

TÜRKİYE'NİN İLK VE TEK DİJİTAL HABER DERGİSİ

SANTRAL

Haber ve aktüalite dergisi

2026 Şubat | santraldergi.com

BABY BOOMERLAR EMEKLİYE AYRILIYOR

BÜYÜK SERVET TRANSFERİ

DOSYA/8

/// Bu görsel yapay zeka araçları kullanılarak hazırlanmıştır.

EKONOMİ DÜNYASI TÜRKİYE'DE İLK KEZ DENİZDE BİR ARAYA GELİYOR

Üst düzey
şirketlerin
yöneticileri

Kamu kurumları ve
bakanlık düzeyinde
katılım

700 kişilik
ultra lux
gemi

ÇOK YAKINDA!



DENİZDE
EKONOMİ
ZİRVESİ

SPONSORLUK İLETİŞİM
event@dijipub.com

dijiPub

**Bir etkinliđi ilk kez
duyuyorsanız biz
yapıyoruzdur!**

**DAHA ÖNCE YAPILMAMIŞ
ETKİNLİKLER dijiPub Event'te**



EDİTÖR**Büyük servet transferi:
BACADAN BULUTA KAÇIŞ**

Merhabalar değerli SANTRAL okurları,

Dünya ekonomisi şu an, borsa ekranlarındaki rakamların veya fabrika bacalarından tüten dumanın ötesinde, çok daha derin ve sessiz bir devrime tanıklık ediyor. Sanayi Devrimi'nden bu yana gördüğümüz en köklü yapısal değişimlerden birinin, küresel finans literatüründeki adıyla Büyük Servet Transferi'nin tam ortasındayız.

Önümüzdeki 20 yıl içinde, Baby Boomer kuşağından Y ve Z kuşaklarına akacak olan yaklaşık 100 trilyon dolarlık servet, sadece banka hesaplarındaki bir el değişikliğini değil; paranın karakterinin, vizyonunun ve coğrafyasının değişimini de beraberinde getiriyor.

SANTRAL'in bu sayısında, Türkiye'nin köklü aile şirketlerinin yönetim kurulu odalarında ve özel bankacılık ofislerinde yaşanan bu sessiz fırtınayı kapağımıza taşıdık. Bir yanda; başarıyı tüten bir baca ve binlerce kişilik istihdam olarak gören, sanayiye ömrünü adanmış dedeler ve babalar... Diğer yanda; Londra veya New York'ta eğitim almış, 'Sanayicilik Yorgunluğu' yaşayan ve sermayeyi betona gömmek yerine teknolojiye, yapay zekaya ve global finansal enstrümanlara yatırmayı tercih eden 3. Nesil varisler... Bu dosyamızda, geleneksel "Şirket satılmaz, miras bırakılır" tabusunun nasıl yıkıldığını, 'Exit Etme' kavramının yeni nesil için nasıl bir başarı hikayesine dönüştüğünü inceliyoruz. Tapu senetlerinin yerini dijital cüzdanlara, fabrika gürültüsünün yerini start-up heyecanına bıraktığı bu yeni dönemde; Türk sermayesinin yerelden globale evrilme sancularına ve fırsatlarına mercek tutuyoruz.

Sizleri, sermayenin yeni sahipleriyle ve değişen oyunun kurallarıyla tanışmