bin farklı parçanın bir araya gelmesiyle üretim bandından çıkıyor. Bu nedenle en küçük gecikme bile milyonlarca dolarlık üretim kayıplarına yol açabiliyor. Bizler yalnızca taşıma yapan bir şirket değil, üretimin sürdürülebilirliğine katkı sağlayan en kritik halkalardan biriyiz. Gerçekleştirdiğimiz her operasyonun neredeyse sıfır hata anlayışıyla yönetilmesi gerekiyor” dedi.

Çan, son yıllarda müşteri beklentilerinin de önemli ölçüde değiştiğine dikkat çekerek şunları aktardı: “Eskiden maliyet daha çok ön plandaydı. Bugün ise hız, görünürlük, doğru bilgi akışı ve operasyonel güvenilirlik çok daha önemli. Firmalar artık sadece yükünü taşıyan değil; riskleri önceden



Mehmet Çan

öngören, her an ulaşılabilir, alternatif çözümler geliştiren ve üretim süreçlerini güvence altına alan bir lojistik iş ortağıyla çalışmak istiyor.”

‘HER DAKİKA KRİTİK: ASKIDA ARAÇ KALMAMALI’

Otomotiv sektöründe kullanılan Just in Time (JIT) ve Just in Sequence (JIS) üretim modelleri, stok maliyetlerini azaltırken lojistik operasyonlarını da dakikalarla yarışılan kritik bir süreçte dönüştürüyor. Üretim hattına yanlış sırada ulaşan ya da birkaç saat geciken tek bir parça bile fabrikanın durmasına neden olabiliyor. Bu nedenle Lima Logistics, otomotiv operasyonlarını güçlü planlama altyapısı, deneyimli ekipleri ve 7/24 kesintisiz hizmet veren nöbet sistemiyle yönetiyor.

Çan, operasyon anlayışlarını şu sözlerle özetledi: “Bizim için başarı, yalnızca yükü bir noktadan diğerine ulaştırmak değil; müşterilerimizin üretim hatlarının kesintisiz çalışmasını ve en önemlisi askıda araç kalmamasını sağlamak. Bu nedenle her operasyonda günün her saati ulaşılabilir bir ekiple

hizmet veriyoruz. Uzman ekibimiz, dünyanın birçok noktasındaki uçuş ağlarına, uçak tiplerine- uçak gövde özelliklerine ve havayolu taşımacılığı operasyonlarının dinamiklerine hâkimiyeti sayesinde ürünün niteliğine ve teslimat süresine göre en uygun alternatif rotalarını planlayabiliyor. Böylece beklenmeyen durumlarda dahi üretim süreçlerinin kesintisiz devam etmesine katkı sağlıyoruz.”

2 MİLYON KİLOGRAMLIK HAVA KARGO OPERASYONU

Lima Logistics, 2025 yılı boyunca otomotiv sektörüne yönelik hava yolu operasyonlarında yaklaşık 2 milyon kilogram yük taşıdı.

Bu operasyon hacmini değerlendiren Çan, “2025 yılı boyunca otomotiv hava yolu taşımacılığı operasyonlarımızda yaklaşık 2 milyon kilogramlık sevkiyat gerçekleştirdik. Bu hacim, yönettiğimiz operasyonların ölçeğini göstermesi açısından önemli. Ancak bizim için asıl başarı, bu sevkiyatların müşterilerimizin üretim planlarına uygun şekilde, zamanında ve sorunsuz tamamlanması. Otomotiv lojistiğinde güvenilirlik, kapasite kadar kritik bir unsur” dedi.

‘ELEKTRİKLİ ARAÇLAR LOJİSTİKTE DE YENİ UZMANLIKLAR GEREKTİRİYOR’

Elektrikli araç üretimindeki hızlı artış, lojistik operasyonlarında da yeni uzmanlık alanlarını beraberinde getiriyor. Çan, bu dönüşümü şu sözlerle değerlendirdi: “Özellikle lityum bataryalar ve yüksek katma değerli elektronik komponentler, standart taşımalara göre çok daha yüksek güvenlik standartları ve özel operasyon süreçleri gerektiriyor. Biz de bu dönüşümü yakından takip ediyor, tehlikeli madde taşımacılığı alanındaki yetkinliklerimizi sürekli geliştiriyoruz. Elektrikli araç ekosisteminin büyümesiyle birlikte bu alanda uzmanlaşmak sektör için kaçınılmaz olacak.”

TEMSA, tedarik zincirinde

dijital ve dirençli dönüşüme odaklandı

TEMSA Satınalma ve Tedarik Zinciri Direktörü Akın Ergür, küresel tedarik zincirlerinde yaşanan değişimin şirketleri daha çevik, dijital ve sürdürülebilir modeller geliştirmeye yönlendirdiğini belirtti. Yapaı zekâdan veri analitiğine, intermodal taşımacılıktan risk yönetimine kadar birçok alanda yatırımlarını sürdürdüklerini ifade eden Ergür, tedarik zincirini şirketin küresel rekabet gücünü artıran stratejik bir yapı olarak gördüklerini söyledi.

İklara karşı alternatif kaynakların hazır olması büyük önem taşıyor. İkincisi ise doğru talep ve kapasite planlaması. Üretim, satış ve tedarik ekiplerinin aynı veri seti üzerinden hareket etmesi verimliliği artırıyor.

Üçüncü unsur dijitalleşme ve veri odaklı karar alma süreçleri. Gerçek zamanlı performans göstergeleri sayesinde riskleri önceden öngörebiliyor ve hızlı aksiyon alabiliyoruz. Son olarak ise tedarikçilerimizi yalnızca hizmet sağlayıcı değil, uzun vadeli iş ortağı olarak görüyor, birlikte gelişim anlayışıyla hareket ediyoruz.

Günümüz rekabet ortamında başarılı bir tedarik zinciri yönetimi; maliyet, kalite ve teslimat performansını dengeleyen aynı zamanda çevik, görünür ve dayanıklı bir yapı oluşturmayı gerektiriyor. Biz de küresel operasyonlarımızı destekleyecek bu yapıyı sürekli geliştirmeye odaklanıyoruz.

‘ÖNCELİKLERİMİZ KALİTELİ HİZMET VE ZAMANINDA TESLİMAT’

TEMSA olarak tedarik ve lojistik süreçlerini yönetirken hangi performans göstergelerini önceliklendiriyorsunuz? Yıllık operasyon hacimlerinin hakkında bilgi verebilir misiniz?

Otomotiv sektöründe tedarik zinciri başarısını yalnızca üretim adediyle değil; kalite, müşteri teslimat performansı, maliyet yönetimi ve operasyonel sürdürülebilirlik ekseninde değerlendiriyoruz. Bu nedenle önceliğimiz kalite göstergeleri. Tedarikçi PPM performan-

sı, gelen kalite hata oranları ve saha geri bildirimleri en kritik göstergeler arasında yer alıyor. Çünkü tedarik zincirinde yaşanan en küçük kalite sorunu bile müşteri memnuniyetini, marka algısını ve operasyonel verimliliği doğrudan etkileyebiliyor.

Kalitenin ardından tedarikçilerin zamanında teslimat performansı geliyor. Üretim hattının kesintisiz çalışabilmesi için doğru ürünün, doğru zamanda ve istenen kalite seviyesinde teslim edilmesi büyük önem taşıyor. Bunun yanında üretim sürekliliği, kritik parça erişilebilirliği, stok verimliliği, lojistik maliyetleri ve müşteri teslimat performansını da bütüncül bir yaklaşımla takip ediyoruz.

Yıllık operasyon hacmimiz ise binlerce farklı parçanın yönetildiği, yüzlerce tedarikçiyle çalışılan ve Japonya’dan Amerika’ya, Finlandiya’dan İtalya’ya uzanan geniş bir coğrafyayı kapsayan kompleks bir ekosistemden oluşuyor. Bu yapının etkin şekilde yönetilmesi için süreçlerimizi dijital sistemlerle destekliyor ve operasyonlarımızda görünürlüğü artırıyoruz.

Elektrikli araçlara yönelik dönüşüm, otomotiv tedarik zincirlerinde önemli değişimleri beraberinde getiriyor. Elektrikli otobüs ve batarya teknolojilerine yönelik yatırımlar, TEMSA’nın tedarik ve lojistik süreçlerini nasıl dönüştürüyor?

TEMSA, Türkiye’nin ilk elektrikli otobüsünü yaklaşık on yıl önce üreterek elektrifikasyon alanında öncü şirketlerden biri oldu. Bugün ise yalnızca elekt-



Akın Ergür

TEMSA bugün 70’e yakın ülkeye ihracat gerçekleştiren ve farklı pazarlara yönelik üretim yapan küresel bir oyuncu konumunda. Bu ölçekte bir organizasyonda tedarik ve lojistik zinciri yapılanmanızı nasıl tanımlarsınız? Operasyonların kesintisiz şekilde yönetilmesinde hangi unsurlar kritik önem taşıyor?

TEMSA gibi bugün yaklaşık 70 ülkeye ihracat yapan ve farklı müşteri beklentilerine göre üretim gerçekleştiren bir organizasyonda tedarik ve lojistik zincirini yalnızca malzeme temin eden bir operasyon değil, rekabet avantajı sağlayan stratejik bir yapı olarak görüyoruz. Tedarik zinciri yapılanmamız; stratejik ve operasyonel satınalma, planlama, lojistik, stok yönetimi, tedarikçi geliştirme ve risk yönetimi fonksiyonlarının entegre çalıştığı uçtan uca bir model üzerine kurulu. Böylece müşteri taleplerini, üretim ihtiyaçlarını ve küresel tedarik ağıımızı tek bir ekosistem içinde yönetebiliyoruz.

Operasyonların kesintisiz devam edebilmesi için dört unsur öne çıkıyor. İlki, tedarikçi sürdürülebilirliği ve risk yönetimi. Jeopolitik gelişmeler, ham madde dalgalanmaları ve lojistik aksak-



rikli araç üreten değil; batarya paketi, Batarya Yönetim Sistemi (BMS), güç elektroniği ve enerji yönetimi çözümleri geliştiren entegre bir mobilite şirketi olarak faaliyet gösteriyoruz. Avrupa ve Kuzey Amerika başta olmak üzere birçok pazara elektrikli araçlarımızla hizmet verirken, enerji depolama sistemleri, şarj teknolojileri ve farklı elektrifikasyon çözümleri üzerinde de çalışıyoruz.

Elektrifikasyon, ürün tarafının yanı sıra tedarik zincirinde de önemli bir dönüşümü beraberinde getiriyor. Gelecekte araçlardan farklı olarak batarya

sistemleri, güç elektroniği, yazılım ve yüksek voltajlı bileşenler çok daha kritik hale gelirken, tedarik stratejilerimizi de buna göre şekillendiriyoruz. Bu kapsamda batarya sistemleri, enerji yönetimi çözümleri, elektronik kontrol üniteleri ve yazılım odaklı teknoloji sağlayıcılarını tedarik ekosistemimize dahil ediyoruz. Satınalma süreçlerinde yalnızca maliyet değil; teknoloji yetkinliği, inovasyon kapasitesi ve uzun vadeli iş birliği potansiyelini de değerlendiriyoruz.

Lojistik tarafında ise bataryaların özel taşıma ve depolama koşulları,

görünürlük ve izlenebilirlik ihtiyacını artırıyor. Aynı zamanda karbon ayak izi, sürdürülebilir kaynak kullanımı ve tedarikçilerin ESG uyumluluğu da satınalma kararlarımızda daha belirleyici hale geliyor. Özetle elektrifikasyon, TEMSA'nın tedarik zincirini daha teknoloji odaklı, daha sürdürülebilir ve daha dirençli bir yapıya dönüştürüyor. Biz de bu dönüşümü geleceğin mobilite ekosisteminde rekabet avantajı sağlayacak stratejik bir fırsat olarak görüyoruz.

RİSKLERİ YÖNETEN TEDARİK ZİNCİRİ STRATEJİSİ

Son yıllarda küresel tedarik zincirlerinde yaşanan kırılmalar, üreticilerin daha dayanıklı ve esnek yapılar oluşturmasını zorunlu kıldı. TEMSA, risk yönetimi, tedarikçi çeşitliliği ve kapasite planlaması alanlarında nasıl bir strateji izliyor?

Pandemi, jeopolitik gelişmeler, yarı iletken krizi ve küresel lojistikte yaşanan aksaklıklar, tedarik zincirlerinde dayanıklılık ve çevikliğin önemini artırdı. Bu nedenle stratejimizi, riskleri öngörebilen, alternatifleri hazır olan ve değişen koşullara hızla uyum sağlayabilen bir tedarik zinciri üzerine kuruyoruz. Risk yönetimi kapsamında kritik malzeme ve tedarikçilerimizi finansal yapı, operasyonel kapasite, kalite performansı, coğrafi riskler ve sürdürülebilirlik kriterleri açısından düzenli olarak izliyoruz. Amacımız riskler ortaya çıktıktan sonra değil, oluşmadan önce

LOJİSTİKTE STRATEJİK İŞ ORTAKLIKLARLA YÜRÜYOR

TEMSA Satınalma ve Tedarik Zinciri Direktörü Akın Ergür, küresel ölçekte faaliyet gösteren bir üretici olarak lojistik ve tedarik zinciri iş ortaklarını yalnızca hizmet sağlayıcı olarak değil, uzun vadeli stratejik paydaşlar olarak değerlendirdiklerini söyledi. Ergür, değişen küresel ticaret koşullarında lojistik sektöründen beklentilerin de önemli ölçüde farklılaştığını ifade etti.

İş ortağı seçiminde hizmet kalitesi, teslimat performansı ve operasyonel güvenilirliğin öncelikli kriterler arasında yer aldığını belirten Ergür, doğru ürünün doğru zamanda ve doğru maliyetle müşteriye ulaştırılmasının temel beklentileri olduğunu kaydetti. Bunun yanı sıra finansal sürdürülebilirlik, kapasite yeterliliği, uluslararası operasyon deneyimi ve risk yönetimi kabiliyetinin de değerlendirme süreçlerinde belirleyici olduğunu söyledi.

Küresel tedarik zincirlerinde yaşanan belirsizliklerin iş ortaklarının çevikliğini daha da önemli hale getirdiğine dikkat çeken Ergür, "Beklenmedik gelişmeler karşısında alternatif senaryolar sunabilen ve hızlı aksiyon alabilen iş ortakları, bizim için önemli bir rekabet avantajı oluşturuyor" dedi. Sürdürülebilirliğin de lojistik sektöründe temel değerlendirme kriterlerinden biri haline geldiğini belirten Ergür, karbon emisyonlarının azaltılması, çevresel performansın ölçülmesi,

şeffaf raporlama ve ESG uygulamalarının iş ortaklarını değerlendirirken dikkate aldıkları başlıca unsurlar arasında yer aldığını ifade etti. Bu kriterlerin önümüzdeki dönemde çok daha belirleyici olacağını dile getirdi.

Geleceğin lojistik hizmet sağlayıcılarında en önemli yetkinliklerden birinin dijitalleşme olacağını vurgulayan Ergür, gerçek zamanlı takip sistemleri, veri analitiği, yapay zekâ destekli planlama çözümleri ve uçtan uca tedarik zinciri görünürlüğü sağlayan teknolojilerin sektöre yön vereceğini söyledi. "Kararlarını veriyle destekleyen ve müşterilerine uçtan uca görünürlük sunabilen firmalar önemli bir avantaj elde edecek" ifadelerini kullandı. Ergür, intermodal taşımacılık yetkinliği, güçlü uluslararası ağ, sürdürülebilir lojistik çözümleri ve operasyonel esnekliğin de geleceğin başarılı lojistik şirketlerini tanımlayan temel özellikler arasında yer alacağını belirterek, "Müşteriler artık yalnızca taşıma hizmeti değil; riskleri yöneten, operasyonlarını optimize eden ve sürdürülebilirlik hedeflerine katkı sağlayan çözüm ortakları arıyor. Biz de iş ortaklarımızı seçerken yalnızca bugünün değil, geleceğin tedarik zinciri ihtiyaçlarını da dikkate alıyoruz" değerlendirmesinde bulundu.

gerekli önlemleri almak. Stratejimizin ikinci ayağını ise tedarikçi çeşitliliği oluşturuyor. Kritik komponentlerde mümkün olduğunca tek kaynağa bağımlılığı azaltıyor, farklı coğrafyalarda alternatif tedarikçiler geliştirerek tedarik sürekliliğini güvence altına alıyor. Kapasite planlamasında satış, üretim, satınalma ve lojistik ekipleri entegre çalışıyor. Talep projeksiyonlarını tedarikçi kapasiteleriyle eşleştirerek olası darboğazları önceden belirliyor ve gerekli aksiyonları alıyor. Dijital sistemlerle desteklenen veri analitiği ve tedarikçi performans takibi sayesinde karar alma süreçlerimizi hızlandırıyor, operasyonlarımızı daha etkin yönetiyoruz. Günümüz koşullarında güçlü tedarik zincirleri yalnızca maliyet avantajı sağlamıyor; müşterilere kesintisiz hizmet sunmanın da temel güvencesini oluşturuyor.

Sürdürülebilirlik hedefleri doğrultusunda lojistik operasyonlarınızda hangi taşıma modellerine öncelik veriyorsunuz? Demiryolu, intermodal taşımacılık ve düşük karbonlu lojistik çözümlerinin operasyonlarınızda payı ve gelecekteki hedefleri hakkında bilgi verebilir misiniz?

Lojistik operasyonlarımızı maliyet, hız ve çevresel etkileri birlikte değerlendiren yönetiyoruz. Bu kapsamda

mümkün olan rotalarda karayoluna alternatif çözümler geliştiriyor, özellikle uzun mesafelerde denizyolu ve intermodal taşımacılığı stratejik olarak önceliklendiriyoruz. Bu modeller karbon emisyonlarının azaltılmasının yanı sıra operasyonel verimliliğe de katkı sağlıyor.

Yük konsolidasyonu, dijital takip sistemleri ve yüksek doluluk oranlarıyla karbon ayak izimizi azaltmayı hedefliyoruz. Önümüzdeki dönemde ise düşük karbonlu lojistik çözümlerinin payını artırmayı ve uygun coğrafyalarda demiryolu kullanımını yaygınlaştırmayı amaçlıyoruz. Bizim için sürdürülebilir lojistik, çevresel sorumluluğun yanı sıra geleceğin rekabet gücünü belirleyen stratejik bir yatırım alanı.

‘DAHA DİRENÇLİ BİR OPERASYON MODELİ OLUŞTURUYORUZ’

TEMSA'nın büyüme stratejisi kapsamında önümüzdeki dönemde tedarik zinciri ve lojistik alanındaki öncelikli hedefleri neler olacak? Yeni pazarlar, üretim kapasitesi, sürdürülebilirlik ve operasyonel verimlilik açısından nasıl bir yol haritası öngörüyorsunuz?

TEMSA'nın büyüme stratejisini desteklemek adına önceliğimiz; küresel

büyümeyi destekleyen, sürdürülebilir, dijitalleşmiş ve daha dirençli bir operasyon modeli oluşturmak. Yeni pazarlara erişim hedeflerimiz doğrultusunda lojistik altyapımızı güçlendirirken kritik tedarikçilerimizle uzun vadeli iş birliklerini geliştirmeye ve alternatif kaynak yapılarımızı artırmaya devam edeceğiz.

Üretim kapasitesindeki artış ve elektrikli araç ekosisteminin büyümesiyle birlikte kapasite planlama, talep tahminleme ve tedarikçi entegrasyonunda veri odaklı yönetimi daha da geliştirmeyi hedefliyoruz. Sürdürülebilirlik önümüzdeki dönemin en önemli başlıklarından biri olmaya devam edecek. Lojistik operasyonlarımızda karbon emisyonunu azaltan taşıma modellerinin kullanımını artırırken tedarikçi seçim süreçlerimizde çevresel ve sosyal kriterleri daha güçlü şekilde entegre edeceğiz. Operasyonel verimlilikte ise yapay zekâ destekli analizler, gerçek zamanlı risk izleme sistemleri ve veri analitiği uygulamalarıyla karar alma süreçlerini hızlandırmayı ve operasyonel görünürlüğü artırmayı amaçlıyoruz. Hedefimiz, TEMSA'nın küresel büyümesini destekleyecek çevik, dayanıklı ve dünya standartlarında bir tedarik zinciri yapısını hayata geçirmek.

YAPAY ZEKÂ AJANLARI TEDARİK ZİNCİRİNİN GELECEĞİNİ ŞEKİLLENDİRECEK

TEMSA Satınalma ve Tedarik Zinciri Direktörü Akın Ergür, tedarik zinciri yönetiminde dijitalleşmenin yeni aşamasını yapay zekâ ve otonom ajan (AI Agent) teknolojilerinin oluşturacağını belirterek, bu sistemlerin yalnızca veri analizi yapmakla kalmayıp süreçleri yönetebilen dijital çalışma arkadaşlarına dönüşeceğini söyledi. Yapay zekânın tedarik zincirinde çok sayıda veriyi analiz ederek daha hızlı ve doğru karar alınmasına katkı sağladığını ifade eden Ergür, "Geçmişte kurumlar dijitalleşerek veriyi topladı, bugün ise yapay zekâ sayesinde bu veriyi anlamlandırabiliyor ve aksiyon alabiliyor. Önümüzdeki dönemde agent teknolojileri yalnızca analiz yapan değil, belirli süreçleri uçtan uca yönetebilen dijital çalışma arkadaşları haline gelecek" dedi.

TEMSA'nın bu alandaki çalışmalarına da değinen Ergür, şirket bünyesinde görev yapmaya başlayan "MITİ" isimli yapay zekâ ajanının küresel haber akışını ve tedarikçi verilerini sürekli analiz ettiğini belirterek, "MITİ, potansiyel riskleri önceden tespit ederek ilgili ekipleri proaktif şekilde bilgilendiriyor. Henüz gelişiminin başında olan bu dijital çalışma arkadaşımız öğrenmeye devam ediyor. Gelecekte alternatif senaryolar üretmek karar süreçlerimize daha fazla katkı sağlamasını bekliyoruz" diye konuştu.

Yapay zekânın lojistik operasyonlarında da önemli fırsatlar sunduğunu vurgulayan Ergür, rota optimizasyonu, taşıma planlaması, kapasite yönetimi ve karbon emisyonu analizlerinde

yapay zekâ destekli sistemlerin operasyonel verimliliği artırırken sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşılmasına da katkı sağladığını ifade etti.

TEMSA olarak teknolojiyi yalnızca operasyonları hızlandıran bir araç olarak görmediklerini belirten Ergür, "Yapay zekâyı karar alma süreçlerinin kalitesini artıran ve çalışanlarımızın stratejik konulara daha fazla odaklanmasını sağlayan bir dönüşüm unsuru olarak değerlendiriyoruz. Özellikle tedarik zincirinde risklerin erken tespiti, tedarikçi yönetimi, sözleşme süreçleri ve veri analitiği gibi alanlarda yapay zekâ uygulamalarının önümüzdeki yıllarda çok daha yaygın hale geleceğine inanıyoruz" dedi.

Geleceğin rekabetinde insan ile yapay zekânın birlikte çalışacağına dikkat çeken Ergür, "En başarılı şirketlerin, insan uzmanlığı ile yapay zekâyı birlikte kullanabilen şirketler olacağını düşünüyorum. Yapay zekâ çok hızlı analiz yapabilir ancak stratejik bakış açısı, tecrübe ve iş ilişkileri hâlâ insan faktörünün en güçlü olduğu alanlar. Hedefimiz, teknolojiyi insanın yerine koymak değil, çalışanlarımızın yetkinliklerini güçlendiren bir yardımcı olarak konumlandırmak" ifadelerini kullandı.

Ergür, yapay zekâ ve agent teknolojilerinin önümüzdeki dönemde daha görünür, daha öngörülebilir ve daha otonom çalışan tedarik zincirlerinin temelini oluşturacağını belirterek, bu dönüşümün TEMSA'nın küresel rekabet gücünü de destekleyeceğini sözlerine ekledi.



Guido Grimaldi



Bernard Arkas

Grimaldi, yeni otomobil taşıma gemisi Grande Istanbul'u tanıttı

Grimaldi Grubu, otomotiv lojistiğine yönelik geliştirdiği amonyak yakıtına uyumlu yeni nesil PCTC gemisi Grande Istanbul'u Kocaeli Autoport'ta tanıttı. 9 bin 241 araç taşıma kapasitesine sahip gemi, çevreci teknolojisiyle sürdürülebilir deniz taşımacılığına katkı sunarken, grubun Türkiye pazarına yönelik yatırım ve büyüme hedeflerini de ortaya koydu.

Grimaldi Grubu, Kocaeli'de bulunan otomotiv limanı Autoport'ta düzenlenen törenle ileri teknolojiye sahip yeni gemisi Grande Istanbul'u tanıttı. Törene İtalya Altyapı ve Ulaştırma Bakan Yardımcısı Edoardo Rixi, Kocaeli Vali Yardımcısı Ertuğ Şevket Aksoy, UND (Uluslararası Nakliyeciler Derneği) Başkanı Şerafettin Aras, Grimaldi Grubu'nun Türkiye temsilcisi Egekont'un bağlı bulunduğu Arkas Holding'in Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Bernard Arkas, Arkas Holding ve Egekont yetkilileri ile denizcilik kurumları, liman işletmeleri ve sektörün önde gelen kuruluşlarının temsilcileri katıldı. Etkinlikte ayrıca Grimaldi'nin Kısa Mesafe Deniz Taşımacılığı (Short Sea) ve EuroMed servislerinden yararlanan önemli iş ortakları da yer aldı.

Grimaldi Grubu Kısa Mesafe Deniz Taşımacılığı Ticari Direktörü Guido Grimaldi, yaptığı konuşmada Türkiye'nin şirketin küresel denizcilik ve lojistik ağındaki stratejik önemine vurgu yaptı.

Adını Türkiye'nin en büyük şehri ve ekonomik merkezi olan İstanbul'dan alan Grande Istanbul, Grimaldi Grubu'nun küresel otomotiv lojistiği hizmetlerinin verimliliğini ve sürdürülebilirliğini artırmak amacıyla sipariş ettiği, amonyak yakıtına hazır 17 yeni nesil Pure Car & Truck Carri-

er (PCTC) gemisinden biri. 9.241 CEU (Car Equivalent Unit) taşıma kapasitesine sahip gemi, önceki nesil araç taşıyıcılarına kıyasla yük birimi başına %50'ye varan CO₂ emisyon azaltımı sağlıyor. Grande Istanbul halihazırda, Kuzey Avrupa ile Akdeniz'deki çeşitli limanları birbirine bağlayan Grimaldi Grubu'nun EuroMed Servisi kapsamında hizmet veriyor. Türkiye'de Autoport, Borusan, Derince, Gemlik, Haydarpaşa ve İzmir limanlarına uğrayan servis; otomobil, hafif ticari araç, kamyon, diğer tekerlekli yükler ve konteyner taşımacılığı gerçekleştirerek üreticilere ve lojistik operatörlerine esnek, güvenilir ve sürdürülebilir taşımacılık çözümleri sunuyor.

TÜRKİYE PAZARINDA BÜYÜMESİNİ SÜRDÜRÜYOR

Grande Istanbul'un tanıtımı, Grimaldi Grubu'nun yaklaşık 50 yıldır faaliyet gösterdiği Türkiye'ye olan uzun vadeli bağlılığını bir kez daha ortaya koydu. Grup, 1990'lı yıllarda İzmir'i Akdeniz ve Kuzey Avrupa'ya bağlayan düzenli araç taşıma servisleriyle başladığı faaliyetlerini, Türkiye otomotiv sanayisinin büyümesine paralel olarak Marmara Bölgesi'ni de kapsayacak şekilde genişletti. Eylül 2024'te Trieste-Patras-Ambarlı hattını devreye alan Grimaldi, bugün Gemlik'i de kapsa-

yan kısa mesafe deniz taşımacılığı servisinde haftada sekiz sefer gerçekleştiriyor. Türkiye operasyonlarında yaklaşık 1,2 milyar avro değerinde 20'ye yakın ro-ro ve PCTC gemisi işleten Grup, 2025 yılında Türk limanlarına 750 sefer düzenleyerek Türkiye'yi beş kıtada 150'den fazla limana bağladı. Aynı dönemde yaklaşık 560 bin otomobil ve diğer tekerlekli yük birimi ile 100 bin kamyon, treyler ve konteyner taşıyan Grimaldi, 2026 yılında ise yüzde 50 büyüme öngörüyor. Grimaldi Grubu Kısa Mesafe Deniz Taşımacılığı Ticari Direktörü Guido Grimaldi, Türkiye'nin stratejik konumuna duydukları güveni vurgulayarak, kısa mesafe deniz taşımacılığı ve araç taşıma hizmetlerine yönelik yatırımlarını sürdürceklerini söyledi. Grup, Türkiye'deki denizcilik ekosistemi-ne de katkı sunuyor. Sadece 2025 yılında 20'den fazla Grimaldi gemisi Yalova ve Tuzla tersanelerinde bakım ve havuzlama işlemlerinden geçirildi. Kasım 2025'te filo katılan Grande Istanbul, 9 bin 241 CEU araç taşıma kapasitesi, hareketli güverteleri ve ağır yük taşıma kabiliyetiyle öne çıkıyor. Amonyak yakıtına dönüşüme uygun olarak tasarlanan gemi, elektronik kontrollü ana makinesi ve shore power altyapısıyla önceki nesil araç taşıyıcılarına göre yük birimi başına CO₂ emisyonlarını yüzde 50'ye kadar azaltıyor.

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği Başkanı Toygar Narbay:

HAZIR GİYİMDE LOJİSTİK DÖNÜŞÜMÜ REKABETİ BELİRLEYECEK

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği Başkanı Toygar Narbay, hazır giyim sektörünün yalnızca üretim maliyetleriyle değil, lojistik altyapısı ve tedarik zinciri performansı ile de rekabet edeceğini söyledi. Yeni pazarlara erişimde lojistiğin stratejik bir rol üstlendiğini vurgulayan Narbay, ortak lojistik merkezlerinden intermodal taşımacılığa kadar atılacak adımların sektörün küresel büyüme hedeflerini destekleyeceğini ifade etti.



Hazır giyim sektörü son iki yılda hem küresel talepteki değişim hem de artan üretim maliyetleri nedeniyle zorlu bir süreçten geçiyor. Bugün sektörün genel görünümünü nasıl değerlendiriyorsunuz? Önümüzdeki döneme ilişkin beklentileriniz neler?

Türk hazır giyim sektörü bugün tarihi bir yol ayrımında bulunuyor. Mevcut gidişat, daralan üretim kapasitesi, kalıcı pazar kaybı ve ölçeğini yitirerek butikleşen bir sektör riskini barındırıyor. Rekabetçilik mimarımız ciddi bir hasar almış durumda.

TGSD olarak paylaştığımız sektörel sunumumuzda net biçimde ortaya koyduğumuz üzere, 2022-2025 yılları arasında maliyetlerimizde yaklaşık %23,4'lük artış yaşandı. 2026'nın ilk altı ayında buna %6 daha eklendi. Giderlerimizin %60'ını oluşturan TL bazlı maliyetler ile döviz kurları arasındaki makas, Uzak Doğu ve Kuzey Afrika gibi rakip bölgelerle aramızdaki farkı kabul edilebilir sınırların ötesine taşıdı.

Bu tablo karşısında sektörün 'sadece değer artışına odaklanıp butikleşmesi' en büyük stratejik tuzaktır. Eğer hazır giyim sektörü ölçeğini kaybeder ve dar bir butik modele sıkışırsa arkasındaki devasa tekstil altyapısı çöker. Bizim beklentimiz ve hedefimiz, bu gidişata yapılacak stratejik bir müdahaledir. Üretim kapasitemizi koruyarak, atıl makine parkurumuzu yeniden devreye alarak ve ölçek ekonomisinden vazgeçmeyecek bir değer artışı sağlamak zorundayız.

Önümüzdeki dönem beklentimiz, hazır giyim sanayicisinden küresel marka oyun kurucusuna dönüşmektir. Bu dönüşüm, Eximbank ve Avrupa Yatırım ve Kalkınma

Bankası gibi kurumların desteğiyle oluşturulacak fonlar üzerinden Avrupa'da hazır marka satın almalarını, lisanslama ekosistemlerini ve üretim kapasitemizi bölgesel genişlemeyle korumayı içeren bütüncül bir vizyondur.

'LOJİSTİK MARKA GELİŞİM DESTEK ŞABLONUMUZUN EN TEMEL SÜTUNLARINDAN'

Avrupa, Türk hazır giyim sektörünün en önemli ihracat pazarı olmayı sürdürüyor. Bununla birlikte firmaların yeni pazarlara yönelme arayışı da hız kazandı. Sizce önümüzdeki dönemde hangi coğrafyalar Türk hazır giyim sektörü için daha fazla fırsat sunacak? Bu pazarlara ulaşmada lojistik nasıl bir rol oynayacak?

Pazar fırsatlarını rastgele bir coğrafya listesinden ziyade üretim lokasyonlarımızın segmentasyonu ile eşleşen analitik bir çerçevede değerlendiriyoruz. TGSD olarak hazırladığımız 'Uzgörür' raporumuzda belirttiğimiz gibi, pazar seçimi ve üretim coğrafyası ayrılmaz bir bütündür. Biz de lüks ürünler için 1. ve 2. bölgelerimizi hub olarak konumlandırıyoruz. Premium markalar için 3. ve 4. bölgelerimiz öne çıkarken orta segment ve değer markaları için 5. ve 6. bölgelerimiz ile Doğu Serbest Bölgesi'nde kurulacak sınır havzalarımız kritik bir rol üstleniyor. Ekonomi markaları için ise yakından tedarik (near-shoring) avantajımızı kullanıyoruz. Yani hedefimiz 'her pazara aynı ürünü satmak' değil, Avrupa'nın derinleşen taleplerini, ABD pazarındaki 'kapılmamış payı' ve Körfez gibi bölgesel pazarları, kendi içimizdeki doğru

üretim segmentiyle eşleştirmek.

Bu noktada lojistiği basit bir nakliye aracı gibi görmüyor; bölgesel ve segmente edilmiş pazar mimarisinin fiziksel entegratörü olarak değerlendiriyoruz. Sınır havzalarında üretilen bir ürünün Avrupa'daki premium bir mağazaya veya ABD'deki bir dağıtım merkezine rekabetçi maliyetle ve öngörülebilir sürede ulaşması, lojistik omurganın gücüne bağlıdır. Biz de lojistiği, marka gelişim destek şablonumuzun en temel sütunlarından biri olarak görüyoruz.

Günümüzde rekabet yalnızca üretim maliyetleriyle değil, teslimat süresi, tedarik zinciri güvenilirliği ve lojistik performansı ile de şekilleniyor. Hazır giyim sektörünün lojistik tarafındaki en öncelikli beklentileri nelerdir?

Lojistikten beklentimiz operasyonel ezberlerin çok ötesinde. Öncelikli beklentimiz ise lojistiğin 'Ortak Güç Birliği ve Ekosistem' stratejimizin bir parçası olmasıdır.

Firmalarımızın ayrı ayrı hareket ederek, bireysel depolar ve lojistik ağlar kurarak küresel rekabette ölçek kazanması mümkün değil. Bu nedenle 'Ortak Lojistik Merkezler', 'Ortak Showroom'lar ve 'Ortak Pazarlama Ekipleri' kurarak maliyetleri düşürmeyi ve rekabet gücümüzü artırmayı hedefliyoruz. Lojistik sektöründen beklentimiz, bu ortak kullanım ekosistemini destekleyecek yenilikçi, paylaşımlı ve ölçeklenebilir çözümler sunmasıdır.

Ayrıca, marka satın alma ve lisanslama (lisanslı üretim, lisanslı dağıtım, lisanslı perakende) stratejilerimizi hayata geçirirken, lojistiğin bize küresel bir dağıtım gücü sağlaması çok önemli. Lojistik, değer zincirinde yukarı çıkma yolculuğumuzda bizim küresel erişim kasamız olmalıdır.

‘GÜMRÜK BİRLİĞİ GÜNCELLEMESİ HAYATI ÖNEM TAŞIYOR’

Üyelerinizin aldığınız geri bildirimler doğrultusunda tekstil ve hazır giyim firmalarının lojistik süreçlerinde en fazla karşılaştığı sorunlar hangileri?

Üyelerimiz sınır kapılarındaki bekleme, prosedür kaynaklı gecikmeler ve navlun dalgalanmaları gibi kronik sorunları zaman zaman dile getiriyor. Ancak geri bildirimlerin derinine indiğimizde asıl sorunun ‘ölçek kaybı’ ve ‘kârsızlık nedeniyle teknolojiyi yenileyememe’ olduğunu görüyoruz. Lojistik maliyetlerindeki her öngörülemez artış, zaten daralmış olan kâr marjlarını daha da baskılayarak teknolojik modernizasyon yatırımı engelliyor.

Bu noktada Gümrük Birliği’nin güncellenmesi ve taşımacılık kotalarının kaldırılması talebimiz, sadece bir nakliye kolaylığı arayışı değildir. AB’nin ‘Made in EU’ yaklaşımına, Hindistan ve Mercosur ile yaptığı Serbest Ticaret Anlaşmalarına (STA) ve Kuzey Afrika’da oluşan yeni üretim havzalarına karşı bir kalkan oluşturma çabasıdır. Gümrük Birliği modernizasyonu ve STA müzakerelerinin eş zamanlı yürütülmesi, sektörümüzün Avrupa değer zincirindeki entegre konumunu koruması için hayati önem taşımaktadır.

Türk hazır giyim ihracatında en çok tercih edilen taşıma modelleri hangileri? Sizce intermodal ve demir yolu taşımacılığının sektördeki payı önümüzdeki dönemde artacak mı?

Yüksek katma değerli ve hızlı kritik olduğu siparişlerde hava yolu; Avrupa’ya yönelik seri sevkiyatlarda kara yolu; bü-

yük hacimli gönderimlerde ise deniz yolu tercih ediliyor. Ancak önümüzdeki dönemde intermodal ve demir yolunun payının stratejik bir zorunluluk olarak artması gerekiyor.

Demir yolunu, ‘çevreci bir taşıma modeli’ olmasının yanı sıra ‘Doğu Serbest Bölgesi’ ve ‘Sınır Havzaları’ projemizin can damarı olduğu için de önemsiyoruz. Üretim kapasitemizi korumak ve Nitelikli Üretici (NTSS) sistemini beslemek amacıyla 5. ve 6. bölgelerde, Suriye sınır havzalarında üretimi artırmayı hedefliyoruz. Bu bölgelerde üretilen ürünlerin ve bu bölgelere gidecek ham maddenin rekabetçi bir şekilde ana pazarlara bağlanması ancak güçlü demir yolu ve intermodal koridorlarla mümkün. Demir yolu yatırımları, bizim bölgesel genişleme ve ölçek ekonomisini koruma stratejimizin fiziksel altyapısıdır.

‘GELECEK BEŞ YILI FASONDAN DEĞERE GEÇİŞ MÜCADELESİ BELİRLEYECEK’

Önümüzdeki 5 yılda tekstil ve hazır giyim lojistiğini hangi eğilimlerin şekillendireceğini düşünüyorsunuz? Türkiye’nin hızlı teslimat, yakın tedarik (near-shoring) ve sürdürülebilir lojistik alanlarında rekabet avantajını artırabilmesi için kamu ve özel sektörün öncelikli gündemi ne olmalı?

Önümüzdeki beş yılı, sektörümüzün ‘fasondan değere’ geçiş mücadelesi belirleyecek. Bu dönüşüm de üç ana eğilim etrafında şekillenecektir: Birincisi, iş modelinin dönüşümüdür. Sıfırdan marka yaratmanın zaman maliyetini aşmak için, fon destekli ‘marka satın alma’ ve ‘lisanslama (üretim, dağıtım, perakende)’ modellerine geçiş



hızlanacaktır. İkincisi, bölgesel genişleme ve ölçek korumasıdır. Butikleşme tuzağına düşmemek ve atıl kapasiteyi devreye almak için Doğu Serbest Bölgesi ve sınır üretim havzaları gibi projeler hayata geçirilmelidir. Üçüncüsü ise ortak ekosistemlerin inşasıdır. Firmalarımızın tekil mücadelesi yerine; ortak lojistik merkezler, ortak showroom’lar ve birleşik pazarlama güçleriyle sinerji yaratılabilir.

Kamu ve özel sektörün öncelikli ortak gündemi, bu stratejik müdahaleyi destekleyecek mimariyi kurmak olmalıdır. Kısa vadede bölgesel gelişmişliğe göre artan istihdam destekleri, net ihracata kur dönüşüm desteği ve uygun maliyetli reeskont kredileri sağlanmalıdır. Orta ve uzun vadede ise marka satın alma finansman modeli için uzun vadeli fonların (Eximbank, AYKB) oluşturulması, Nitelikli Üretici sisteminin kurulması ve teşviklerin değer segmentasyonuna göre (lüks, premium, orta segment) yeniden tasarlanması gerekmektedir. Hazır giyim sanayicisinden küresel marka oyun kurucusuna dönüşüm vizyonumuz, ancak bu eş güdümle gerçeğe dönüşebilir.

‘YEŞİL DÖNÜŞÜMÜN YÜKÜNÜ LOJİSTİK TAŞIYACAK’

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD) Başkanı Toygar Narbay, Avrupa Yeşil Mutabakatı kapsamında yürürlüğe girecek yeni düzenlemelerin hazır giyim sektöründe lojistik süreçlerini yeniden şekillendireceğini söyledi. Narbay, özellikle 2027 yılında devreye alınması beklenen Dijital Ürün Pasaportu (DPP) ile Kurumsal Sürdürülebilirlik Durum Tespiti Yönetmeliği’nin (CSDDD), sektör için yalnızca bir uyum süreci değil, aynı zamanda markalaşma ve katma değer yaratma fırsatı sunduğunu ifade etti.

İzlenebilirlik ve sürdürülebilirliği sadece yasal bir yükümlülük olarak değerlendirmediklerini vurgulayan Narbay, “İzlenebilirlik ve sürdürülebilirlik kavramlarını sadece bir yasal zorunluluk veya tehdit olarak değil, markalaşma ve değer artışının bir aracı olarak konumlandırıyoruz. Özellikle 2027 yılında devreye alınması beklenen Dijital Ürün Pasaportu (DPP) ve Kurumsal Sürdürülebilirlik Durum Tespiti Yönetmeliği (CSDDD), bizim için yüksek standartlı üretici kimliğimizi tescilleyecek mekanizmalar” dedi.

Dijital Ürün Pasaportu’nun etkin şekilde uygulanabilmesi için lojistik süreçlerinde kapsamlı bir dijital dönüşüme ihtiyaç olduğunu belirten Narbay, “DPP’nin başarılı olması için lojistik süreçlerinin uçtan uca dijitalleşmesi ve karbon ayak izinin şeffaf bir şekilde ölçülebilir olması gerekiyor” ifadelerini kullandı.

Narbay, Dijital Ürün Pasaportu’nun yalnızca sürdürülebilirlik hedeflerine hizmet etmeyeceğini, aynı zamanda sektörün gelecek vizyonunda önemli bir rol üstleneceğini belirterek, “DPP, ürün tamamlama konsorsiyumu ve lisanslama ekosistemi hedeflerimiz için dijital bir pasaport işlevi görecektir” değerlendirmesinde bulundu.

Lojistik sektöründen beklentilerini de paylaşan Narbay, ham maddeden son tüketiciye kadar uzanan tüm tedarik zincirinde verinin kesintisiz, güvenli ve şeffaf biçimde yönetilmesini sağlayacak dijital altyapının oluşturulmasının kritik önem taşıdığını sözlerine ekledi. Bu sayede hem karbon ayak izinin doğru şekilde izlenebileceğini hem de Avrupa pazarının talep ettiği izlenebilirlik standartlarının karşılanabileceğini ifade etti.

Raben, tekstil lojistiğinde Türkiye pazarına

YENİ BİR MODEL SUNUYOR



Türkiye pazarına yaklaşık bir yıl önce giriş yapan Raben Türkiye, tekstil ve hazır giyim lojistiğinde askılı taşımacılık (GOH), Türkiye-İtalya hattındaki 72-96 saatlik ekspres servis ve Avrupa'daki 1-3 günlük dağıtım ağıyla yeni çözümler sunuyor. Raben Türkiye Satış ve Müşteri Hizmetleri Müdürü Burak Yeşilova, Türkiye operasyonlarının büyüme hedefleri doğrultusunda ilerlediğini belirterek, İzmir, Ankara ve Mersin'de yeni şubelerle hizmet ağını genişleteceklerini söyledi.

Türkiye, Raben Group'un Avrupa ve Avrasya lojistik ağına nasıl bir konumda yer alıyor?

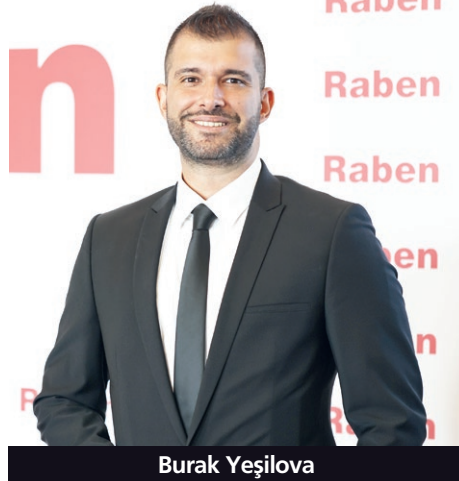
Raben Group olarak 90 yılı aşkın köklü geçmişimizle Avrupa genelinde entegre bir lojistik ağı yönetiyoruz. Türkiye, sadece coğrafi konumuyla değil; üretim gücü, esnek sanayi altyapısı ve küresel ticaret rotalarındaki kritik rolüyle daha önce de radarımızdaydı. 2025 yılında operasyonlarımızı başlatarak Türkiye'yi 17. ülke olarak ağıma ekledik.

Türkiye'yi sadece bir pazar değil; Avrupa ile Asya ve Orta Doğu ağıma birbirine bağlayacak, kıtalararası ticaretin yeni ve güçlü aktarma merkezi olarak görüyoruz. Küresel tedarikçilerin "nearshoring" yani yakın coğrafyadan tedarik arayışında, Türkiye en güvenli limanlardan biri olarak öne çıkıyor. Biz de Raben'in Avrupa'ya yayılmış devasa lojistik ağını, Türkiye'nin üretim gücüyle birleştirdik.

'HERKESE TEK BEDEN' YERİNE BUTİK ÇÖZÜMLER

Raben Türkiye bugün hangi lojistik hizmetlerini sunuyor? Özellikle tekstil ve hazır giyim sektörüne yönelik geliştirdiğiniz çözümler, diğer sektörlerle sunduğunuz hizmetlerden hangi yönleriyle ayrışıyor?

Raben Türkiye olarak komple, parsiyel ve grupaj taşımacılığından gümrükleme süreçlerine, katma değerli depolamadan ekspres hatlara kadar uçtan uca entegre bir lojistik hizmet yelpazesi sunuyoruz. 17 ülkede 2 milyon 100 bin metrekareyi geçen 180'den fazla depoya ve 12 bin 400'ü aşkın profesyonel çalışana ulaşan Raben Group'un asırlık deneyimi ile hizmet ver-



Burak Yeşilova

yoruz. FMCG, otomotiv, kimya, perakende, teknoloji ve e-ticaret başta olmak üzere birçok sektöre, uçtan uca entegre lojistik çözümler sunuyoruz.

Özellikle moda ve tekstil lojistiğinde, "herkese tek beden" formülü yerine, butik çözümlere ağırlık veriyoruz. Biz, tekstil ve hazır giyim lojistiğini sadece "koli veya palet taşımak" olarak görmüyoruz. Moda endüstrisi zamanla yarışan, trendlerin hızla değiştiği ve ürünlerin mağaza rafına ilk günkü formuyla ulaşmasının kritik olduğu bir sektör. Ürün bazlı "usta işi" hassasiyet, tekstil sektörüne yönelik lojistik çözümlerimizin temelini oluşturuyor.

Premium ve lüks tekstil markalarının ürünlerini kınışmadan, deforme olmadan, üretildiği hassasiyette mağaza raflarına ulaştırıyoruz. Lüks ürünlerin taşınmasında beklenen asıl şey güvenli taşımadır. Raben networkü, işleyişi ve standartlarıyla tam da bu noktada fark yaratıyor. Uzun yıllardır

birlikte çalıştığımız müşterilerimizin memnuniyetinin arkasındaki en önemli unsur, bu beklentiyi karşılayan operasyon yaklaşımımızdır. Tekstil operasyonlarımızda özel tasarlanmış askılı taşımacılık sistemleri, yüksek hijyen ve güvenlik standartları, tekstil gümrüklemesine hâkim uzman kadrolar ve her aşamada ürünü koruyan süreç yönetimlerimiz ile hizmet veriyoruz.

Tekstil ve hazır giyim lojistiği, Raben Türkiye'nin operasyonları içinde nasıl bir paya sahip? Başta İtalya olmak üzere Avrupa pazarlarına yönelik sunduğunuz askılı taşımacılık (GOH), ekspres servis ve parsiyel taşımacılık çözümleri müşterilerinize ne gibi avantajlar sağlıyor?

Tekstil ve hazır giyim lojistiği, Raben Türkiye'nin lokomotif sektörlerinden biri. Bu alandaki ağırlığımızı ve iddiamızı her geçen gün artırıyoruz. Özellikle modanın

ve lüksün kalbi Milano gibi Avrupa şehirlerini, üretimin küresel merkezleri arasındaki İstanbul ve Bursa gibi şehirlerimize güçlü bir şekilde bağlıyoruz.

Askılı tekstil taşımacılığı (GOH) ile tasarım evlerinden uluslararası podyumlara ve mağazalara uzanan süreçte, hazır giyim ürünlerini, özel sistemlerimizle (Garment on Hanger) taşıyoruz. Böylece ürünler araç içinde kırışmıyor, hasar görmüyor. Kutulama maliyetlerini de sıfırlıyoruz. Taşıdığımız hazır giyim ürünleri araç içindeki askıya nasıl asılıyorsa, Avrupa'daki mağaza rafına da aynı kusursuzlukta, hiçbir ek işlem görmeden asılıyor.

Türkiye ve İtalya arasında haftalık düzenli seferlerle gerçekleştirdiğimiz 72-96 saatlik ekspres teslimat süresi sayesinde, hız ve maliyet avantajı sunuyoruz. Bütün yüklerimizde olduğu gibi Avrupa'daki tekstil ve hazır giyim ürünlerini de AB içindeki depolarımızdan 1 ila 3 gün içinde alıcısına ulaştırıyoruz.

Parsiyel ve grupaj çözümlerimiz ile küçük hacimli butik tasarımcılardan dev perakende zincirlerine kadar, parsiyel ve komple yüklemelerdeki konsolidasyon projelerimizle ölçek ekonomisi avantajı sağlıyoruz. Müşterilerimizin lojistik maliyetlerini optimize ediyoruz.

TÜRKİYE'DE ŞUBE AĞINI GENİŞLETECEK

Türkiye operasyonlarınızın büyümesine paralel olarak tekstil ve hazır giyim lojistiğine yönelik yeni yatırım planlarınız bulunuyor mu? Önümüzdeki dönemde kapasite artırımı, yeni hatlar, depo yatırımları veya dijitalleşme alanında hangi projeleri hayata geçirmeyi hedefliyorsunuz?

Türkiye pazarındaki büyüme grafiğimiz, planlarımızın ve yatırımlarımızın ne kadar doğru ilerlediğini gösteriyor. Tekstil ve hazır giyim sektörünün dinamizmine ayak uyduracak adımlar attık. Türkiye-İtalya arasında düzenli kara yolu seferlerinde hızı ön plana aldık. Ro-Ro ve kara yolu bağlantılı standart servisimizin yanı



sıra, ekspres taşımacılar için de 72-96 saatte teslimat gerçekleştiriyoruz. Bu hattımızda askılı tekstil taşımacılarımız konusundaki uzmanlığımızla da öne çıkıyoruz.

Önümüzdeki dönemde Türkiye'deki yatırımlarımızda operasyonel verimliliğe odaklanacağız. Avrupa ihracat trafiği ve parsiyel dağıtım açısından büyük önem arz eden İzmir, Ankara ve Mersin'de de yeni şubelerimizle hizmet vereceğiz.

Raben Türkiye'nin orta ve uzun vadeli büyüme hedefleri nelerdir? Türkiye-Avrupa hattında hangi ülkelerde büyüme potansiyeli görüyorsunuz ve tekstil sektörünün bu hedeflerde nasıl bir rol oynamasını bekliyorsunuz?

Raben Group'un global gücünü, yerel pazarın dinamikleriyle harmanlayarak sürdürülebilir bir büyüme modeli sergiliyoruz. Raben'in uzun vadeli değer yaratma hedefiyle Türkiye'deki konumumuzu güçlendiriyoruz. Kalıcı büyümenin merkezine müşteri memnuniyeti ve sadakatini koyuyoruz. Güçlü lojistik ağımla Türkiye'de sürdürülebilir büyüme hedefliyoruz.

Türkiye taşımacılarında, başta Polonya, Slovakya, İtalya, Çekya, Romanya ve Almanya olmak üzere Avrupa genelinde ciddi bir potansiyel görüyoruz. Bu ülkelerle olan ticaret hacminde, tekstil ve hazır giyim sektörü de önemli bir yer tutuyor. Yaygın lojistik ağımla ve saat gibi kusursuz işleyen Raben sistemi sayesinde, ülkemiz

tekstilcisinin Avrupa pazarındaki rekabet gücünü artırarak, ihracatçımızla birlikte biz de büyütüyoruz.

NEARSHORİNG DALGASI TÜRKİYE'NİN GÜCÜNÜ ARTIRIYOR
Önümüzdeki 3-5 yılda tekstil ve hazır giyim lojistiğinde hangi eğilimler öne çıkacak? Türkiye'nin bu dönüşümde rekabet avantajını artırabilmesi için lojistik tarafında hangi adımların atılması gerekiyor?

Önümüzdeki 3-5 yılda lojistik sektörünü hız, sürdürülebilirlik ve dayanıklılık şekillendirecek. Nearshoring trendiyle birlikte, büyük moda markaları artık aylarca süren Uzak Doğu tedarik sürelerini tolere etmek istemiyor. Ürünün, pazarın yakınında üretilmesi ve günler içinde mağazada olması bekleniyor. Bu noktada yeşil lojistik standartları da devreye giriyor. Avrupa Yeşil Mutabakatı ve karbon düzenlemeleri nedeniyle emisyon oranlarının azaltılması büyük önem taşıyor.

Türkiye'nin bu tarihi dönüşümde rekabet avantajını daha da artırması için intermodal taşımacılık altyapımızı güçlendirmemiz ve demir yolu entegrasyonunu tamamlamamız gerekiyor. Gümrük süreçlerinin dijitalleşmesi ve sınır kapılarındaki geçiş sürelerinin optimize edilmesinin de tekstil ihracatçımızın Avrupa pazarındaki konumunu daha da güçlendireceğine inanıyoruz.

TÜM SÜREÇLER myRaben İLE TEK NOKTADAN İZLENİYOR

Raben Türkiye Satış ve Müşteri Hizmetleri Müdürü Burak Yeşilova, tekstil ve hazır giyim sektöründe hız, esneklik ve görünürlüğü artık rekabetin temel unsurları haline geldiğini belirtti. Yeşilova, dijitalleşme ve şeffaflığın dış ticarete önemli bir gereklilik olduğunu vurgulayarak, "Termin sürelerinin günlerle değil, saatlerle ölçüldüğü hazır giyim sektöründe tedarik zincirinin her aşamasında görünürlük büyük önem taşıyor" dedi. Raben Türkiye olarak müşterilerine uçtan uca takip imkânı

sunduklarını ifade eden Yeşilova, gelişmiş dijital takip sistemleri ve myRaben platformu sayesinde gönderilerin tek bir yükleme numarası ve barkod üzerinden gerçek zamanlı izlenebildiğini söyledi. Parsiyel taşımacılıkta Avrupa genelinde bu ölçekte izlenebilirlik sağlayan sayılı lojistik oyuncularından biri olduklarını belirten Yeşilova, "Müşterilerimiz gönderilerini uçtan uca takip ederek, zaman hassasiyeti yüksek hazır giyim operasyonlarında önemli bir rekabet avantajı elde ediyor" ifadelerini kullandı.

LC Waikiki

1 MİLYAR ÜRÜNLÜK OPERASYONUNU

Küresel bir perakende markası olarak büyük ölçekli bir organizasyonu yönetiyorsunuz. Bu ölçekte bir organizasyonda tedarik zinciri ve lojistik yapılanmanızı nasıl tanımlarsınız? Hızlı moda operasyonlarında başarının temel unsurları nelerdir?

LC Waikiki'nin lojistik yapılanmasını, küresel büyüme hedeflerimizi destekleyen stratejik bir rekabet avantajı olarak görüyoruz. Bugün 60'tan fazla ülkede, 1.300'ün üzerinde mağaza ve güçlü e-ticaret operasyonlarımızla milyonlarca müşteriye ulaşıyoruz. Bu ölçekte lojistik artık yalnızca ürün taşıyan bir operasyon değil; müşteri memnuniyetini, ticari başarıyı ve marka rekabet gücünü doğrudan etkileyen stratejik bir fonksiyon olarak konumlanıyor.

Biz lojistiği, müşterimize verdiğimiz sözün yerine getirildiği nokta olarak tanımlıyoruz. Doğru ürünün, doğru zamanda, doğru miktarda ve doğru lokasyonda müşteriye ulaşması; tedarik zincirinin en temel başarı kriteri. Bunun için planlama, satın alma, depolama, dağıtım ve mağaza operasyonlarının uçtan uca entegre bir şekilde çalışması büyük önem taşıyor.

Hızlı moda sektöründe başarının dört temel unsuru olduğuna inanıyoruz. İlki hız. Değişen müşteri beklentilerine en kısa sürede cevap verebilmek bugün önemli bir rekabet avantajı. İkinci çeviklik. Talep sürekli değişiyor; bu nedenle süreçlerin ve karar alma mekanizmalarının da hızlı ve esnek olması gerekiyor. Üçüncüsü veri odaklı yönetim. Kararlarımızı gerçek zamanlı verilerle destekliyor, süreçlerimizi uçtan uca izleyerek riskleri oluşmadan yönetmeyi hedefliyoruz. Dördüncü unsur ise insan ve kültür.

4 STRATEJİK ADIMLA GELECEĞE TAŞIYOR

60'tan fazla ülkede 1.300'ü aşkın mağazayla hizmet veren LC Waikiki, 1 milyon metrekareyi aşan lojistik altyapısı, yılda 1 milyara yaklaşan ürün akışı ve teknolojiye ayırdığı 30 milyon Euro'luk yatırımla küresel büyümesini destekliyor. LC Waikiki Lojistik Genel Müdürü Mehmet Sait Baykara, hızlı moda sektöründe rekabet avantajının hız, çeviklik, veri odaklı yönetim ve insan kaynağıyla sağlanacağını belirterek, şirketin gelecek vizyonunu bu dört temel unsur üzerine inşa ettiklerini vurguladı.

Teknoloji dikkat çeken bir kaldıraç olsa da sürdürülebilir başarıyı sağlayan; birlikte çalışan, sürekli gelişen ve müşteriye odaklı alan ekipleridir. Bu nedenle fonksiyonlar arası iş birliğini, liderlik gelişimini ve sürekli öğrenme kültürünü operasyonel mükemmelliğin ayrılmaz bir parçası olarak görüyoruz.

Tüm bunların temelinde ise operasyonel mükemmellik anlayışımız yer alıyor. Süreçlerimizi standartlaştırırken, Kaizen, Gemba ve sürekli iyileştirme yaklaşımıyla her gün daha iyisini yapmayı hedefliyoruz.

GÜNDE 2,5 MİLYON ÜRÜNLÜK SEVKİYAT KAPASİTESİ

LC Waikiki'nin yıllık lojistik operasyon hacmi, yönettiği ürün akışları ve depo yapılanması hakkında bilgi verebilir misiniz? Bu büyüklükteki bir operasyonu yönetirken hangi performans göstergelerini önceliklendiriyorsunuz?

LC Waikiki'nin operasyonel ölçeği, lojistik

açısından dünyanın önemli perakende organizasyonları arasında yer alıyor. Bugün yurt içi ve yurt dışında toplam 1 milyon metrekarenin üzerinde lojistik merkezlerini yönetiyor, yıllık 1 milyara yakın ürünü mağazalarımıza ve müşterilerimize ulaştırıyoruz. Türkiye'deki ana lojistik merkezlerimizden günlük 2,5 milyon ürün sevk edebilecek kapasiteye sahibiz. Bu operasyonu dört kıtaya yayılan güçlü bir dağıtım ağıyla yönetiyoruz. Bu büyüklükte bir operasyonu yönetebilmek için güçlü bir altyapı tek başına yeterli değil. Asıl başarı; süreçleri uçtan uca görünür kılabilmek, veriyi doğru okuyabilmek ve hızlı karar alabilmekten geçiyor. Kendi AR-GE ekiplerimizin geliştirdiği lojistik teknolojileri, sorter ve otomasyon çözümleriyle hem kapasitemizi artırıyor hem de hizmet kalitemizi sürekli geliştiriyoruz.

Performansı değerlendirirken ise yalnızca maliyete odaklanmıyoruz. Bizim için en kritik göstergeler; müşteri hizmet seviyesine hizmet eden; sipariş karşılama ve teslimat süreleri, sevkیات ve stok doğruluğu, depo kapasite ve iş gücü verimliliği ile zamanında teslimat performansıdır. Bunun yanında kalite, iade süreçleri ve iş sağlığı ve güvenliği performansını da düzenli olarak takip ediyoruz. Ancak bizim bakiş açımıza göre gerçek başarı, bu KPI'ların birbirini destekleyen dengeli bir performans oluşturmaları. Sadece hız-



Mehmet Sait Baykara

lanmak adına kaliteyi düşürmek ya da yalnızca maliyet odaklı hareket ederek müşteri deneyiminden ödün vermek sürdürülebilir bir yaklaşım değil.

Bu nedenle lojistik performansımızı üç temel eksenle yönetiyoruz: müşteri memnuniyeti, operasyonel mükemmellik ve sürdürülebilir verimlilik. Bu üç alanı birlikte güçlendirdiğinizde, hem bugünün operasyonlarını hem geleceğin rekabet avantajını da inşa etmiş oluyorsunuz.

Tasarımdan mağazaya uzanan süreçlerde ürünlerin doğru zamanda ve doğru noktada bulunmasını sağlamak adına nasıl bir tedarik zinciri modeli uyguluyorsunuz? Özellikle sezon yönetimi ve talep dalgalanmalarını nasıl yönetiyorsunuz?

Moda sektöründe en büyük zorluk, belirsizliği yönetebilmektir. Müşteri beklentileri, trendler ve talep çok hızlı değişiyor. Bu nedenle başarılı bir tedarik zinciri, plan yapan ve değişime hızla adapte olabilen çevik bir organizasyon olmak zorunda. Biz de bu yaklaşımı veri odaklı ve çevik bir tedarik zinciri modeliyle yönetiyoruz.

Talebi yönetebilmek, en az tedariki yönetmek kadar kritik. Geçmiş satış performansı, ülke bazlı tüketici davranışları, sezon etkileri ve kampanya sonuçları gibi birçok veriyi analiz ederek talep tahminlerimizi oluşturuyoruz. Ancak bizim için planlama, sezon boyunca gerçek zamanlı verilerle sürekli güncellenen dinamik bir süreç. Bu nedenle planlama, lojistik ve ticari ekiplerimiz entegre bir şekilde çalışıyor. Talepte oluşan değişimleri hızlı analiz ediyor, gerektiğinde planlarımızı revize ederek hem ürün bulunurluğunu artırıyor hem de stok risklerini minimize ediyoruz. Burada talep değişikliği anında destekleyici aksiyon olarak hızlı üretim ve hızlı lojistik devreye giriyor ve üzerimize düşen görev bu anlamda hızlı bir süreç geliştirmek ve yönetmek oluyor.

Sonuç olarak hızlı moda sektöründe rekabet avantajı en doğru stokla, en hızlı karar alma mekanizmalarıyla ve değişime en hızlı uyum sağlayabilen organizasyon yapısı-

"Hızlı moda sektöründe rekabet avantajı en doğru stokla, en hızlı karar alma mekanizmalarıyla ve değişime en hızlı uyum sağlayabilen organizasyon yapısıyla elde ediliyor. Bugün başarılı tedarik zincirleri belirsizliği ortadan kaldırmaya değil, belirsizliği etkin şekilde yönetebilecek yetkinlikleri geliştirmeye odaklanıyor."

la elde ediliyor. Bugün başarılı tedarik zincirleri belirsizliği ortadan kaldırmaya değil, belirsizliği etkin şekilde yönetebilecek yetkinlikleri geliştirmeye odaklanıyor.

YAPAY ZEKÂ VE OTOMASYONA 30 MİLYON EURO'LUK YATIRIM Omnichannel operasyonlar, mağazadan teslimat, iade yönetimi ve son kilometre süreçleri açısından LC Waikiki'nin öncelikleri neler? Bu alanda ne tür yatırımlar gerçekleştiyor?

E-ticaretin büyümesiyle birlikte müşterilerin lojistikten beklentileri de değişti. Artık müşteriler yalnızca ürünü satın almak değil; siparişini anlık takip etmek, farklı teslimat seçeneklerinden yararlanmak ve gerektiğinde kolay iade yapabilmek istiyor. Bu nedenle lojistik, ürün hareketini yöneten bir fonksiyon olmanın ötesinde, doğrudan müşteri deneyimini şekillendiren stratejik bir alan haline geldi. Bizim önceliğimiz, müşterimize hangi kanaldan alışveriş yaparsa yapsın aynı kaliteyi, aynı hizmet seviyesini ve kesintisiz bir deneyimi sunabilmek. Bu doğrultuda mağazalarımızı, e-ticaret operasyonlarımızı ve lojistik ağıımızı tek bir ekosistem olarak yönetiyor; omnichannel yaklaşımını operas-

yonlarımızın merkezine konumlandırıyoruz.

Bu dönüşümü desteklemek amacıyla sipariş yönetim sistemleri, otomasyon teknolojileri, gerçek zamanlı takip çözümleri ve veri odaklı planlama altyapılarına yatırım yapıyoruz. Sadece son yıl içinde teknoloji ve otomasyona yaklaşık 30 milyon Euro yatırım kararı aldık. Yapay zekâ destekli talep tahminleri ve analitik çözümler sayesinde hem operasyonel verimliliği artırıyor hem de daha hızlı ve doğru kararlar alabiliyoruz. Son kilometre teslimatı ve iade süreçlerinde ise hız kadar müşteri memnuniyetini de önceliklendiriyoruz. Çünkü bugün başarılı bir e-ticaret operasyonunu belirleyen unsurlardan biri, ürünü hızlı teslim etmenin yanında iade sürecini de müşterimiz için kolay, güvenli ve sorunsuz hale getirebilmektir.

Önümüzdeki dönemde lojistikte rekabet avantajını belirleyecek unsur, müşteriye her kanalda hızlı, şeffaf ve kesintisiz bir deneyim sunabilmektir. Biz de bu vizyon doğrultusunda teknoloji, veri, otomasyon ve insan yetkinliklerini birlikte geliştirerek geleceğin lojistiğini şekillendiriyoruz.



Sürdürülebilirlik hedefleri doğrultusunda lojistik operasyonlarınızda hangi uygulamalar öne çıkıyor? Depolarda enerji verimliliği ve düşük karbonlu taşıma çözümleri konusunda yürüttüğünüz çalışmalar hakkında bilgi verebilir misiniz?

Sürdürülebilirliği, lojistik operasyonlarımızın ayrılmaz bir parçası olarak görüyoruz. Bu konuyu çevresel bir sorumluluk olmasının yanında operasyonel verimliliği ve uzun vadeli rekabet gücünü destekleyen stratejik bir yaklaşım olarak değerlendiriyoruz.

Bu doğrultuda önceliğimiz, kaynaklarımızı daha verimli kullanmak. Depo operasyonlarımızda enerji tüketiminin izlenmesi, süreçlerin yalınlaştırılması, ekipman verimliliğinin artırılması ve operasyonel kayıpların azaltılması üzerine odaklanıyoruz. Çünkü sürdürülebilirliğin ilk adımı, mevcut kaynakları daha akıllı yönetebilmektir. Örneğin çatılarına kurduğumuz güneş enerjisi panelleri (GES) ile tükettiğimiz elektriğin büyük bir kısmını yenilenebilir kaynaklardan üretiyoruz. Taşımacılık tarafında ise rota optimizasyonu, sevkiyat konsolidasyonu, araç doluluk oranlarının artırılması ve ambalaj optimizasyonu gibi uygulamalarla hem operasyonel verimliliği artırmayı hem de çevresel etkimizi azaltmayı hedefliyoruz. Bizim için verimlilik ile sürdürülebilirlik birbirini tamamlayan iki kavram.

Ancak sürdürülebilirlik sadece teknolojiyle sağlanabilecek bir dönüşüm değil. Aynı zamanda güçlü bir kurum kültürü gerektiriyor. Çalışanlarımızın sürekli iyileştirme yaklaşımı, israfı azaltmaya yönelik fikirleri ve iş ortaklarımızla geliştirdiğimiz ortak standartlar bu dönüşümün en

önemli unsurları arasında yer alıyor. Biz geleceğin lojistiğinde rekabet avantajının; yalnızca daha hızlı veya daha düşük maliyetli olmakla değil, kaynakları daha verimli kullanan, çevresel etkisini azaltan ve bunu sürdürülebilir bir iş modeli haline getiren organizasyonlar tarafından belirleneceğine inanıyoruz. Bu nedenle sürdürülebilirliği, teknoloji, verimlilik ve insan odağında şekillenen bütünsel bir dönüşüm alanı olarak görüyoruz.

BÜYÜMEYE LOJİSTİK YÖN VERECEK

LC Waikiki'nin büyüme stratejisi doğrultusunda önümüzdeki dönemde tedarik zinciri ve lojistik alanındaki öncelikli hedefleri neler olacak? Yeni depo yatırımları, kapasite artırımı, uluslararası genişleme ve operasyonel verimlilik açısından nasıl bir yol haritası öngörüyorsunuz?

LC Waikiki büyümeye devam ettikçe, tedarik zinciri ve lojistik de bu büyümeyi mümkün kılan en önemli stratejik yetkinliklerden biri olmaya devam edecek. Bugün küresel ölçekte rekabet edebilmenin temelinde; güçlü, çevik ve ölçeklenebilir bir lojistik altyapısı bulunuyor.

Önümüzdeki dönemde odağımızı dört temel başlıkta şekillendiriyoruz. İlk olarak ölçeklenebilir operasyonlar. Artan mağaza sayımız, e-ticaret hacmimiz ve uluslararası operasyonlarımız doğrultusunda hedefimiz kapasiteyi artırmak ve bu kapasiteyi akıllı, esnek ve verimli şekilde yönetebilmek. İkinci olarak dijitalleşme ve yapay zekâ destekli karar mekanizmaları. Gerçek zamanlı veri, gelişmiş planlama sistemleri, tahminle-



me modelleri ve otomasyon çözümleri sayesinde daha hızlı, daha doğru ve daha öngörülebilir kararlar almayı hedefliyoruz. Üçüncü başlık uluslararası operasyonel standardizasyon. Farklı ülkelerde büyürken her lokasyonda aynı kaliteyi, aynı hizmet seviyesini ve aynı operasyonel disiplini sağlayabilmek bizim için kritik öneme sahip. Bu nedenle süreç standartlarımızı ve yönetim modelimizi sürekli geliştiriyoruz. Son olarak, bu dönüşümün merkezinde insan yer alıyor. Teknoloji önemli bir kaldıraç olsa da gerçek farkı; veriyi yorumlayabilen, değişime hızla uyum sağlayan, problem çözebilen ve sürekli gelişen ekipler yaratıyor. Bu nedenle liderlik gelişimine, veri okuryazarlığına ve çevik çalışma kültürüne yatırım yapmayı stratejik bir öncelik olarak görüyoruz.

Biz de LC Waikiki olarak geleceğe hazırlanırken odağımızı yalnızca büyümeye değil; çevik, dijital, sürdürülebilir ve insan odaklı bir tedarik zinciri modeli oluşturmaya yöneltiyoruz. Çünkü gerçek rekabet avantajının, sahip olduğunuz o kapasiteyi ne kadar akıllı yönettiğinizden doğduğuna inanıyoruz.

İŞ ORTAKLARINDAN SADECE HİZMET DEĞİL, ORTAK VİZYON BEKLİYOR

LC Waikiki Lojistik Genel Müdürü Mehmet Sait Baykara, lojistikte sürdürülebilir başarının güçlü iş ortaklıklarından geçtiğini belirterek, hizmet sağlayıcılarını yalnızca tedarikçi olarak değil, tedarik zincirinin stratejik paydaşları olarak gördüklerini söyledi. Müşteriye sunulan deneyimin önemli ölçüde iş ortaklarının performansıyla şekillendiğini ifade eden Baykara, bu nedenle seçim süreçlerinde maliyet kadar güvenilirlik, hizmet kalitesi, operasyonel mükemmellik ve değişime uyum kabiliyetine de büyük önem verdiklerini dile getirdi. "Hızlı moda sektöründe talep son derece dinamik. Sezon geçişleri, kampanyalar ve değişen müşteri beklentileri nedeniyle iş ortaklarımızın esnek, çözüm odaklı ve yüksek adaptasyon yeteneğine sahip olmalarını bekliyoruz" diyen Baykara, taahhüt edilen hizmet seviyesinin istikrarlı biçimde korunmasının ve operasyonel disiplinin vazgeçilmez kriterler arasında yer aldığını vurguladı. Teknoloji ve veri odaklı çalışma kültürünün de iş ortağı seçiminde belirleyici unsurlar arasında bulunduğunu kaydeden

Baykara, süreçlerini şeffaf şekilde yöneten, gerçek zamanlı veri paylaşabilen ve dijital yetkinlikleri güçlü şirketlerle uzun vadeli iş birlikleri kurmayı tercih ettiklerini söyledi. Baykara, yalnızca mevcut operasyonu yürüten değil, süreçleri geliştiren, verimlilik önerileri sunan ve birlikte değer üreten iş ortaklarıyla çalışmayı hedeflediklerini ifade etti.

Sürdürülebilirliğin de artık iş ortaklığı seçimlerinin ayrılmaz bir parçası olduğuna dikkat çeken Baykara, çevresel etkisini azaltan, iş sağlığı ve güvenliği standartlarını gözetken ve kaynaklarını verimli kullanan şirketlerle uzun soluklu iş birlikleri kurmayı amaçladıklarını belirtti. "Bizim için ideal iş ortağı; güvenilir, çevik, teknoloji ve veriyi etkin kullanan, sürekli gelişimi benimseyen ve sürdürülebilirliği iş yapış biçiminin ayrılmaz bir parçası haline getirmiş bir organizasyondur" ifadelerini kullanan Baykara, iş ortaklarını yalnızca bugünün operasyonlarını yöneten değil, geleceğin tedarik zincirini birlikte şekillendirdikleri stratejik paydaşlar olarak değerlendirdiklerini sözlerine ekledi.

F İstanbul

ufi
Approved
International
Event

Türkiye'nin lider gıda endüstrisi fuarı



Gıda ve İçecek

Kuru, Sert Kabuklu Meyveler
ve Atıştırmalık

FMCG ve Perakende

Gıda ve İçecek Üretim Teknolojileri Ambalaj ve Katkı Maddeleri

Bisküvi, Çikolata, Şekerleme

26 | AĞUSTOS
29 | 2026

İSTANBUL FUAR MERKEZİ



federal | sofuar

🌐 f-istanbul.com

✉️ august@f-istanbul.com

☎️ 0538 972 61 20

☎️ 0212 706 10 89

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

BATU LOGISTICS

Logistics redefined

ASKILI TAŞIMA GÜCÜYLE tekstili fabrikadan vitrine ulaştırıyor



Efe Göktuna

Tekstil taşımalarının toplam iş hacminde yüzde 30 paya sahip olan Batu Logistics, askılı giysilerin ütüleme ve yeniden paketleme ihtiyacı olmadan mağaza raflarına ulaşmasını sağlarken, GOH konteyner ve askılı treyler altyapısıyla sunduğu intermodal taşıma çözümleriyle moda sektörünün hız, zamanında teslimat ve ürün kalitesi beklentilerine yanıt veriyor. Batu Logistics Genel Müdürü Efe Göktuna ise Avrupa merkezli operasyonlarını güçlendirerek Kuzey Afrika, Orta Asya ve Orta Doğu pazarlarında büyüme hedefleri doğrultusunda yeni yatırımlara odaklandıklarını belirtti.

Tekstil lojistiği, şirketinizin faaliyetleri ve toplam iş hacmi içinde nasıl bir konuma sahip? Bu alanda hangi hizmetlerle müşterilerinize değer katıyorsunuz?

Toplam iş hacmimizin yüzde 30'luk kısmını tekstil ve hazır giyim sektörü taşımaları oluşturuyor. Gerçekleştirdiğimiz tekstil sevkiyatlarının yüzde 70'ini askılı giysiler, geriye kalan yüzde 30'unu ise kolili ürünler meydana getiriyor. Moda dünyasının doğası gereği sürekli değişen trendler, tüm dünyada olduğu gibi operasyonlarımızda da büyük bir hız ve dinamizm gerektiriyor. Biz de müşterilerimizin sezon ürünlerini tam zamanında vitrinlere ulaştırmaları için ihtiyaç duydukları bu hızı, entegre ve esnek lojistik modellerimizle sağlayarak tedarik zincirlerine stratejik bir değer katıyoruz.

İTERMODAL ASKILI TAŞIMA ALTERNATİFİ

Tekstil ve hazır giyim lojistiği alanında sunduğunuz çözümler, operasyonel altyapınız ve müşterilerinize sağladığınız avantajlar hakkında bilgi verebilir misiniz?

Askılı ürünlerin fabrikadan mağaza rafına ütü ve yeniden paketlemeye ihtiyaç duymadan ulaşmasını sağlıyoruz. Bu sayede hem işçilik maliyetlerinden tasarruf ediyor hem de kumaş kırışması ve deformasyon riskini en aza indiriyoruz.

Hassas tekstil ürünlerinin kalitesini ilk günkü gibi koruyarak hedefine ulaştırmak bizim için kritik bir öncelik. Bu doğrultuda operasyonel altyapımızda 300 adet 45 HCPW askılı (GOH) konteyner ve 32 adet askılı treyler bulunduruyoruz. Tekstil sektöründen yoğun talep gören 45' HCPW konteynerlerimizle piyasaya çok daha ekonomik bir intermodal askılı taşıma alternatifi sunuyoruz. Ayrıca hem kolili hem de askılı tekstil ürünlerinin

"Dijitalleşme vizyonumuz kapsamında bu yıl devreye alacağımız mobil uygulamayla müşterilerimize anlık sipariş takibi ve emisyon hesaplama gibi olanaklar sunacağız. Sürdürülebilirlik alanında ise intermodal altyapımızı genişleterek karbon salımını minimum seviyelere çeken çevreci taşıma modellerine odaklanıyoruz."

sevkiyatında kullandığımız çift sürücülü ekspres hizmet modelimizle sınır geçişlerini ve teslimatları çok daha güvenli, kesintisiz ve hızlı bir biçimde gerçekleştiriyoruz.

Avrupa başta olmak üzere hangi ülke ve pazarlarda faaliyet gösteriyorsunuz? Uluslararası ağıңыз müşterilerinize nasıl bir rekabet avantajı sağlıyor?

Hızlı üretim ve tedarik döngülerinin başarıyı belirlediği tekstil sektöründe, Avrupa ülkelerine güvenli teslimatlar yapabiliyoruz. Öncelikli ve en yoğun faaliyet gösterdiğimiz pazar Avrupa olmakla birlikte, hava ve deniz yolu kapasitemiz sayesinde 200'den fazla ülkeye doğrudan ulaşabilen geniş bir yapıya sahibiz. Almanya, İngiltere, İsviçre ve Doğu Avrupa coğrafyası başta olmak üzere kıta genelinde kurduğumuz bu yaygın ağı, müşterilerimize hem taşıma modları arasında esnek geçiş hem de rakiplerine karşı hız avantajı imkânı veriyor.

KONTROL KULESİ SİSTEMİYLE TÜM SÜREÇLER KONTROL ALTINDA

Hazır giyim üreticileri artık entegre çözümler talep ediyor. Batu Logistics bu beklentilere hangi özel lojistik çözümleriyle yanıt veriyor?

Bugün geldiğimiz noktada hazır giyim üreticilerinin yalnızca nakliye değil, tüm süreçlerin şeffaf yönetildiği kapsamlı bir yapı talep ettiğinin farkındayız. Bu nedenle "Control Tower" (Kontrol Kulesi) sistemimizi merkeze alarak taşıma, depolama ve sipariş süreçlerini tek elden uçtan uca koordine ediyoruz. Gebze, Büyükçekmece, Konya, Almanya ve

Bulgaristan'da bulunan toplam 75.000 metrekaresel gümrüklü ve gümrüksüz alanlarımızda serbest depo ve çapraz yükleme operasyonlarını yürütüyoruz. Tesislerimizde müşterilerimize özel kalite kontrol, barkodlama, etiketleme, ürün birleştirme, yeniden paketlenme ve stok yönetimi gibi katma değerli hizmetler sağlayarak onların asıl işlerine odaklanmalarını kolaylaştırıyoruz.

Tekstil ve hazır giyim lojistiğine yönelik önümüzdeki dönemde hangi yatırım alanlarına odaklanmayı planlıyorsunuz?

Önümüzdeki dönemde tekstil pazarından gelen artan talebi karşılamak için piyasada başarı yakalayan askılı intermodal operasyonlarımızı daha da genişletmeyi planlıyoruz. Uluslararası rotalarımıza Fas, Cezayir ve Tunus'u da dâhil ederek Kuzey Afrika açılımımızı hızlandırıyor; Avrupa pazarında ise İspanya, Fransa ve Portekiz operasyonlarımızın hacmini büyütmeyi hedefliyoruz. Dijitalleşme vizyonumuz kapsamında bu yıl devreye alacağımız mobil uygulamayla müşterilerimize anlık sipariş takibi ve emisyon hesaplama gibi olanaklar sunacağız. Sürdürülebilirlik alanında ise intermodal altyapımızı genişleterek karbon salımını minimum seviyelere çeken çevreci taşıma modellerine odaklanıyoruz.

YENİ COĞRAFYALARDA KAPASİTE ARTIRIYOR

Türk tekstil sektörünün yeni ihracat arayışları doğrultusunda Batu Logistics'in büyüme stratejisi nasıl şekilleniyor? Öncelik verdiğiniz yeni pazarlar veya ticaret koridorları bulunuyor mu?

Pazarındaki değişim ve yakın coğrafyadan tedarik eğilimi, ülkemizin lojistik ve üretim konumunu çok daha stratejik bir noktaya yerleştiriyor. Bu yapısal değişimi kalıcı bir fırsata dönüştürmek amacıyla maliyet kontrolü, operasyonel verimlilik ve dijital dönüşüme yüksek yatırımlar yapıyoruz. Güçlü olduğumuz Avrupa omurgasının yanı sıra, Kafkasya'da Azerbaycan, Orta Asya'da Kazakistan ve Özbekistan ile Orta Doğu'da Suudi Arabistan bölgesindeki kapasitemizi artırarak doğu-batı eksenindeki ticari varlığımızı stratejik olarak pekiştiriyoruz.

Önümüzdeki 5 yılda tekstil ve hazır giyim lojistiğinde hangi eğilimler öne çıkacak? Türkiye'nin bu alandaki rekabet gücünü artırması için lojistik sektörünün hangi alanlara odaklanması gerekiyor?

Önümüzdeki 5 yıl içinde sektörde başarıyı tayin edecek en büyük iki dinamik, sürdürülebilirlik ve ileri teknolojilerin adaptasyonu olacaktır. Avrupa Yeşil Mutabakatı ve Sınırda Karbon Düzenleme Mekanizması kuralları doğrultusunda karbon ayak izinin azaltılması, sektörel bir tercih olmaktan çıkıp rekabetin zorunlu kuralı hâline geldi. Bununla birlikte e-ticaretin getirdiği hız talebini karşılamak için yapay zekâ, blok zincir ve veri analitiğiyle desteklenen, şeffaf ve ölçülebilir esnek tedarik modelleri hayati rol oynayacak. Türkiye'nin bu yeni düzende rekabet gücünü artırabilmesi için lojistik sektörünün yeşil dönüşüme hızla uyum sağlamasının yanı sıra, sınır kapılarındaki bekleme sürelerini kısaltacak süreç iyileştirmelerine odaklanması büyük önem taşıyor. Zira operasyonel hızın artması, ihracat ve istihdam rakamlarımızı doğrudan yukarı çekecektir.



KOTON'un global başarısında

LOJİSTİĞİN STRATEJİK ROLÜ



Canan Mutlu

35 ülkede 464 mağaza ve online kanallarla birlikte yaklaşık 70 ülkede satış operasyonunu yöneten Koton, küresel tedarik zincirini güçlü tedarikçi ağı, entegre lojistik altyapısı ve çok kanallı operasyon modeliyle yönetiyor. Koton Global Lojistik Direktörü Canan Mutlu, "Hızlı modada başarının anahtarı, doğru ürünü doğru zamanda ve doğru pazarda müşterilerimizle buluşturabilmek" dedi.

Koton olarak tedarik zinciri ve lojistik organizasyonunuzu nasıl yapılandırıyorsunuz? Hızlı moda operasyonlarında başarıyı belirleyen temel unsurlar nelerdir?

Koton olarak bugün 35 ülkede 464 mağazayla faaliyet gösteriyor, e-ticaret ve diğer satış kanallarımızla birlikte yaklaşık 70 ülkede müşterilerimize ulaşıyoruz. Bu ölçekte ve geniş bir coğrafyada faaliyet gösteren operasyonumuzu hız, esneklik, güçlü iş birlikleri ve yerel kaynakların etkin kullanımı üzerine yapılandırıyoruz.

Yurt içindeki depolama faaliyetlerimizi tamamen kendi depolarımız ve ekiplerimizle yürütürken, yurt dışındaki operasyonlarımızda küresel ölçekte hizmet veren 3PL iş ortaklarımızla çalışıyoruz. Yaklaşık 230 tedarikçiden oluşan güçlü ağıımız farklı pazarlardaki talep değişimlerine hızlı ve çevik biçimde yanıt vermemizi sağlıyor.

Moda perakendesinde başarının temelinde yalnızca hız değil, çeviklik, doğru talep planlaması, uçtan uca stok görünürlüğü, güçlü tedarikçi ilişkileri ve operasyonel disiplin yer alıyor. Biz de veri odaklı planlama yaklaşımımız sayesinde doğru ürünü, doğru zamanda ve doğru pazarda ve tasarımdan itibaren 4 ila 8 hafta gibi kısa sürelerde nihai hale getirerek müşterilerimizle buluşturuyoruz.

DOĞRU ÜRÜN, DOĞRU PAZAR, DOĞRU ZAMAN

Yıllık lojistik hacminiz, yönettiğiniz SKU sayısı ve operasyonel büyüklüğünüz hakkında bilgi

verebilir misiniz? Bu ölçekte bir operasyonu yönetirken hangi KPI'ları önceliklendiriyorsunuz?

Koton olarak fiziksel mağazalarımızı, e-ticaret kanallarımızı, pazaryerlerini ve toptan satış operasyonlarımızı kapsayan yüksek hacimli ve çok katmanlı bir lojistik yapı yönetiyoruz. Yıllık ürün akışımız, sezon içerisinde devreye giren geniş SKU portföyümüz ve farklı ölçeklere uzanan dağıtım ağıımız, operasyonun sürekli ve eş zamanlı biçimde yönetilmesini gerektiriyor. Bu ölçekte önceliğimiz, doğru ürünün doğru miktarda, doğru kanalda ve doğru zamanda bulunmasını sağlamak. Bu nedenle stok doğruluğu, ürün bulunurluğu, sipariş karşılama oranı, zamanında teslimat performansı, stok devir hızı, sipariş hazırlama süresi, iade çevrim süresi ve birim başına lojistik maliyet gibi göstergeleri yakından takip ediyoruz. Veri odaklı yönetim yaklaşımımız sayesinde operasyonlarımızın performansını düzenli olarak ölçüyor, olası sorunları erkenden tespit ediyor ve iyileştirme alanlarını proaktif biçimde değerlendiriyoruz.

Moda sektöründe trendlerin ömrü giderek kısalıyor. Tasarımdan mağaza rafına kadar geçen sürenin kısaltılması adına tedarik zincirinizde ne tür uygulamalar hayata geçiriyorsunuz? Özellikle hız ve esnekliği nasıl dengeliyorsunuz?

Moda sektöründe hız ve esneklik artık yalnızca bir rekabet avantajı değil, operasyonun temel gerekliliklerinden biri. Biz de tüm ürün geliştirme ve tedarik süreçlerimizi bu anlayışla yönetiyo-

Koton, küresel moda perakendesinin önemli oyuncularından birisi olarak yer alıyor. Mağaza operasyonlarının yanı sıra e-ticaret, pazaryerleri ve toptan satış kanallarını da yöneten şirket, büyüme stratejisini destekleyecek entegre ve ölçeklenebilir bir lojistik yapıyı oluşturmayı hedefliyor. Koton Global Lojistik Direktörü Canan Mutlu, moda sektöründe lojistiğin yalnızca ürünlerin bir noktadan diğerine taşınması olmadığını vurgulayarak, "Lojistik; müşteri deneyiminin, ürün bulunurluğunun ve markanın büyüme kapasitesinin doğrudan bir parçası. Önümüzdeki dönemde önceliğimiz, tek stok yönetimi modelimizi daha ileri bir entegrasyon seviyesine taşımak ve tüm satış kanallarımızdaki görünürlüğü artırmak olacak" dedi. ABD pazarına girişin sınır ötesi operasyon kabiliyetlerini geliştirmek açısından önemli bir adım olduğunu belirten Mutlu, "Farklı pazarlardaki büyümemizi, yerel ihtiyaçlara uyum sağlayabilen ancak merkezi sistemlerle entegre çalışan bir lojistik modeliyle desteklemeyi sürdüreceğiz. Temel amacımız; doğru ürünü doğru pazarda ve doğru zamanda müşterilerimizle buluştururken daha verimli, izlenebilir ve sürdürülebilir bir operasyon yapısı oluşturmak" ifadelerini kullandı.

ruz. Etkin ürün planlaması, veri odaklı talep tahmini, güçlü tedarikçi iş birlikleri ve esnek üretim kapasitemiz sayesinde ürünlerimizi tam zamanında pazara sunabiliyoruz. Planlama sürecinin en başından itibaren satış verilerini, müşteri eğilimlerini ve pazar dinamiklerini analiz ederek üretim ve dağıtım kararlarımızı bu doğrultuda şekillendiriyoruz.

Hız ile esneklik arasındaki dengeyi ise yüksek yerel tedarik oranımız, tedarikçilerimizle kurduğumuz yakın çalışma modeli ve değişen koşullara hızla uyum sağlayabilen planlama kabiliyetimizle kuruyoruz. Amacımız yalnızca hızlı olmak değil kaliteyi, doğru ürün karmasını ve operasyonel verimliliği koruyarak pazara zamanında yanıt verebilmek.

ÇOK KANALLI YAPI LOJİSTİĞİN MERKEZİNE YERLEŞTİ

Omnichannel operasyonların lojistik süreçlerine etkileri neler oldu? Sipariş yönetimi, stok görünürlüğü ve iade süreçlerinde nasıl bir model benimsiyorsunuz?

Dijitalleşme ve değişen tüketici alışkanlıklarıyla birlikte çok kanallı yapı, lojistik operasyonlarımızın merkezine yerleşti. Müşteriler artık alışverişe bir kanalda başlayıp başka bir kanalda devam edebiliyor. Bu nedenle kanalları birbirinden bağımsız değil, aynı müşteri deneyiminin parçaları olarak yönetiyoruz.

Tek stok yönetimi anlayışı doğrultusunda mağaza ve e-ticaret stoklarımızı entegre ediyor, siparişlerin uygun durumlarda doğrudan mağazalarımızdan karşılanabildiği esnek modeller uyguluyoruz. Böylece stok görünürlüğünü artırırken ürün bulunurluğunu geliştiriyor ve teslimat sürelerini kısaltıyoruz.

Sipariş ve iade süreçlerinde de kanallar arasında mümkün olduğunca uyumlu, hızlı ve müşteri odaklı bir yapı kuruyoruz. Veri ve müşteri analitiğiyle desteklenen bu model sayesinde stoklarımızı daha etkin kullanıyor, kanallar

arasındaki geçişleri kolaylaştırıyor ve müşterilerimize kesintisiz bir alışveriş deneyimi sunuyoruz.

Koton son yıllarda lojistik altyapısı ve depo operasyonlarına önemli yatırımlar gerçekleştirdi. Önümüzdeki dönemde yeni depo, otomasyon veya uluslararası lojistik merkez yatırımları gündeminizde bulunuyor mu? Küresel büyüme hedefleriniz lojistik ağıınızı nasıl şekillendiriyor?

Lojistik yatırımlarımızı yalnızca fiziksel depo kapasitesini artırmak olarak değerlendirmiyoruz. Otomasyon, sistem entegrasyonu, veri görünürlüğü, süreçlerin sadeleştirilmesi ve dağıtım ağıının daha verimli hale getirilmesi de yatırım yaklaşımımızın önemli parçalarını oluşturuyor.

Küresel büyüme stratejimiz doğrultusunda lojistik ağıımızı daha esnek ve ölçeklenebilir bir yapıya dönüştürüyoruz. ABD pazarına Nordstrom pazaryeri aracılığıyla girişimizi gerçekleştirmiş olmamız da bu dönüşümün önemli adımlarından biri oldu. Türkiye merkezli güçlü tedarik kabiliyetimizi sınır ötesine taşıırken, ABD içerisindeki stratejik dağıtım çözümleri ve uluslararası hızlı lojistik iş birlikleriyle müşterilerimize etkin biçimde ulaşmayı hedefliyoruz.

Yeni depo, otomasyon ve uluslararası lojistik merkezi yatırımlarınıysa her pazarın büyüklüğü, müşteri talebi, teslimat beklentileri ve operasyonel verimlilik kriterleri doğrultusunda değerlendiriyoruz. Önceliğimiz, büyümeyi desteklerken kaynaklarımızı doğru kullanan, teknolojiyle güçlendirilmiş ve gerektiğinde hızla ölçeklenebilen bir lojistik yapı kurmak.

Sürdürülebilirlik hedefleri doğrultusunda tedarik zinciri ve lojistik süreçlerinde hangi alanlara odaklanıyorsunuz? İzlenebilirlik, sorumlu tedarik,



karbon emisyonlarının azaltılması ve döngüsel ekonomi konularında yürüttüğünüz çalışmalar hakkında bilgi verebilir misiniz?

Sürdürülebilirlik, Koton'un iş yapış biçiminin ve uzun vadeli büyüme yaklaşımının temel unsurlarından biri. Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesine uygun olarak çevresel ve sosyal sorumluluk anlayışımızı tedarik zincirimizin tüm aşamalarına entegre ediyoruz. Hammadde tarafında Better Cotton üyeliğimiz aracılığıyla daha sorumlu tarım uygulamalarını destekliyor, tedarik zincirimizin sürdürülebilir dönüşümüne katkı sağlıyoruz. SBTi ve CDP gibi uluslararası çerçeveler doğrultusunda çevresel etkilerimizi azaltmaya yönelik çalışmalarımızı başlattık.

Lojistik süreçlerimizde ise taşıma verimliliğini artıran, gereksiz seferleri ve tek kullanımlık ambalaj tüketimini azaltan uygulamalara odaklanıyoruz. Log D iş birliğiyle hayata geçirdiğimiz Milk Run modeli bu yaklaşımın önemli örneklerinden biri. Çok kullanımlı taşıma kasaları sayesinde tek kullanımlık ambalaj ihtiyacını azaltırken kaynak kullanımını ve operasyonel verimliliği geliştiriyoruz.

Bununla birlikte sürdürülebilir ürünlerin toplam ciro içindeki payını her yıl artırmayı, daha izlenebilir, sorumlu ve düşük çevresel etkiye sahip bir değer zinciri oluşturmayı hedefliyoruz.

LOJİSTİK İŞ ORTAKLARINDA ESNEKLİK VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ARIYOR

Koton Global Lojistik Direktörü Canan Mutlu, lojistik iş ortaklarını değerlendirirken yalnızca operasyonel kapasiteye değil, değişen pazar koşullarına uyum sağlayabilme yetkinliğine de önem verdiklerini belirtti. Hızlı moda sektöründe talep dalgalanmalarının yoğun yaşandığına dikkat çeken Mutlu, iş ortaklarından yoğun dönemlerde dahi hizmet kalitesini koruyabilecek, gerektiğinde kapasitesini hızla arttırabilecek esnek bir operasyon yapısı beklediklerini ifade etti. "İş ortaklarımızdan beklentimiz, hızla değişen pazar koşullarına

uyum sağlayabilecek operasyonel çevikliğe sahip olmaları" diyen Mutlu, sistem entegrasyonu, gerçek zamanlı veri paylaşımı ve performans takibinin de seçim kriterlerinde önemli bir yer tuttuğunu söyledi. Mutlu, lojistik çözüm ortaklarında iş sürekliliği, maliyet yönetimi ve hızlı çözüm üretme kabiliyetinin yanı sıra sürdürülebilirlik yaklaşımını da önemsediklerini vurgulayarak, çevresel etkilerini ölçen, kaynak verimliliğini gözetken, ambalaj ve emisyon azaltımına yönelik uygulamalar geliştiren iş ortaklarıyla uzun vadeli iş birlikleri kurmayı hedeflediklerini belirtti.



Cem Külâhçı

Depolamadan dağıtıma kadar tüm lojistik süreçlerini otomasyon, veri odaklı sistemler ve sürdürülebilir çözümlerle yeniden yapılandıran Derimod, tedarik zincirinde hız, esneklik ve verimlilik hedefiyle ilerliyor. Derimod Lojistik Müdürü Cem Külâhçı, yeni 3PL modeli, dijital entegrasyon yatırımları, yapıya zekâ destekli planlama sistemleri ve döngüsel ambalaj uygulamalarıyla daha çevreci, izlenebilir ve geleceğe hazır bir lojistik yapısı oluşturduklarını belirtti.

Derimod, lojistikte hız ve sürdürülebilirliği TEKNOLOJİYLE BULUŞTURUYOR

Derimod Lojistik Müdürü Cem Külâhçı, lojistiğin artık yalnızca ürünlerin bir noktadan diğerine taşındığı operasyonel bir süreç olmadığını, müşteri deneyimini ve marka rekabetini doğrudan etkileyen stratejik bir alan haline geldiğini söyledi. Dijitalleşme, otomasyon ve sürdürülebilirlik yatırımlarıyla tedarik zincirini yeniden şekillendirdiklerini belirten Külâhçı, "Yarın asırlık deri ve moda tecrübemizi teknoloji odaklı tedarik zinciri vizyonu ile buluşturuyoruz. Küresel krizler ve değişen pazar koşulları gösterdi ki gelecekte fark yaratacak olanlar; en çevik, en esnek ve en dijital tedarik zincirini kurabilen markalar olacak" dedi.

Değişen pazar dinamiklerine rağmen güçlü iş ortaklıkları, dijital altyapı yatırımları ve sürdürülebilirlik odaklı yaklaşımlarıyla perakende lojistiğinde standartları yükseltmeyi hedeflediklerini ifade eden Külâhçı, Derimod Lojistik ekibi olarak teknoloji ve çeviklik ekseninde yatırımlarını sürdürerek markanın büyüme yolculuğuna katkı sağlamaya devam edeceklerini kaydetti.

Perakende sektöründe değişen tüketici beklentileri, tedarik zinciri ve lojistik sü-

reçlerini yeniden şekillendiriyor. Sizce bugün moda ve hazır giyim sektöründe lojistik operasyonlarının öncelikleri neler? Derimod bu dönüşümü nasıl yönetiyor?

Bugün perakende sektörü, tarihin en dinamik ve tamamen tüketici odaklı dönemini yaşıyor. Artık modern tüketici yalnızca ürünü değil; o ürüne hangi kanaldan olursa olsun en hızlı, en şeffaf ve en esnek şekilde ulaşmayı talep ediyor. Bu beklenti, lojistiği arka planda çalışan bir destek birimi olmaktan çıkıp markaların en büyük stratejik rekabet avantajı haline getirdi. Moda ve hazır giyim lojistiğinde başarı, artık sadece maliyet kontrolüyle değil, pazara giriş hızını (**speed-to-market**) ne kadar kısaltabildiğinizle ölçülüyor. Derimod olarak bu dönüşümü proaktif bir yaklaşım, çapraz fonksiyonlu ekipler ve sürekli iyileştirme kültürüyle yönetiyoruz. Değişimi bir risk değil, rekabet avantajı olarak görüyoruz. Bu kapsamda;

Hız ve Çeviklik: Sezonların ve mikro-trendlerin baş döndürücü bir hızla değiştiği moda sektöründe, koleksiyonların doğru zamanda raflarda ve dijital kanallarda olması hayati önem taşıyor. Derimod olarak

2030 vizyonumuz kapsamında belirlediğimiz "Çevik Tedarik Zinciri" hedeflerimize uygun olarak, bizi geleceğe taşıyacak çok stratejik bir adım attık ve 3PL partnerimizi değiştirme kararı aldık.

Şeffaflık ve İzlenebilirlik: Modern lojistiğin en büyük önceliklerinden biri veri görünürlüğüdür. Müşterilerimiz ve iç paydaşlarımızın, bir ürünün depoya varışından nihai tüketiciye teslimatına kadar tüm aşamalarını anlık izleyebilmesi gerekir. Bu doğrultuda, depo yönetim sistemlerimiz (WMS) ile dağıtım entegrasyonlarımızı güçlendirdik. Gerçek zamanlı takip sistemleri ve dijital raporlama altyapımız sayesinde, tedarik zincirinin her halkasında analizler yapabiliyor ve operasyonel darboğazları anında tespit ederek proaktif aksiyon alıyoruz.

Otomasyon Odaklı 3PL Dönüşümü: Bu vizyonu yalnızca kağıt üzerinde bırakmıyor, operasyonel ortaklıklarımızda somut adımlarla hayata geçiriyoruz. Hız, sıfır hata ve ölçeklenebilirlik hedeflerimiz doğrultusunda, temmuz ayı itibarıyla yeni 3PL partnerimiz ile stratejik geçiş sürecini başlattık. Süreçlerimizi, tam otomasyonlu depoculuk standartlarında, otomasyon kasları çok güçlü bir altyapıya taşıyoruz. SCADA destekli yeni tesisteki

uçtan uca otomasyon sistemleri sayesinde hem mal kabul (inbound) hem de çıkış (outbound) operasyonlarımız tamamen dijitalleşiyor. Ürün kolileri akıllı konveyör bantları üzerinde ilerlerken, tepede konumlandırılan yüksek teknoloji barkod okuyucu (overhead scanner) ve sorter sistemleri sayesinde insan eli değmeden otomatik olarak taranıyor ve ayrıştırılıyor. Bu teknolojik yatırım, mal kabul süreçlerimizi benzersiz bir hızla ulaştırırken; çıkış süreçlerimizin de sıfıra yakın hata payı ve maksimum süratle gerçekleşmesini sağlıyor.

FARKLI LOJİSTİK SÜREÇLERE ÖZEL ÇÖZÜMLER

Derimod'un ürün gamında giysi, ayakkabı, çanta ve aksesuar ürünleri bir arada yer alıyor. Bu farklı ürün grupları lojistik süreçlerinde nasıl bir planlama gerektiriyor? Operasyonlarınızı yönetirken en kritik noktalar hangileri?

Derimod: deri giyim, ayakkabı, çanta ve aksesuar ürünlerini tek çatı altında sunan, sektörde eşine az rastlanan geniş bir ürün portföyüne sahip. Bu çok modlu yapı, portföyümüzdeki her kategorinin depolama, elleçleme ve dağıtım süreçlerinde farklı lojistik kaslar ve özel mühendislik çözümleri gerektiriyor.

Deri Giyim: Portföyümüzün en hassas grubunu oluşturan deri giyim ürünlerinde lojistik önceliğimiz korumadır. Depolama alanlarında kesintisiz sıcaklık ve nem takibi yapıyor, ürünleri doğrudan güneş ışığından izole edilmiş özel alanlarda muhafaza ediyoruz. Kırışma ve çatlama riskini ortadan kaldıran özel raflama ve askılı taşımacılık sistemleri kullanıyoruz. Deri yüzeyler çizilmeye ve baskı izlerine karşı son derece hassas olduğundan, ürünleri özel koruyucu ambalajlarla muhafaza ediyor, katı istifleme kuralları uyguluyor ve süreç boyunca "minimum temas" ilkesiyle hareket ediyoruz.

Ayakkabı: Model, beden (SKU) ve renk varyasyonlarının en yoğun olduğu bu grupta depo yerleşim planlaması (slotting) kritiktir. Hacimsel olarak büyük yer kaplayan ayakkabı kutularının yönetiminde, sipariş hazırlama süreçlerini minimumda tutmak adına depoda "Zone Picking" (Bölgesel Toplama) sistemini uyguluyoruz. Doğru ürünün doğru lokasyonunda konumlandırılması, toplama rotalarının optimizasyonunda anahtar rol oynuyor.

Çanta & Aksesuar: Bu gruptaki ürünlerimiz küçük hacimli ancak yüksek değerli (high-value) ürün kategorisindedir. Bu nedenle lojistik süreçlerimizde yüksek güvenlik önlemleri, gelişmiş lokasyon doğrulamaları, hatasız sayım doğruluğu ve ultra hızlı sipariş hazırlama süreçleri ön plana çıkıyor.

E-ticaret ve fiziksel mağazaların birlikte yönetildiği omnichannel yapı, depo ve dağıtım süreçlerinde nasıl bir dönüşüm yarattı? Sipariş yönetimi ve mağaza lojistiğinde ne gibi değişiklikler yaşadınız?

"Küresel pazarlarda rekabet edebilmek, kusursuz bir uluslararası tedarik zinciri görünürlüğü gerektirir. Yurt dışı operasyonlarımızda en büyük lojistik önceliklerimiz; gümrükleme süreçlerinin hızlandırılması, transit sürelerin optimizasyonu ve yerel kargo/lojistik partnerleriyle sağlanan kusursuz entegrasyondur."

E-ticaret ve fiziksel mağazaların birlikte yönetildiği omnichannel (çoklu kanal) modeli, geleneksel depo ve dağıtım süreçlerini kökten dönüştürdü. Artık izole çalışan depolar değil, tüm kanalları tek merkezden yöneten entegre bir sipariş orkestrasyon sistemi gerekiyor.

Depo ve Dağıtımda Dönüşüm: Omnichannel dinamikleri, depolarımızı yalnızca B2B bazlı toplu sevkiyat yapan geleneksel alanlar olmaktan çıkardı. Depolarımızı hem B2B (mağaza) hem de B2C (e-ticaret) operasyonlarını aynı anda, hibrit bir mimariyle yürütebilen mikro-dağıtım merkezlerine dönüştürdü. Eskiden haftalık periyotlarla mağaza beslemesi üzerine kurgulanan lojistik hattımız, artık dakikalar içinde tekil e-ticaret siparişi paketleyen ve aynı gün mağazalara hızlı ürün yetiştirebilen çevik ve dinamik bir yapıya evrildi.

Sipariş ve Mağaza Lojistiği: Bu süreçteki en büyük dijital hamlemiz, Sipariş Yönetim Sistemimizi (OMS) tamamen merkezileştirmek oldu. Mağaza stoklarımız ile ana depo stoklarımızı tek bir dijital havuzda birleştirdik. Bu sayede devreye aldığımız "Mağazadan Gönderim" (Ship from Store) modeliyle, e-ticaret müşterilerimize en yakın konumdaki mağazamızı birer mikro-depo gibi konumlandırdık. Bu hamle, teslimat sürelerimizi ve kargo maliyetlerimizi radikal şekilde düşürdü. Benzer şekilde, tüketicinin dijitalden alıp mağazadan ürünü teslim aldığı "Mağazadan Teslim Al" (Click & Collect) süreçlerinde de kusursuz bir arka plan lojistik akışı sağlayarak müşteri memnuniyetini en üst seviyeye çıkardık.

FAST FASHION SEZON BAZLI PLANLAMALARINI ORTADAN KALDIRDI

Moda sektöründe koleksiyonların yenilenme hızı giderek artıyor. Bu durum stok yönetimi, ürün planlaması ve lojistik operasyonlarını nasıl etkiliyor? Talep tahmini ve envanter optimizasyonunda hangi yöntemlerden yararlanıyorsunuz?

Moda sektöründe koleksiyon yenilenme hızının artması ve "fast fashion" dinamiklerinin sektöre hakim olması, geleneksel sezon bazlı statik planlamaları tamamen geçersiz kıldı. Depoda bekleyen veya durağan kalan



her ürün, perakende lojistiğinde ciddi bir maliyet ve alan kaybı anlamına geliyor. Derimod olarak bu pazar baskısına, veriye dayalı karar mekanizmaları ve esnek tedarik zinciri yapımızla yanıt veriyoruz.

Talep Tahmini: Geleceği öngörebilmek adına geçmiş satış verilerini, anlık mağaza içi tüketim trendlerini, coğrafi değişkenleri ve detaylı pazar analizlerini tek bir potada eritiyoruz. Hangi bölgede, hangi SKU'nun ne kadar satılacağını önceden öngörerek lojistik dağıtımını bu doğrultuda şekillendiriyoruz.

Envanter Optimizasyonu: Koleksiyonların hızlanması, lojistikte "Tam Zamanında" (Just-In-Time) felsefesini ve yüksek stok devir hızını (inventory turnover) zorunlu kılıyor. Bu amaca ulaşmak için ana depomuzdaki "Flow-Through" (Eş Zamanlı Giriş ve Sipariş Hazırlama) oranlarımızı ciddi ölçüde artırdık. Ürünler depolama alanlarında zaman kaybetmeden, mal kabul anında doğrudan tasnif edilerek bekletilmeksizin mağazalara ve ilgili kanallara sevk ediliyor. Bu sayede depolama yükümüzü hafifletirken, envanter verimliliğimizi maksimuma çıkarıyoruz.

ULUSLARARASI OPERASYONLARDA BÖLGESEL DEPO STRATEJİSİ

Derimod'un yurt dışı operasyonları da büyümeye devam ediyor. İhracat ve uluslararası mağaza operasyonlarında lojistik açıdan en büyük öncelikleriniz neler?



Hangi pazarlarda büyüme potansiyeli görüyorsunuz?

Küresel pazarlarda rekabet edebilmek, kusursuz bir "uluslararası tedarik zinciri görünürlüğü" gerektirir. Yurt dışı operasyonlarımızda en büyük lojistik önceliklerimiz; gümrükleme süreçlerinin hızlandırılması, transit sürelerin optimizasyonu ve yerel kargo/lojistik partnerleriyle sağlanan kusursuz entegrasyondur.

Büyüme vizyonumuz ve önceliklerimiz: Türkiye Cumhuriyetleri, Avrupa ve MENA (Orta Doğu ve Kuzey Afrika) bölgeleri Derimod için çok güçlü büyüme potansiyelleri barındırıyor. Küresel büyüme stratejimizde özellikle CIS (Bağımsız Devletler Topluluğu) ve Doğu Avrupa bölgelerinde doğrudan kendi yönetimimizde olan mağazalarımızla (own-retail) derinleşmeyi hedefliyoruz. Bu kararlılığımızın en somut adımı olarak, yakın zamanda Azerbaycan'da tamamen kendi yönetimimizde olacak 4 yeni mağazamızın açılışını gerçekleştirerek bu pazardaki lojistik operasyonlarımızı başlatıyoruz. Avrupa ve MENA pazarlarında ise küresel e-ticaret platformları ve pazaryerleri üzerinden dijital kanallarla büyümeye hız kesmeden devam ediyoruz.

Dağıtım Merkezi Stratejisi: Uluslararası siparişlerin teslimat sürelerini yerel pazar standartlarına çekmek en büyük hedeflerimiz arasındadır. Bu doğrultuda, sınır ötesi lojistikte (cross-border) hız kazanmak adına stratejik coğrafi noktalarda **bölgesel depo yönetimi veya uluslararası lojistik aktarma**

merkezleri (hub) kullanımı üzerine yenilikçi çözümler geliştiriyor, küresel tedarik zincirimizi pazar odaklı olarak merkezileştiriyoruz.

Sürdürülebilirlik artık moda sektörünün en önemli gündem maddelerinden biri. Lojistik süreçlerinde karbon emisyonunun azaltılması, ambalaj yönetimi ve taşıma modelleri konusunda nasıl bir yol haritası izliyorsunuz?

Sürdürülebilirlik artık bir tercih değil, kurumsal bir zorunluluktur. Moda sektörünün küresel karbon ayak izinin önemli bir bölümünün lojistik süreçlerinden kaynaklandığının bilincindeyiz. Derimod olarak yeşil lojistik alanında çok somut ve ölçülebilir adımlar atıyoruz.

Karbon Emisyon Azaltımı: Gelişmiş rota optimizasyon yazılımları kullanarak dağıtım araçlarımızın doluluk oranlarını maksimize ediyor ve boş kilometreleri (empty running) minimize ediyoruz. Şehirlerarası ve uluslararası sevkiyatlarımızda, operasyonel olarak mümkün olan her seferde karbon yoğunluğu yüksek taşıma modları yerine, deniz yolu ve intermodal gibi düşük emisyonlu, çevre dostu alternatifleri önceliklendiriyoruz.

Ambalaj Yönetimi ve Stratejik İş Birlikleri: Ambalaj yönetiminde ezber bozan bir dönüşüme imza attık. Sevkiyatlarda tek kullanımlık karton koli kullanımını ciddi oranda azalttık. Özellikle çanta ve aksesuar grubu sevkiyatlarımızda tekrar kullanılabilir, dayanıklı plastik koli modeline geçiş yaptık. Bu doğrultuda **yeşil lojistik ve döngüsel ambalaj çözümleri sunan stratejik iş ortağımız** ile yürüttüğümüz ortak çalışmalar neticesinde hem çevreci ve döngüsel çözümler geliştirdik hem de sarf malzemesi kullanımında çok ciddi bir maliyet ve zaman tasarrufu sağladık.

Tedarikçi Yönetimi: Tedarik zincirimizin sürdürülebilir olması, ekosistemimizdeki ortaklarımızın da bu vizyona eşlik etmesiyle mümkündür. Tek kullanımlık

paketleme malzemeleri yerine geri dönüştürülebilir biyobozunur paketleme malzemelerine geçiş sürecimizi başlattık. Aynı yüksek çevre standartlarını ve sürdürülebilirlik kriterlerini tüm tedarikçilerimizden de talep ediyor, ekosistemimizi yeşil dönüşüme teşvik ediyoruz.

Önümüzdeki dönemde moda ve hazır giyim lojistiğinde hangi eğilimlerin öne çıkacağını düşünüyorsunuz? Derimod'un bu değişime yönelik öncelikli yatırım ve dönüşüm alanları neler olacak?

Önümüzdeki dönemde moda ve hazır giyim lojistiğinde; hız, şeffaflık ve sürdürülebilirlik üçgeninde çok yoğun bir teknolojik dönüşüm dalgası bekliyoruz. Derimod olarak pazarın yönünü önceden tayin etmek ve bu değişime liderlik etmek adına yatırım ve dönüşüm alanlarımızı üç aşamalı bir yol haritasıyla netleştirdik:

Kısa Vadeli Hedeflerimiz: Mevcut WMS (Depo Yönetim Sistemi) altyapımızın otomasyon kaslarını (konveyör, sorter ve akıllı tarayıcı entegrasyonları ile) daha da güçlendirmek, tüm taşıma ve kargo partnerlerimizle uçtan uca dijital entegrasyonlarımızı tamamlamak ve anlık Kontrol Kulesi (Control Tower) üzerinden gerçek zamanlı raporlama kapasitemizi maksimuma çıkarmak.

Orta Vadeli Hedeflerimiz: Yapay zekâ destekli talep tahmini sistemlerimizi tedarik zincirimizin tamamında tam kapasiteyle devreye almak, döngüsel lojistik partnerimizle başlattığımız başarılı katlanabilir plastik koli modelini tüm ürün gruplarımıza yayarak sürdürülebilir ambalaj kullanımını arttırmak.

Uzun Vadeli Hedeflerimiz: Otonom depo teknolojilerinin (AGV / AMR robotik sistemler) operasyonlarımızda etkinliğini daha da arttırmak, hammaddeden nihai ürüne kadar blok zincir (blockchain) tabanlı izlenebilirlik altyapısını kurmak ve Derimod Lojistik olarak net-sıfır karbon lojistik hedeflerimize tamamen ulaşmak.

'DİJİTALLEŞMEYİ OPERASYONEL VERİMLİLİĞİN STRATEJİK KALDIRACI OLARAK GÖRÜYORUZ'

Derimod Lojistik Müdürü Cem Külâhçı, dijitalleşmeyi yalnızca teknoloji yatırımı olarak değil, operasyonel verimliliği artıran stratejik bir dönüşüm aracı olarak değerlendirdiklerini söyledi. Yapay zekâ, veri analitiği ve otomasyon teknolojilerinin tedarik zincirinin her aşamasında önemli katkılar sağladığını belirten Külâhçı, "Dijitalleşme yatırımlarımızı hızımızı, verimliliğimizi ve karar alma kalitemizi artıran stratejik bir kaldıraç olarak görüyoruz" dedi. ERP altyapısı ile depo yönetim sistemlerini (WMS) 3PL iş ortağıyla tam zamanlı ve çift yönlü entegre ettiklerini ifade eden Külâhçı, bu sayede mal kabullenme sevkijata kadar tüm depo süreçlerinde manuel müdahaleyi

en aza indirdiklerini kaydetti. Süreçlerin otomatikleşmesiyle operasyonel hata oranlarının sıfıra yakın seviyeye indiğini vurgulayan Külâhçı, insan kaynağını ise daha fazla katma değer üreten kontrol ve denetim süreçlerine yönlendirdiklerini dile getirdi. Yapay zekâ destekli talep tahmin modellerini aktif olarak kullandıklarını belirten Külâhçı, "Geçmiş satış verileri ile anlık piyasa dinamiklerini analiz ederek stok planlamasındaki hata payını önemli ölçüde azaltıyoruz. Doğru ürünü doğru zamanda doğru satış kanalında konumlandırarak hem stoksuz kalma riskini önleyor hem de atıl stok maliyetlerini minimum seviyeye indiriyoruz" ifadelerini kullandı.



TEKSTİL LOJİSTİĞİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK REKABETİ

Tekstil ve hazır giyim sektörü, dünyanın en dinamik ve en hızlı dönüşen sektörlerinden biridir. Moda trendlerinin hızla değişmesi, tüketici beklentilerinin çeşitlenmesi ve küresel tedarik zincirlerinin karmaşık yapısı, lojistiği sektörün en kritik fonksiyonlarından biri haline getirmiştir. Ancak uzun yıllar boyunca tekstil lojistiği; ürünlerin depodan mağazaya veya üretim tesisinden dağıtım merkezine en hızlı ve en düşük maliyetle ulaştırılması olarak değerlendirildi. Günümüzde ise bu yaklaşım yetersiz kalmaktadır. Artık lojistik yalnızca bir taşıma operasyonu değil; sürdürülebilirlik, kaynak verimliliği ve döngüsel ekonomi hedeflerinin merkezinde yer alan stratejik bir değer zinciridir.

Dünya genelinde tekstil sektörü, karbon emisyonu, su tüketimi ve atık üretimi açısından en yüksek etkiye sahip sektörlerden biri olarak gösterilmektedir. Sürdürülebilirlik denildiğinde çoğu zaman geri dönüştürülmüş kumaşlar, organik pamuk, yenilenebilir enerji veya çevre dostu üretim teknikleri akla gelmektedir. Oysa ürün mağazaya ulaşmaya kadar geçen lojistik süreç de çevresel etkinin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Ambalaj malzemeleri, tek kullanımlık karton kutular, streç filmler, plastik bantlar, etiketler ve tekrar eden taşıma operasyonları hem maliyetleri artırmakta hem de ciddi miktarda atık oluşturmaktadır.

Tam da bu noktada tekstil lojistiğine farklı bir perspektiften bakılması gerekmektedir. Asıl soru artık "Ürünü nasıl taşıyoruz?" değil, "Ürünü doğaya en az etkiyle nasıl dolaşıma sokuyoruz?" olmalıdır. Bu yaklaşım lojistiği operasyonel bir süreç olmaktan çıkarıp sürdürülebilir dönüşümün temel unsurlarından biri haline getirmektedir.

Döngüsel ekonomi anlayışı bu dönüşümün en güçlü araçlarından biridir. Geleneksel lojistik modeli, tek kullanımlık ambalajlar üzerine kuruludur. Ürün mağazaya ulaştığında karton kutular açılır, bantlar sökülür, streçler atılır ve tüm ambalaj malzemeleri atık haline gelir. Bu döngü her sevkியatta tekrar eder. Oysa yeniden kullanılabilir taşıma ekipmanlarıyla oluşturulan kapalı döngü lojistik modeli, aynı taşıma ekipmanlarının yüzlerce hatta binlerce kez kullanılmasını sağlayarak hem doğal kaynak tüketimini azaltır hem de operasyonel verimliliği artırır.

Tekstil sektörü açısından bu yaklaşım yalnızca çevresel bir kazanım sağlamaz; aynı zamanda iş süreçlerini de iyileştirir. Mağaza çalışanları tek kullanımlık ambalaj atıklarıyla uğraşmak yerine ürünleri daha hızlı teslim alabilir. Depolarda ambalaj yönetimi için ayrılan alan azalır. Atık toplama, ayrıştırma ve bertaraf süreçleri minimum seviyeye iner. Böylece lojistik operasyonu daha yalın, daha hızlı ve daha verimli hale gelir.

Sürdürülebilir lojistik aynı zamanda görünmeyen maliyetlerin de azaltılmasını sağlar. Şirketler çoğu zaman taşıma maliyetlerini detaylı şekilde analiz ederken ambalaj tüketimi, atık yönetimi, hasarlı ürünler, kayıp ürünler, mağaza operasyon süresi ve karbon

maliyetlerini yeterince dikkate almamaktadır. Oysa bütüncül bir bakış açısıyla değerlendirildiğinde lojistikte yapılan her iyileştirme, şirketlerin toplam sahip olma maliyetini önemli ölçüde düşürebilmektedir.

Avrupa Birliği'nin son yıllarda yürürlüğe aldığı düzenlemeler de bu dönüşümün hızını artırmaktadır. Özellikle Ambalaj ve Ambalaj Atıkları Tüzüğü (PPWR), ürünlerin yalnızca nasıl üretildiğine değil, nasıl pakletildiğine ve taşındığına da odaklanmaktadır. Tek kullanımlık ambalajların azaltılması, yeniden kullanım oranlarının artırılması ve kaynak verimliliğinin desteklenmesi, önümüzdeki dönemde şirketlerin rekabet gücünü doğrudan etkileyecektir. Bu nedenle tekstil markalarının sürdürülebilirlik stratejilerinde lojistik artık destekleyici değil, belirleyici bir unsur haline gelmektedir.

Dijitalleşme de bu dönüşümün vazgeçilmez parçalarından biridir. Akıllı takip sistemleri, IoT teknolojileri, veri analitiği ve yapay zekâ destekli planlama çözümleri sayesinde yeniden kullanılabilir taşıma ekipmanlarının nerede olduğu, kaç kez kullanıldığı ve hangi operasyonlarda görev aldığı anlık olarak izlenebilmektedir. Böylece hem operasyonel kontrol artmakta hem de sürdürülebilirlik performansı ölçülebilir hale gelmektedir. Ölçülebilen her performans ise geliştirilebilir ve raporlanabilir bir değere dönüşmektedir.

Tekstil sektöründe tüketicilerin beklentileri de değişmektedir. Yeni nesil tüketici yalnızca kaliteli ve sık ürünler satın almak istemiyor; aynı zamanda satın aldığı markanın çevreye ve topluma karşı sorumluluk almasını da bekliyor. Bir ürünün sürdürülebilir kumaştan üretilmiş olması kadar, mağazaya hangi yöntemle ulaştığı da marka algısını etkileyen önemli unsurlar arasında yer almaya başlamıştır. Bu nedenle lojistik, artık görünmeyen bir operasyon değil, marka değerini güçlendiren stratejik bir iletişim alanıdır.

Önümüzdeki yıllarda başarılı tekstil şirketlerini yalnızca en iyi tasarımı yapan veya en uygun maliyetle üretim gerçekleştiren firmalar belirlemeyecektir. Gerçek rekabet avantajı; kaynakları en verimli kullanan, karbon ayak izini azaltan, döngüsel ekonomi prensiplerini operasyonlarının merkezine yerleştiren ve sürdürülebilir lojistik sistemlerini benimseyen şirketlerde olacaktır. Çünkü geleceğin lojistiği daha fazla taşıma yapmak değil, daha akıllı, daha az kaynak kullanarak ve daha fazla değer üreterek hareket etmektir.

Sonuç olarak tekstil lojistiğine bakış açımızı değiştirmek zorundayız. Lojistik artık yalnızca ürünlerin bir noktadan diğerine taşınması değildir; doğal kaynakların korunması, atıkların azaltılması, karbon emisyonlarının düşürülmesi ve işletmelerin rekabet gücünün artırılması için stratejik bir dönüşüm alanıdır. Sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmak isteyen tekstil şirketleri, lojistiği yalnızca maliyet kalemi olarak değil, çevresel ve ekonomik değer yaratan bir yatırım olarak değerlendirmelidir. Çünkü geleceğin tekstil sektörü, yalnızca ne ürettiğiyle değil, o ürünü dünyaya nasıl ulaştırdığıyla da değerlendirilecektir.

Daha iyi bir dünya ve gelecek için sürdürülebilir lojistik ile kalın...

TREYLERLER RAYLARDA TAŞINACAK!

Türkiye Raylı Sistem Araçları Sanayi AŞ (TÜRASAŞ) tarafından yürütülen Tır Dorsesi Taşıma Vagonu Projesi'nde test süreçleri başladı. Kara yolu ile demir yolunu aynı taşıma zincirinde buluşturan vagonlardan bu

yıl içinde 100 adet üretilmesi planlanıyor.

Projede prototip üretiminin tamamlandığını belirten Ulaştırma ve Altyapı Bakanı Abdulkadir Uraloğlu, bu proje ile Türkiye'de ilke imza atarak lojistik taşımacılıkta yeni bir dönemin kapılarını aralaya-

caklarını belirtti. Uraloğlu, lojistik sektörüne daha çevreci ve ekonomik çözüm sunmak adına üretilcek yeni nesil vagonlar ile güçlü bir alternatif sunacaklarını belirtti. Uraloğlu, tır dorsesi taşıma vagonları sayesinde kara yolu lojistik sektörünün can damarı olan treylerlerin yerli ve milli imkanlarla üretilen yük vagonlarına yüklenerek demir yolu hattında da taşınabileceğini ifade etti.

Uraloğlu'nun açıklamasında şu ifadeler yer aldı: TÜRASAŞ'ta bu yıl içinde 100 adet üretmeyi planladığımız vagonlarımız ile milli demir yolu filomuzu daha da güçlendireceğiz. Test süreçlerinin ardından hizmete alacağımız bu vagonlar, kara yolu ve demir yolu taşımacılığını birbirini tamamlayan bir yapıya dönüştürerek daha verimli, daha ekonomik ve daha sürdürülebilir lojistik altyapısının oluşmasına katkı sağlayacak. Söz konusu vagonların kara yolu ile demir yolunu aynı taşıma zincirinde buluşturacağını belirten Uraloğlu, yüklerin uzun mesafede demir yolunun son kilometre dağıtımlarında ise kara yolundan avantajlarından faydalana-



Demiryolunda intermodal taşımacılık için yeni yol haritası hazır

Ulaştırma ve Altyapı Bakanı Abdulkadir Uraloğlu, AB destekli "Türk Demiryolu Sektöründe İntermodal Taşımacılık Hizmetlerinin Güçlendirilmesi Projesi"nin kapanış toplantısında, demiryolunun lojistikteki payını artırmaya yönelik yeni yol haritasını değerlendirdi. Uraloğlu, Türkiye'nin Orta Koridor ve Kalkınma Yolu projeleriyle küresel lojistikte stratejik konumunu güçlendirmeyi hedeflediğini söyledi.

Ulaştırma ve Altyapı Bakanı Abdulkadir Uraloğlu, Avrupa Birliği ile Türkiye tarafından ortaklaşa finanse edilen ***Türk Demiryolu Sektöründe İntermodal Taşımacılık Hizmetlerinin Güçlendirilmesi Projesi***nin kapanış toplantısında, Türkiye'nin demiryolu odaklı lojistik vizyonunu ve küresel ulaşım koridorlarındaki hedeflerini anlattı.

İntermodal taşımacılığın geliştirilmesine yönelik hazırlanan yol haritasının değerlendirildiği toplantıda konuşan Uraloğlu, ulaşım yatırımlarının yalnızca altyapı projeleri olmadığını belirterek, üretim, ihracat, istihdam ve bölgesel kalkınmayı destekleyen stratejik yatırımlar olduğuna dikkat çekti. "Ulaşım olmadan ticaret olmaz, ticaret olmadan üretim güçlenmez" diyen Uraloğlu, güçlü lojistik altyapının

ekonomik büyümenin temel unsurlarından biri olduğunu ifade etti.

Bakan Uraloğlu, son 24 yılda ulaşım ve altyapı alanında 355 milyar dolarlık yatırım gerçekleştirildiğini belirterek, 2002 yılında yaklaşık 11 bin kilometre olan demiryolu ağının bugün 14 bin kilometreye ulaştığını söyledi. Hâlen 4 bin 164 kilometrelik demiryolu hattında çalışmaların sürdüğünü aktaran Uraloğlu, ağın 2028 yılında 17 bin 287 kilometreye, 2053 vizyonu kapsamında ise yaklaşık 30 bin kilometreye çıkarılmasının hedeflendiğini kaydetti.

Konuşmasında küresel ticaret koridorlarının önemine de değinen Uraloğlu, Orta Koridor ve Kalkınma Yolu projelerinin Türkiye'yi Avrupa ile Asya arasında stratejik bir lojistik merkez haline getireceğini söyledi.

Türkiye'nin Orta Asya ve Uzak Doğu'dan gelen yükleri Orta Koridor üzerinden Avrupa'ya ulaştırmayı sürdürdüğünü belirten Uraloğlu, Kalkınma Yolu Koridoru

ile Basra Körfezi'nden başlayacak yeni ticaret hattının da Avrupa'ya uzanacağını ifade etti. Suudi Arabistan, Ürdün ve Suriye üzerinden planlanan demiryolu bağlantısının Körfez ülkelerini Avrupa'ya bağlayacak yeni bir ağ oluşturmalarının hedeflendiğini dile getiren Uraloğlu, bu süreçte Avrupa Birliği ile geliştirilecek iş birliklerinin projelere önemli katkı sağlayacağını söyledi.

Demiryolunun karbon emisyonlarının azaltılmasında en çevreci ulaşım modu olduğuna işaret eden Uraloğlu, yeni hatların ve yerli demiryolu araçlarının yeşil dönüşüm hedefleri doğrultusunda planlandığını belirtti.

Uraloğlu, Avrupa Birliği'nin Global Gateway stratejisi ile Türkiye'nin Orta Koridor ve güney koridorlarında yürüttüğü yatırımların birbirini tamamlayacağını ifade ederek, Türkiye'nin artık yalnızca transit bir ülke değil, üretim ve lojistik merkezi olarak da küresel tedarik zincirlerinde daha güçlü bir rol üstlendiğini söyledi.



SCANIA ve VOLKSWAGEN

ticari araç modelleri İstanbul Park'ta piste çıktı



Ömer Madazlıoğlu

Ozan Akbal

Scania'nın kamyon ve çekici modelleri ile Volkswagen Ticari Araç'ın Amarok'u, TOSFED İstanbul Park'ta düzenlenen test sürüşü etkinliğinde aynı pistte yer aldı. Etkinlikte markaların farklı kullanım alanlarına yönelik çözümleri gerçek sürüş koşullarında tanıtıldı.

Doğuş Otomotiv distribütörlüğündeki ticari araç markaları Scania ve Volkswagen Ticari Araç'ın öne çıkan modelleri, düzenlenen test sürüşü etkinliğinde otomotiv ve ticari araç basınıyla buluştu. Etkinlik kapsamında katılımcılar, hafif ticari araçlardan ağır vasıtalar uzanan geniş ürün gamını hem inceleme fırsatı buldu hem de gerçek sürüş koşullarında deneyimledi.

TOSFED İstanbul Park tesislerinde gerçekleştirilen etkinlikte, Volkswagen Ticari Araç markasının segmentindeki güçlü temsilcisi Amarok ile Scania'nın farklı operasyonel ihtiyaçlara yönelik geliştirdiği kamyon ve çekici modelleri test edildi. Bunun yanı sıra etkinlikte, Scania ve Volkswagen Ticari Araç markalarının ticari araç müşterilerinin farklı ihtiyaçlarına yanıt veren modelleri de sergilendi.

'SCANIA'NIN ÇEKİCİ VE KAMYON SEGMENTİNDEKİ GÜCÜNÜ SAHADA DENEYİMLEDİK'

Etkinlik kapsamında değerlendirmelerde bulunan Doğuş Otomotiv Scania Pazarlama Müdürü Ozan Akbal, şunları söyledi: "Scania'nın bugüne kadar ürettiği en gelişmiş, en verimli içten yanmalı motoru

ve güç aktarma sistemini barındıran Super Serisi ile İnşaat ve Yol Kamyonlarımızın gücünü sahada tekrar deneyimleme fırsatı bulduk. Yüzde 8 yakıt tasarrufu sağlayan ve emisyon değerleriyle taşımacılık operasyonları için yeni standartlar belirleyen Super modellerimizi ve İnşaat ve Yol Kamyon segmentinde hazır beton, damper ve mobil vinç uygulamalarına yönelik, müşteri ve pazar beklentilerini karşılayan ürünlerimizle sahadaydık. Müşteri odaklı yaklaşımımız doğrultusunda ürünlerimizin sağladığı operasyonel faydaları ve yenilikçi özellikleri daha yakından tanıtmaya devam edeceğiz."

'TİCARİ ARAÇ DÜNYASINA YALNIZCA ÜRÜN ODAKLI BAKMIYORUZ'

Etkinlikte konuşan Volkswagen Ticari Araç Pazarlama Müdürü Ömer Madazlıoğlu ise, Doğuş Otomotiv çatısı altında faaliyet gösteren iki güçlü ticari araç markasının yarattığı sinerjiye dikkat çekerek şunları söyledi: "Bugün yalnızca bir test sürüşü etkinliği için bir araya gelmiyoruz. Aynı zamanda ticari araç dünyasının farklı ihtiyaçlarına, çeşitlenen kullanım senaryolarına ve sürekli

gelişen müşteri beklentilerine ortak bir vizyonla yaklaştığımız özel bir deneyimi paylaşıyoruz. Müşterilerimizin iş yapış biçimlerini, günlük operasyonlarını ve sahadaki gerçek ihtiyaçlarını merkeze alıyor; geleceğe yönelik beklentilerini de bütüncül bir bakış açısıyla değerlendiriyor. Amacımız, yalnızca ürün sunan bir marka olmak değil, müşterilerimizin işine somut değer katan ve sürdürülebilir çözümler geliştiren güçlü bir iş ortağı olmaktır."

DOĞUŞ OTOMOTİV ÇATISI ALTINDA TİCARİ ARAÇLARA BÜTÜNCÜL YAKLAŞIM

Volkswagen Ticari Araç ve Scania'nın ortak etkinliği, Doğuş Otomotiv'in ticari araç dünyasına sunduğu geniş ve bütüncül bakış açısını bir kez daha ortaya koyarken; hafif ticari araçtan ağır vasıtaya uzanan ürün gamıyla iki güçlü markanın müşteri ihtiyaçlarına uçtan uca çözüm sunma kabiliyetini net bir şekilde gösterdi. Bu güçlü birliktelik, yalnızca ürün çeşitliliğini değil; aynı zamanda Doğuş Otomotiv'in müşteri odaklı, entegre ve geleceğe yön veren ticari araç yaklaşımının en somut ifadesi olarak öne çıkıyor.



Tolga Şenoğuz



Canalp Gündoğdu



Simon Curwood

FORD OTOSAN

ürün geliştirme ekibini yeni atamalarla güçlendirdi

Ford Otosan, ürün geliştirme organizasyonunu yeni atamalarla güçlendirdi. 1 Temmuz 2026 itibarıyla Tolga Şenoğuz Ürün Geliştirme Lideri, Canalp Gündoğdu Ürün Geliştirme Operasyonları Lideri, Simon Curwood ise Araç Donanım Sistemleri Mühendisliği Lideri olarak görevlerine başladı.

Ford Otosan, ürün geliştirme organizasyonunda gerçekleştirdiği yeni atamalarla mühendislik, teknoloji ve inovasyon odaklı dönüşümünü güçlendirmeyi sürdürüyor. Şirketin ürün geliştirme yapılanmasında hayata geçirilen bu atamalar kapsamında Tolga Şenoğuz Ürün Geliştirme Lideri, Canalp Gündoğdu Ürün Geliştirme Operasyonları Lideri, Simon Curwood ise Araç Donanım Sistemleri Mühendisliği Lideri olarak atandı.

Yaklaşık üç yıldır Ürün Geliştirme Lideri olarak görev yapan Ian Foston ise 30 Haziran 2026 itibarıyla görevinden ayrıldı. Foston, görev süresi boyunca Ford Otosan'ın stratejik mühendislik dönüşümüne, ürün geliştirme yapılanmasının güçlenmesine ve Ford'un küresel ürün geliştirme ekosistemiyle entegrasyonun ilerlemesine önemli katkılar sundu.

ÜRÜN GELİŞTİRME LİDERLİĞİ: TOLGA ŞENOĞUZ

Tolga Şenoğuz, 1999-2007 yılları arasında Amerika'da bir otomotiv şirketinde sekiz yıl görev yaptıktan sonra 2007'de Ford Otosan'a katıldı. Şenoğuz, Ford Otosan'da tasarım ve analiz motor

ve şanzıman geliştirme mühendisliği alanlarında farklı sorumluluklar üstlendi. 2018-2021 yılları arasında motor ve güç aktarma sistemleri mühendisliğine liderlik eden Şenoğuz, ardından ağır ticari araç mühendisliği alanında liderlik görevini yürüttü. 2021-2025 döneminde Ford Trucks Mühendislik Lideri olarak ekipler arası iş birliğini güçlendirdi; Ford Trucks & IVECO stratejik iş birliği dahil önemli projelere liderlik etti. Nisan 2025'ten bu yana Ürün Geliştirme Operasyon Lideri olarak görev yapan Şenoğuz, Ford Otosan'daki 18 yıllık deneyimiyle şirketin ürün geliştirme vizyonuna liderlik edecek.

ÜRÜN GELİŞTİRME OPERASYONLARI LİDERLİĞİ: CANALP GÜNDOĞDU

Canalp Gündoğdu, 2011 yılında göreve başladığı Ford Otosan'da, Ford Trucks iş geliştirme, Ford Otosan Akıllı Hareketlilik, İnovasyon, Yeni Girişimler, Girişim Yatırımları gibi farklı alanlarda görev aldı. 2019-2020 yılları arasında yurtdışı görevlendirmesiyle Ford'un Palo Alto ofisinde çalışan Gündoğdu, 2020-2022 arasında Akıllı Hareketlilik Lideri olarak Türkiye'nin ilk bağlantılı

araç projesine liderlik etti. 2022-2024 yıllarında Büyüme ve Akıllı Hareketlilik İş Alanı Lideri, 2024-2026 döneminde ise Araç Donanım Mühendisliği Lideri olarak görev yapan Gündoğdu, kalite iyileştirme, maliyet optimizasyonu, yapay zeka ve dijitalleşme projeleri ile sistem seviyesinde yönetimin güçlendirilmesine sunduğu katkılarla öne çıktı. Gündoğdu'nun yeni görevinde ürün geliştirme süreçlerinin etkinliğini daha da ileri taşıması hedefleniyor.

ARAÇ DONANIM SİSTEMLERİ MÜHENDİSLİĞİ LİDERLİĞİ: SIMON CURWOOD

Araç Donanım Sistemleri Mühendisliği Liderliği görevine atanan Simon Curwood ise Ford Motor Company'den Ford Otosan'a katıldı. Curwood, son olarak 2024-2026 yılları arasında Teknik Program Yönetimi Entegre Hizmetler Direktörü olarak görev yaptı. Daha önce ürün değeri yönetimi, otonom araç entegrasyonu ve gövde mühendisliği gibi alanlarda ABD, Asya-Pasifik ve Avustralya'da çeşitli liderlik görevleri üstlenen Curwood, küresel mühendislik deneyimiyle Ford Otosan'ın ürün geliştirme yetkinliğine katkı sağlayacak.

Koçfinans, Ford Otosan bünyesine katıldı

Ford Otosan, Koç Finansman A.Ş. paylarının devralınması sürecini tamamlayarak Koçfinans'ın tek hissedarı oldu. Şirket, bu adımla finansman kabiliyetini müşteri yolculuğunun daha entegre bir parçası haline getirerek otomotiv değer zincirindeki konumunu güçlendirmeyi hedefliyor.

Ford Otosan, 13 Mart 2026 tarihinde kamuya duyurduğu Koç Finansman A.Ş. paylarının devralınmasına ilişkin süreci tamamladı. Gerekli düzenleyici onayların alınması ve kapanış koşullarının yerine getirilmesinin ardından Ford Otosan; Koç Holding'in yüzde 50, Arçelik'in yüzde 47 ve diğer Koç Topluluğu şirketlerinin yüzde 3 oranındaki Koçfinans hisselerini devralarak şirketin tek hissedarı oldu. İşlem kapsamında pay devrine ilişkin ödeme nakden ve peşin olarak gerçekleştirildi.

Koçfinans, finansman sektöründeki öncü konumu, güçlü teknolojik altyapısı, veri odaklı uzmanlığı ve çok markalı portföy yapısıyla Türkiye'de finansman alanının önde gelen şirketleri arasında yer alıyor. Uzun yıllardır Ford ve Ford Trucks markalarının en büyük perakende finansman iş ortağı olan Koçfinans'ın Ford Otosan bünyesine katılması, şirketin müşterilerine ve bayilerine sunduğu değer önerisini daha entegre bir yapıya taşıyan stratejik bir adım olarak konumlanıyor.

FORD FİNANS: FORD VE FORD TRUCKS İÇİN DAHA GÜÇLÜ MÜŞTERİ YOLCULUĞU

Koç Finansman A.Ş.'nin mevcut tüzel kişiliği, BDDK denetimindeki lisanslı finansman şirketi yapısı ve çok markalı iş modeli korunacak. Ford ve Ford Trucks markalarına yönelik finansman faaliyetleri yeni dönemde Ford Finans markası altında, Ford Otosan ekosistemiyle daha entegre şekilde sürdürülecek. Ford Finans ile müşterilere araç satın alma sürecinden satış sonrası hizmetlere uzanan daha bütünsel, daha erişilebilir ve daha markayla uyumlu finansman çözümleri sunulması hedefleniyor. Koçfinans halihazırda hizmet verdiği diğer markalara yönelik aktif kredi ve finansman faaliyetlerine ise Koçfinans markası altında devam edecek.

GÜVEN ÖZYURT: REKABET, MÜŞTERİ YOLCULUĞUNU YÖNETME KABİLİYETİYLE ŞEKİLLENİYOR

Ford Otosan Genel Müdürü Güven Özyurt konuya ilişkin değerlendirmesin-



Y. Pinar Kitapçı

Güven Özyurt

de şunları söyledi: "Bugün otomotivde rekabet yalnızca doğru aracı üretmek veya müşteriye sunmakla sınırlı değil. Müşterinin araca eriştiği, finansman seçeneklerini değerlendirdiği, satış sonrası hizmet aldığı, dijital çözümlerden yararlandığı ve aracın toplam sahip olma maliyetini yönettiği tüm yolculuk artık tek bir değer önerisinin parçası haline geliyor. Koçfinans'ın Ford Otosan bünyesine katılmasının bu nedenle yalnızca bir satın alma işlemi olarak değil; müşterilerimize ve bayilerimize sunduğumuz deneyimi daha bütünsel hale getiren stratejik bir adım olarak görüyoruz. Finansman kabiliyetini müşteri yolculuğunun daha entegre bir parçası haline getirerek, Ford ve Ford Trucks müşterilerine daha erişilebilir, daha hızlı ve daha güçlü çözümler sunmayı hedefliyoruz. Bu yeni yapı, Ford Otosan'ın mobilite ekosistemini güçlendirirken Koçfinans'ın otomotiv finansmanı alanındaki deneyimini de daha geniş bir değer zincirine taşıyacak. Müşterilerimiz, bayilerimiz, iş ortaklarımız ve tüm otomotiv ekosistemimiz için sürdürülebilir değer yaratacağına inanıyoruz."

YEŞİM PINAR KİTAPÇI: KOÇFİNANS'IN UZMANLIĞINI DAHA DA GÜÇLÜ BİR EKOSİSTEME TAŞIYORUZ

Koçfinans Genel Müdürü Y. Pinar Kitapçı ise değerlendirmesinde şunları söyledi: "Koçfinans olarak finansman sektöründeki derin uzmanlığımızı, gelişmiş veri analitiği yetkinliklerimizi ve, güçlü teknolojik altyapımızı Ford Otosan'ın küresel gücüyle birleştirerek müşterilerimize ve iş ortaklarımıza değer yaratmaya devam edeceğimiz yeni bir döneme adım atıyoruz. Ford ve Ford Trucks ekosisteminde uzun yıllardır güvenle inşa ettiğimiz güçlü sinerjiyi, bu yeni yapıyla birlikte çok daha stratejik bir seviyeye taşıyoruz. Yeni dönemde Ford markalarına yönelik finansman faaliyetleri Ford Finans markası altında daha entegre bir yapıda devam ederken, Koçfinans olarak çok markalı hizmet yapımızı koruyarak diğer marka ve iş ortaklarımızla yürüttüğümüz aktif kredi ve finansman faaliyetlerini sürdüreceğiz. Ford Otosan ekosisteminin sağladığı geniş vizyonu, dijitalleşme ve finansal çözümlerdeki uzmanlığımızla birleştirerek tüm otomotiv değer zincirine yenilikçi ve kapsayıcı çözümler üretmeye hazırız."



RENAULT TRUCKS TÜRKİYE

Master Red EDITION ile uzmanlığını hafif ticari araçlara taşıdı

Renault Trucks Türkiye, Master Red EDITION ile hafif ticari araç segmentindeki çözüm alanını genişletirken, lansmana özel 1,2 milyon TL'ye kadar 9 ay vadeli yüzde 0 faizli finansman kampanyasıyla profesyonel kullanıcılara önemli bir yatırım avantajı sunuyor.

Renault Trucks Türkiye, Master Red EDITION ile ticari araç dünyasındaki çözüm alanını genişletti. Bu yeni yapılanma ile Renault Trucks Türkiye, özellikle ticari kullanıcılar ve filo müşterilerine yönelik uzmanlığıyla hafif ticari araç segmentinde de çözüm sunarak ticari araç pazarındaki erişimini daha da güçlendirmeyi hedefliyor. Avrupa'da Fransa, İngiltere ve İspanya başta olmak üzere birçok ülkede başarıyla uygulanan bu yapı, Türkiye'de de profesyonel müşterilere daha kapsamlı çözümler sunacak.

'TEK NOKTADAN DAHA KAPSAMLI ÇÖZÜMLER SUNACAĞIZ'

Renault Trucks Türkiye Başkanı Sebastien Delepine, konuyla ilgili şu değerlendirmelerde bulundu: "Renault Trucks olarak müşterilerimizin iş süreçlerini ve operasyonel ihtiyaçlarını yakından tanıyoruz. Bugün ağır ticari araç müşterilerimizin önemli bir bölümü aynı zamanda hafif ticari araç filosuna da sahip. Renault Trucks Master Red EDITION'ın Türkiye'de ürün gamımıza katılmasıyla birlikte müşterilerimize ihtiyaç duydukları çözümleri tek çatı altında sunabile-

cek, iş ortaklığımızı daha da güçlendireceğiz. Bu adım sadece ürün gamımızın genişlemesi anlamına gelmiyor. Aynı zamanda ticari araç alanındaki uzmanlığımızı, satış sonrası hizmetlerimizi ve operasyonel verimlilik odaklı yaklaşımımızı hafif ticari araç segmentine de taşıyoruz. Hedefimiz; müşterilerimizin toplam sahip olma maliyetini optimize eden, iş sürekliliğini destekleyen ve uzun vadeli değer yaratan çözümler sunmak."

FARKLI TİCARİ KULLANIMLARA UYGUN ÜRÜN GAMI

Renault Trucks Türkiye, ilk etapta Master Red EDITION'ın şasi kabin ve panelvan versiyonlarını satışa sunacak. Farklı gövde seçenekleri, uzunlukları ve teknik özellikleriyle birçok ticari kullanım alanının ihtiyaçlarına yanıt veren model ailesi; ihtiyaca yönelik üstyapı çözümleri sayesinde lojistikten dağıtım, belediye hizmetlerinden saha operasyonlarına kadar geniş bir kullanım yelpazesi sunuyor.

Profesyonel kullanıcılar için satın alma maliyetinden ziyade toplam sahip olma maliyeti en önemli kriterlerden biri olarak öne çıkıyor. Renault Trucks tarafından sunulan Master Red EDITION modellerinde bakım periyotları 30.000 kilometre olarak planlanıyor. Daha uzun

bakım aralıkları sayesinde servis ziyaretlerinin azaltılması hedeflenirken, araçların operasyon dışında kaldığı süre de minimum seviyeye indiriliyor. Böylece işletmeler operasyonel sürekliliklerini daha verimli şekilde sürdürebilirken, toplam sahip olma maliyetinde de önemli avantaj elde ediyor.

Renault Trucks, Renault Trucks Finansal Hizmetler kapsamında sunduğu finansman çözümleriyle esnek satın alma olanakları sağlarken, ikinci el hizmetleriyle de müşterilerine araçların yaşam döngüsü boyunca katma değer sunmayı hedefliyor.

3 YIL / 160.000 KİLOMETRE GARANTİYLE GÜVENCE ALTINDA

Renault Trucks Master Red EDITION modelleri, 3 yıl veya 160.000 kilometre üretici garantisiyle satışa sunuluyor.

Garanti süresi boyunca üretim kaynaklı oluşabilecek arızalarda sunulan parça ve işçilik desteği, işletmeler için öngörülebilir maliyet avantajı sağlıyor.

30.000 kilometrelik bakım aralıklarıyla desteklenen bu garanti yapısı, servis ziyaretlerini azaltırken araçların operasyon dışında kaldığı süreyi mini-

mum seviyeye indiriyor ve işletmelerin operasyonel sürekliliğine katkı sağlıyor.

Renault Trucks Master Red EDITION müşterileri, markanın ağır ticari araç alanındaki uzmanlığının yanı sıra yaygın satış ve servis ağı ile profesyonel satış sonrası hizmetlerinden de yararlanabilecek.

Ticari araç kullanıcıları için zamanın değerinin farkında olan Renault Trucks, uzman teknik kadrosu, hızlı servis anlayışı ve operasyon odaklı hizmet yaklaşımıyla araçların mümkün olan en kısa sürede yeniden yola çıkmasını hedefliyor.

Renault Trucks Master Red EDITION; bağlantılı araç teknolojileri, gelişmiş güvenlik sistemleri, düşük toplam sahip olma maliyeti, 3 yıl garanti süresi, uzun bakım aralıkları ve kapsamlı satış sonrası hizmetleriyle profesyonel kullanıcıların iş süreçlerine değer katarken, Renault Trucks'ın müşterilerine sunduğu çözüm ekosistemini de güçlendiriyor.

LANSMANA ÖZEL YÜZDE 0 FAİZLİ FİNANSMAN DESTEĞİ

Renault Trucks, Master Red EDITION'ın lansmanına özel yüzde 0 faizli finansman kampanyasıyla profesyonel kullanıcıların yatırım kararını destekliyor. Renault Trucks Finansal

Hizmetler (RTFS) tarafından hazırlanan kampanya kapsamında, 1.200.000 TL'ye kadar 9 ay vadeli yüzde 0 faizli kredi imkânı sunuluyor. Kampanya, özellikle nakit akışını koruyarak yatırım yapmak isteyen işletmeler için önemli bir finansman alternatifi oluşturuyor.

Ticari araç yatırımlarında satın alma maliyetinin yanı sıra finansmana erişim ve işlem hızının da büyük önem taşıdığına dikkat çeken Renault Trucks Finansal Hizmetler Türkiye Genel Müdürü Ertan Çolak, şu şekilde açıkladı; "Master Red EDITION'ın lansmanına özel olarak hazırladığımız bu kampanyayla profesyonel müşterilerimizin yatırım kararını kolaylaştırmayı hedefliyoruz. Müşterilerimize 900 bin TL'ye kadar 12 ay vadeli veya 1 milyon 200 bin TL'ye kadar 9 ay vadeli yüzde 0 faizli kredi seçenekleri sunuyoruz. Özellikle 1 milyon 200 bin TL'ye kadar 9 ay vadeli yüzde 0 faizli finansman, kredi tutarı ile vade arasındaki denge açısından müşterilerimize en yüksek finansman avantajını sağlayan optimum seçenek olarak öne çıkıyor. Yüzde 0 faizli finansman avantajının yanı sıra hızlı değerlendirme ve dijital başvuru süreçlerimiz sayesinde müşterilerimizin zaman kaybetmeden araç alımı yapabilmelerini sağlıyoruz. Renault Trucks Finansal Hizmetler olarak yalnızca kredi sunmuyor;

müşterilerimizin iş süreçlerini destekleyen, operasyonlarına hız kazandıran çözümler geliştiriyoruz."

BAŞVURUDAN KREDİ KULLANIMINA KADAR HIZLI SÜREÇ

RTFS tarafından geliştirilen süreç sayesinde Master Red EDITION müşterileri, minimum evrakla online başvuruda bulunabiliyor. Başvurular hızlı bir ön değerlendirmeden geçirilirken, sabah tamamlanan başvurular aynı gün, öğleden sonra yapılan başvurular ise ertesi iş günü sonuçlandırılıyor. Kredinin aynı gün kullanılabilmesi sayesinde işletmeler, araç teslim süreçlerini beklemeden faaliyetlerine hızlı bir şekilde başlayabiliyor.

Renault Trucks Türkiye Satış Direktörü Yusuf Adıgüzel ise kampanyayı değerlendirirken şunları söyledi: "Master Red EDITION ile hafif ticari araç pazarına güçlü bir giriş yaparken özel finansman koşulları sunuyoruz. Renault Trucks'ın satış, servis, satış sonrası hizmetleri ve Renault Trucks Finansal Hizmetler'in finansman çözümleri sayesinde müşterilerimiz tüm ihtiyaçlarını tek çatı altında karşılayabiliyor. Lansmana özel hazırlanan bu kampanyanın ticari kullanıcılar ve filo müşterileri için önemli bir fırsat oluşturacağına inanıyoruz."

İLK TESLİMAT MERSİN'E

Renault Trucks Türkiye'nin hafif ticari araç pazarındaki ilk modeli Master Red EDITION'ın Türkiye'deki ilk müşteri teslimatı tamamlandı. Renault Trucks yetkili bayisi Erman Ticari Araçlar tarafından teslim edilen 13 metre küp hacimli Master Red EDITION Panelvan L3H2, Silifke'de üç şubesiyle market işletmeciliği ve yem ticareti alanında faaliyet gösteren Köse Ticaret'in araç filosuna katıldı. Köse Ticaret Firma Sahibi Mustafa Özel, teslimat töreninde Master Red EDITION'ı tercih etme nedenlerini şu sözlerle anlattı: "Bizim işimizde araçlarımız gün boyunca sürekli yükleme, boşaltma ve dağıtım yapıyor. Marketlerimize ürün sevkiyatının yanı sıra yem ve tarım ürünlerinin taşınmasında da kullanıyoruz. Bu nedenle yükleme hacmi, kullanım kolaylığı ve sürüş konforu bizim için çok önemliydi. Geniş yükleme alanı, yüksek tavanı ve zengin standart donanımıyla Renault Trucks Master Red EDITION operasyonlarımız için en uygun tercih oldu."

Erman Ticari Araçlar Satış Danışmanı Özgen Açıkgöz ise teslimatı gerçekleştirilen Master Red EDITION'ın profesyonel kullanıcıların ihtiyaçları doğrultusunda geliştirildiğini belirterek şu değerlendirmede bulundu: "Aracımızın en önemli avantajlarından biri, Red EDITION paketinde birçok

donanımın standart olarak sunulması. Düz yükleme zemini, geniş yükleme alanı ve yüksek tavan yapısı sayesinde paletli yüklemelerde büyük kolaylık sağlıyor. Köse Ticaret'in marketlerine ürün dağıtımının yanı sıra tarım ekipmanlarını da taşınması nedeniyle bu özellikler tercih sürecinde belirleyici oldu. Sürücü odaklı kokpit tasarımı, geniş görüş açısı ve tüm kumandaların kolay erişilebilir şekilde konumlandırılması da müşterimizin en çok beğendiği özellikler arasında yer aldı. Renault Trucks Master Red EDITION, konfor, güvenlik ve operasyonel verimlilik açısından profesyonel kullanıcıların beklentilerine güçlü bir şekilde yanıt veriyor."



Volvo Trucks, tek şarjla 700 kilometreye kadar menzil sunan yeni Volvo FH Aero Electric'in yanı sıra, 470 kilometreye kadar menzile sahip yeni nesil FH, FM ve FMX Electric modellerini tanıttı. Yeni araçlar, ağır ticari taşımacılıkta elektrifikasyonun kapsamını genişletirken uzun yol operasyonlarında da yeni bir dönemin kapısını aralıyor.



Kıvanç Kızılkaya

VOLVO TRUCKS, 700 kilometreye varan menzilli yeni nesil elektrikli araçlarını tanıttı

Volvo Trucks, yeni modelleri ile menzil standartlarını yeniden belirliyor. Volvo Trucks'ın uzun menzilli yeni elektrikli çekicisi Volvo FH Aero Electric, tek şarjla 700 km'ye kadar* yol kat edebiliyor. İkinci olarak; esneklik, verimlilik, sürüş konforunda önemli iyileştirmeler sunan ve 470 km'ye kadar menzile sahip* yeni nesil ağır hizmet tipi Volvo FH, FM ve FMX Elektrikli kamyonlar, daha fazla taşımacılık görevi için elektrikli kamyon kullanımına geçmeyi mümkün kılıyor.

Marubeni Dağıtım ve Servis Ticari Araçlar COO'su Kıvanç Kızılkaya; "Volvo Trucks her zaman 'en iyiyi nasıl yapabiliriz' hedefiyle çalışıyor. Elektrikli kamyonlarda ilk seri üretime geçen marka Volvo Trucks olurken, Türkiye pazarına 16 ton üstü ilk elektrikli çekiciyi sunan şirket de Volvo Trucks oldu. Türkiye, Volvo Trucks markasını temsil eden 90 ülke içinde elektrikli çekici teslimatı yapılan ilk 3 ülkeden biri konumunda. Türkiye pazarına sunduğumuz ilk elektrikli Volvo Trucks çekiciler yollarımızda aktif olarak çalışmaya devam ediyor. 700 kilometreye kadar elektrikli menzil sunabilen yeni Volvo FH Aero Electric ile ağır ticari araç sektöründe yeni bir seviyeye ulaştık" dedi.

MEGAWATT ŞARJ VE YÜKSEK TAŞIMA KAPASİTESİ

Yeni uzun menzilli çekici Volvo FH Aero Electric, yeni bir tahrik sistemi

teknolojisi olan e-aks sayesinde tek şarjla 700 km'ye kadar yol kat edebiliyor ve bu da araçta önemli ölçüde daha fazla batarya kapasitesi için yer açıyor. Kamyon, yeni MCS (Megawatt Şarj Sistemi) standardına uyarlanarak, 8 bataryanın %20'den %80'e kadar şarj edilebilmesi yaklaşık 50 dakika sürüyor. Bu da, şarj süresinin AB'deki kamyon sürücüler için yasal olarak belirlenen dinlenme süresi içinde yapılabileceği ve böylece yüksek verimliliğe katkı sağlanılabileceği anlamına geliyor.

Volvo Trucks Başkanı Roger Alm, "Geliştirdiğimiz ve genişlettiğimiz ürün yelpazemizde taşımacılık görevleri için sunduğumuz elektrikli çözümlerimize; 700 km'ye kadar menzile sahip son teknoloji ürünü bir elektrikli çekiciyi de ekliyoruz. Dünya genelindeki kamyon taşımacılığının büyük bir bölümünün gelecekte elektrikli araçlar tarafından gerçekleştirileceğine olan inancımızda kararlıyız. Yeni kamyonlarımızın muhteşem performansı göz önüne alındığında, bunun nedenini anlamak kolay. Sektörün en iyisi konumuna gelen uzun yol elektrikli kamyonlarımız olağanüstü menzili, yüksek yük taşıma kapasitesi, hızlı şarj ve mükemmel sürüş konforuyla birleştiriyor. Bu kamyonla müşterilerimiz, dizel kamyonlarla aynı verimlilikle, gerçekten uzun mesafeler kat edebilir ve tüm iş günü boyunca çalışabilirler" dedi.

470 KM'YE KADAR MENZİL

Yeni Volvo FH, FM ve FMX elektrikli kamyonlar, farklı uygulamalarda maksimum esneklik sağlamak üzere tasarlanan, tamamen yeni bir tahrik sistemine sahip. Mükemmel sürüş performansı sunan bu sistem, sürücünün kamyonu sürerken beton mikseri, kancalı kaldırma platformu veya çöp toplama ünitesi gibi yardımcı ekipmanlara ekstra motor veya eklentiye ihtiyaç duymadan, güç sağlayacak şekilde tasarlandı. Bu, sürüş sırasında kullanım imkanı sağlayan, artırılmış işlevselliğe sahip entegre bir şanzıman güç çıkışı (PTO) sayesinde mümkün oluyor. Kamyonlar 470 km'ye kadar menzile sahip olabiliyor ve yaklaşık 65 dakikada %20'den %80'e kadar şarj edilebiliyor.

Volvo Trucks Başkanı Roger Alm; "Yeni nesil Volvo FH, FM ve FMX Electric, yeni ve akıllı fonksiyonlarla donatılmış olup, sürücüye büyük konfor sunuyor ve çok çeşitli taşımacılık görevleri için sıfır egzoz emisyonlu ulaşımı mümkün kılıyor" dedi.

TÜM KAMYONLARDA PÜRÜZSÜZ VİTES GEÇİŞLERİ

Yeni Volvo FH, FM ve FMX Electric ve 700 km menzile ulaşabilen Volvo FH Aero Electric, daha akıcı ve kontrollü performans sağlamak için çift elektrikli motorla senkronize edilen bir şanzıman ile donatılıyor. Yeni Volvo FH, FM ve FMX Electric'te 8 vitesli; Volvo FH Aero

Electric'te 6 vitesli olan yeni Powershift şanzımanlar, pürüzsüz vites geçişi sunuyor ve daha konforlu bir çalışma günü için daha az gürültü ve titreşim üretiyor.

KISACA UZUN MENZİLLİ VOLVO FH AERO ELECTRIC

» **Kullanım alanları:** Uzun mesafeli ve şehirlerarası taşımacılık, bir günde 700 km'den fazla mesafe kat etmek.

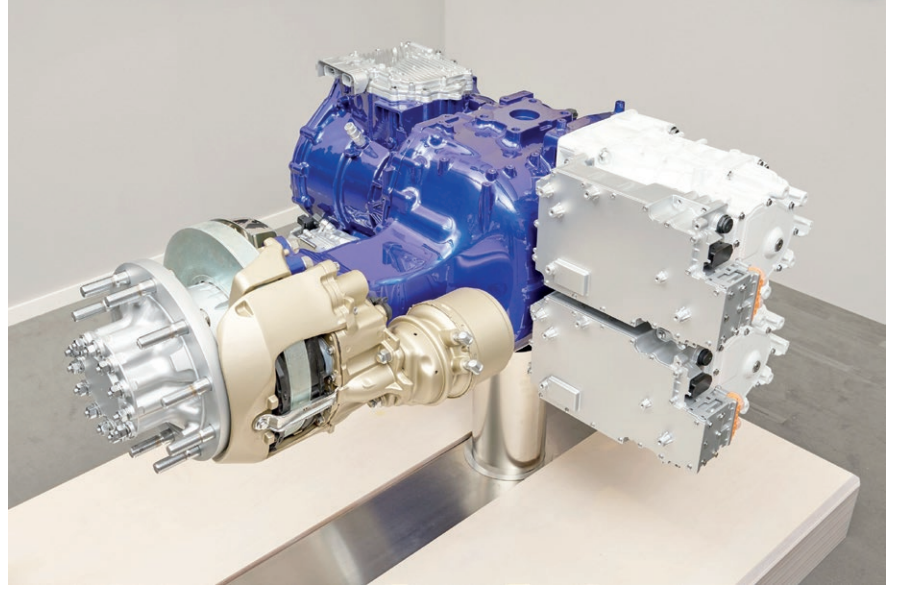
» **Temel özellikler:** İki elektrik motoru ve 6 vitesli şanzımanı arka aksa entegre eden kompakt e-aks, şasi alanında daha fazla batarya için yer açıyor. 460 kW'a (623 HP) kadar güç çıkışı. Daha fazla kullanılabilir enerji ve daha yüksek şarj hızı, merkezden merkeze rotalar ve iki vardiyalı çalışma için ideal.

» **Toplam kapasite:** 48 tona kadar brüt kombine ağırlık (GCW). Menzil ve yük kapasitesi arasındaki dengeyi optimize etmek için esnek batarya konfigürasyonu. 28 tona kadar yük kapasitesi.

» **Menzil:** Tek şarjla 700 km'ye kadar*

» **Şarj:** 700 kW MCS (Megawatt) ile %20-80 arası yaklaşık 50 dakika. 350 kW CCS (Birleşik Şarj Sistemi) ile %20-80 arası yaklaşık 85 dakika.

» **Özel özellik:** Soğutma üniteleri için elektrik güç çıkışı (EPS) özelliği sayesinde



ayrı bir dizel jeneratöre olan ihtiyaç ortadan kalkıyor.

KISACA YENİ NESİL VOLVO FH, FM VE FMX ELECTRIC

» **Kullanım alanları:** Karayolu inşaatı, bölgesel dağıtım, kentsel lojistik, altyapı, atık ve ağır özel uygulamalar.

» **Temel özellikler:** Elektrik torkunu en üst düzeye çıkarmak için özel olarak tasarlanmış 8 vitesli şanzımana sahip yeni çift motorlu tahrik sistemi. 540 kW'a (731 HP) kadar güç çıkışı.

» **Esneklik:** Daha ağır yükler ve zorlu arazi koşulları için tasarlanmıştır; maksimum esneklik için çift tahrik aksı ve düşük vites oranıyla donatılabilir.

» **Menzil:** Tek şarjla 470 km'ye kadar*

» **Toplam kapasite:** 65 tona kadar Brüt Kombine Ağırlık (GCW). Menzil ve yük taşıma kapasitesi arasında dengeyi optimize etmek için esnek batarya konfigürasyonu. 23,8 tona kadar yük taşıma kapasitesi (4x2 çekici).

» **Şarj:** 350 kW CCS (Birleşik Şarj Sistemi) ile yaklaşık 65 dakikada %20-80 şarj.

» **Özel özellik:** Vinçler, kancalı kaldırma araçları veya damperli kasalar için çeşitli güç çıkış çözümleriyle (Ayrı motorlar veya çift motor çıkışı) çoklu konfigürasyonlar. Kamyon ve kasa aynı anda çalıştırılabilir.

FOSİL YAKITSIZ ULAŞIMA DOĞRU

Volvo Trucks, 2040 yılına kadar net sıfır emisyon hedefine ulaşmak için fosil yakıtsız ulaşım geçişe odaklanıyor. Bu geçiş, bataryalı elektrikli, yakıt hücreli elektrikli ve yeşil hidrojen, biyogaz, biyodizel veya HVO (hidrojene işlenmiş bitkisel yağ) gibi yenilenebilir yakıtlarla çalışan içten yanmalı motorlara dayalı üç yönlü bir teknoloji stratejisi kullanılarak gerçekleştiriliyor.

*Menzil; hava koşulları ve rüzgar direnci gibi dış etkenlerin yanı sıra kamyonun toplam ağırlığı ve sürücünün performansı gibi diğer faktörlere göre değişiklik gösterebilir.





TIRSAN

Kasva Uluslararası Taşımacılık filosuna 18. Tirsan'ını kattı

Tirsan, Kasva Uluslararası Taşımacılık'a Tenteli Perdeli Multi-Ride teslimatı gerçekleştirdi. Bu teslimatla birlikte Kasva Uluslararası Taşımacılık'ın yalnızca Tirsan araçlarında oluşan filosu 18 adede ulaştı. Tirsan Adapazarı Mega Üretim Kampüsü'nde gerçekleştirilen teslimat törenine Kasva Uluslararası Taşımacılık Firma Sahibi Harun Erdem, Kasva Uluslararası Taşımacılık Firma Sahibi Ali Erdem ve Tirsan Treyler Satış İcra Kurulu Üyesi Recep Öndal Demirci katıldı. Kasva Uluslararası Taşımacılık Firma Sahibi

Harun Erdem teslimat töreninde yaptığı açıklamada şunları söyledi: "Nakliyecilik hayatımıza bir Tirsan ile başladık ve bugün işimizi büyütürken Avrupa'nın önemli hatlarında, farklı ürün gruplarına yönelik taşımacılık faaliyetlerimizi sürdürüyoruz. Tirsan'ı tercih etmemizde ilk elden tecrübe ettiğimiz, kaliteli üretimi, Türkiye ve Avrupa yol şartlarına uygunluğu, düşük işletme maliyeti, uzun vadeli kullanımda sunduğu güven ve güçlü servis ağı etkili oldu. Filomuzu büyütürken yatırımımızın sahadaki karşılığını Tirsan ile alacağımızı net olarak

biliyoruz. Önümüzdeki yatırımlarımızda da tercihimiz Tirsan'dır." Tirsan Treyler Satış İcra Kurulu Üyesi Recep Öndal Demirci teslimat töreninde yaptığı değerlendirmede şunları söyledi: "Kasva Uluslararası Taşımacılık, sektörümüzün içinde yetişen çalışkanlıkları ve girişimcilikleriyle güçlenerek büyüyen kıymetli iş ortağımızdır. Tirsan araçlarımız, Kasva Uluslararası Taşımacılık'ın güçlenerek büyüyen operasyonlarında rekabet güçlerini artıracaktır. İş birliğimizin önümüzdeki dönemde de güçlenerek devam etmesini temenni ediyoruz."

Demiral Uluslararası Nakliyat'a Tirsan'dan 5 adet tenteli treyler teslim aldı

Tirsan, Demiral Uluslararası Nakliyat'a 5 adet Yeni Nesil Tenteli Perdeli Multi-Ride teslim etti. Bu yeni yatırım ile Demiral Nakliyat, operasyonel verimliliğini artırarak uluslararası taşımacılık kapasitesini daha da güçlendirdi. Teslimat, Tirsan Adapazarı Mega Üretim Kampüsü'nde gerçekleştirildi. Törene Tirsan Treyler Yönetim Kurulu Başkanı Çetin Nuhoglu ile Demiral Uluslararası Nakliyat Genel Müdürü Cihat Turhan katılım gösterdi. Tirsan Treyler Yönetim Kurulu Başkanı Çetin Nuhoglu teslimat töreninde yaptığı konuşmada, "Sektörümüzün köklü geçmişinin temsilcilerinden Demiral Uluslararası Nakliyat'ın 30. yılını kutluyorum. İhsan Bey'i yakından tanıyor, bugün ikinci nesil temsilen görev alan Cihat Turhan ile bu güçlü yapının başarıyla devam ettiğini görmekten memnuniyet duyuyorum. Nesilden nesile aktarılan bu sürdürülebilir yapı, sektörümüz adına da önemli bir değerdir. İş birliğimizin önümüzdeki dönemde de devam edeceğine inanıyorum. Hayırlı olsun" dedi. Demiral Uluslararası Nakliyat Genel Müdürü Cihat Turhan ise yatırımlarını şu

sözlerle değerlendirdi: "Tirsan'ı dayanıklılığı, 30 yıldır içinde olduğumuz sektöre verdiği güven ve operasyonel ihtiyaçlarımıza uygun yük güvenliği çözümleri nedeniyle tercih ediyoruz. Bu yatırım ile de müşterilerimize sunduğumuz hizmet kalitesini daha da artırmayı ve operasyonel sürekliliğimizi

güçlendirmeyi hedefliyoruz. Bugün itibarıyla filomuzda bulunan 25 adet Tirsan aracı ile uluslararası operasyonlarımızı sürdürürken, büyüme planlarımız doğrultusunda yatırımlarımıza devam ederek Tirsan ile iş birliğimizi önümüzdeki dönemde de sürdürmeyi planlıyoruz."





SCHMITZ CARGOBULL

Daren Lojistik, filosunu 15 Schmitz Cargobull treyler ile güçlendirdi

Oğuz Holding grup şirketlerinden olan ve Sariyer Kola markası ile Milli Takımlar Resmi İçecek Sponsoru olan Daren Lojistik, Schmitz Cargobull'dan 15 adet Simple Varios Tenteli Treyler teslim aldı. Daren Lojistik tesislerinde gerçekleştirilen teslimat törenine Daren Lojistik Genel Müdürü Hüseyin Has ve Schmitz Cargobull Akdeniz Bölge Müdürü Kerim Ballı katıldı. Törende kısa bir açıklama yapan Daren Lojistik Genel Müdür Hüseyin Has: "Schmitz Cargobull alım kararımızda, 2023 yılında

gerçekleştirdiğimiz 10 adet S.CS Simple Varios Tenteli Treyler'den edindiğimiz tecrübe etkili olmuştur. Markanın yüksek ikinci el değeri, galvanizli şasi ve üst yapısı, perçin vida teknolojisinin sağladığı esneklik, dayanım ve uzun ömür, Schmitz Cargobull dingil ve süspansiyon sisteminin yarattığı memnuniyet etkili olmuştur. Taşımamızı yaptığımız meşrubat ürünleri için Schmitz Cargobull Treyler'lerin hafifliği bize önemli bir avantaj sağlamıştır. Ayrıca, yeni araçların üzerindeki standart donanım olan TrailerConnect ile uydu bağlantılı araç

bilgi sistemi yeni siparişimizde Schmitz treylerlerini tercih etmemize sebep oldu. İşbirliğimizin hayırlı olmasını diliyorum" dedi. Schmitz Cargobull Akdeniz Bölge Müdürü Kerim Ballı ise, "Mukavemeti yüksek şasi ve üst yapımız, akıllı treyler sistemimiz, her nakliye için uygun modüler yapımız, Türkiye ve Avrupa çapında geniş yaygın servis ağıımız ve hafif treyler dizaynımız ile içecek taşımalarında sektörde öne çıkıyoruz. Daren Lojistik ile iş birliğimizin gelecekte de devam etmesini temenni ediyoruz" dedi.

MERCEDES-BENZ TÜRK

Boğaziçi Beton Filosunu 400 adet Actros ve Arocs ile genişletti

Mercedes-Benz Türk ile Boğaziçi Beton arasındaki yaklaşık 20 yıllık iş ortaklığı, filoya katılan Mercedes-Benz Actros ve Arocs modellerinden oluşan toplam 400 adetlik yeni araçlarla bir kez daha pekişti. İstanbul'da yirmiden fazla farklı lokasyonda kırka yakın hazır beton tesisiyle üretim ve satış faaliyetlerini sürdüren Boğaziçi Beton, yeni araç yatırımıyla inşaat sektöründeki operasyon kapasitesini artırmayı hedefliyor. Teslimat törenine Mercedes-Benz Türk, Boğaziçi Beton ve yetkili bayi Heska Motorlu Araçlar'ın üst düzey yöneticileri katıldı. Mercedes-Benz Türk Kamyon Pazarlama ve Satış Direktörü Alper Kurt, törende yaptığı konuşmada yaklaşık 20 yıldır devam eden Boğaziçi Beton iş ortaklığını 400 adetlik Actros ve Arocs teslimatıyla daha da güç-



lendirdiklerini belirterek, son 10 yılda şirkete yaklaşık 1.800 Mercedes-Benz kamyon teslim ettiklerini söyledi. Kurt, yeni araçların dayanıklılık, güvenlik ve performans özellikleriyle Boğaziçi Beton'un operasyonlarına önemli katkı sağlayacağını ifade etti. Heska Motorlu Araçlar Yönetim Kurulu Üyesi İlyas Toloğ ise 400 araçlık yatırımın, Mercedes-Benz Türk ile Boğaziçi Beton arasındaki uzun soluklu iş ortaklığının ve karşılıklı güvenin önemli bir göstergesi olduğunu

belirterek, yatırımın şirketin operasyonel gücünü daha da artıracaklarını söyledi. Boğaziçi Beton Yönetim Kurulu Başkanı Abdürrahim Zengin de yaklaşık 20 yıldır devam eden iş birliği kapsamında son 10 yılda filolarına yaklaşık 1.800 Mercedes-Benz araç kattıklarını hatırlattı. Zengin, 400 araçlık yeni yatırımın yalnızca filo büyütme değil, operasyonel verimlilik ve hizmet sürekliliğini güçlendirmeye yönelik stratejik bir adım olduğunu vurguladı.

IVECO, 2026 stratejisini yeni model gamı ve premium mobilite vizyonuyla açıkladı



Torino’da düzenlenen IVECO Experience 2026 etkinliğinde yeni marka vizyonunu açıklayan IVECO, 2026 model ürün gamını, dijital hizmet ekosistemini ve müşteri deneyimi odaklı premium mobilite stratejisini tanıttı. Marka, “Spirito in Movimento” yaklaşımıyla araç üreticisinin ötesine geçerek entegre çözümler sunan uzun vadeli bir iş ortağı olmayı hedeflediğini duyurdu.



Luca Sra

Olof Persson

IVECO, 1-4 Temmuz tarihleri arasında İtalya’nın Torino kentindeki Officine Grandi Riparazioni (OGR) etkinlik merkezinde düzenlediği IVECO Experience 2026 organizasyonunda yeni marka stratejisini ve 2026 model yılı ürün gamını tanıttı. Müşteriler, yetkili satıcılar, iş ortakları, basın mensupları ve çalışanlardan oluşan 2 bini aşkın katılımcının yer aldığı etkinlikte şirket, ticari mobilitenin geleceğine yönelik vizyonunu paylaştı.

Etkinlikte IVECO, yalnızca ticari araç üreten bir marka olmanın ötesine geçerek müşterilerine araç, dijital çözümler, bağlantılı hizmetler ve satış sonrası destekten oluşan entegre bir ekosistem sunmayı hedefleyen yeni iş modelini tanıttı. Şirket, uzun vadeli iş ortaklığı anlayışını yeni marka stratejisinin merkezine yerleştirirken, kalite, güvenilirlik

ve müşteri deneyimini öncelikli alanlar olarak konumlandırdı.

2025 yılında kutlanan 50. kuruluş yıl dönümünün ardından marka dönüşümünü yeni bir aşamaya taşıyan IVECO, “Spirito in Movimento” vizyonuyla ticari araç üreticisi kimliğini mobilite çözüm ortağı yaklaşımıyla güçlendirmeyi hedefliyor. Yeni dönemde şirket; ürünlerinin yanı sıra dijital hizmetler, bağlantılı teknolojiler ve operasyonel çözümlerle müşterilerinin iş süreçlerine daha fazla değer katmayı amaçlıyor.

Yeni marka stratejisi, Iveco Group CEO’su Olof Persson’un ev sahipliğinde; Kamyon İş Birimi Başkanı Luca Sra, Teknoloji ve Dijitalleşme Dönüşüm Direktörü Marco Liccario ile Kalite ve Operasyon Direktörü Domenico Nucera’nın katıldığı oturumda paylaşıldı.

YENİ DÖNEM ÜÇ TEMEL ÜZERİNE İNŞA EDİLDİ

Şirketin yeni yaklaşımı üç temel başlık üzerine inşa edildi. Tasarım Odaklı Hareket yaklaşımı, araç tasarımından sürücü ergonomisine kadar insanı merkeze alan mühendislik anlayışını temsil ediyor. Deneyim Odaklı Hareket, araç seçimi, finansman, bağlantılı servisler ve IVECO ON platformunu kapsayan dijital hizmet ekosistemini öne çıkarırken; Aile Odaklı Hareket ise satış sonrası hizmetler, mobil servis çözümleri ve müşteri çalışma sürekliliğini artırmaya yönelik destek hizmetlerini kapsıyor.

Etkinlikte IVECO’nun 2026 model yılı ürün ailesi de tanıtıldı. Yeni seride ağır ticari araç IVECO S-Way, orta segment Eurocargo ve hafif ticari araç Daily modellerinin yanı sıra elektrikli ürün gamını oluşturan S-eWay, eDaily, eJolly ve eSuperjolly modelleri

sergilendi. Yeni ürün gamı; bağlantılı teknolojiler, dijital servisler ve toplam sahip olma maliyetini düşürmeye yönelik çözümlerle destekleniyor.

Etkinlik kapsamında tanıtılan dijital ekosistemde, IVECO ON platformu ve Toplam Sahip Olma Maliyeti Hesaplayıcısı gibi uygulamalar öne çıktı. Şirket, bu sistemlerle filo yönetimini kolaylaştırmayı, veri odaklı karar alma süreçlerini desteklemeyi ve operasyonel verimliliği artırmayı hedefliyor.

Iveco Group Kamyon İş Birimi Başkanı Luca Sra, yeni marka vizyonuna ilişkin değerlendirmesinde, “Spirito in Movimento yalnızca bir slogan değil, IVECO’nun geleceğe yönelik çalışma anlayışını ifade ediyor. 50 yılı aşkın deneyimimizden aldığımız güçle ürün geliştirmeden hizmetlere kadar tüm süreçlerde müşterilerimizin yanında olmayı sürdüreceğiz. 2026 model yılı ürün gamımızla kaliteyi, müşteri yakınlığını ve uzun vadeli iş ortaklığını daha da güçlendirmeyi hedefliyoruz” ifadelerini kullandı.

Etkinlik boyunca ziyaretçiler, yeni araçların yanı sıra dijital çözümler, bağlantılı servisler ve satış sonrası hizmetleri deneyimleme fırsatı buldu. Organizasyonun son günü ise IVECO çalışanlarına ayrılarak şirketin yeni marka vizyonunun öncelikle kendi ekipleri tarafından benimsenmesi hedeflendi.

IVECO Experience 2026 ile birlikte şirket, yeni ürün gamını, dijital hizmetlerini ve müşteri odaklı yaklaşımını tek bir ekosistem altında birleştiren stratejisini ortaya koydu. IVECO, bu dönüşümle ticari araç pazarındaki rekabet gücünü artırmayı ve müşterilerine uzun vadeli değer sunan premium bir mobilite ortağı olmayı hedefliyor.

A gate of logistics opening from Türkiye to the world



www.logisticsinturkiye.com



What do you need in Türkiye?

- freight from/to Türkiye
- warehouses
- logistics partners
- companies in various services
- news ● interviews ● reports



find all on

www.logisticsinturkiye.com

contact: cemk@esmyayincilik.com.tr



AIR FREIGHT



OCEAN FREIGHT



ROAD FREIGHT



INTERMODAL

INDUSTRY FOCUS



Aerospace
& AOG



Automotive



Chemicals



Fashion &
Garments



Health Care &
Life science



E-Commerce

SPECIAL SERVICES



Heavy Lift
& Projects



Ship spares &
Marine logistics



Live animals

MEMBERSHIPS



CERTIFICATES

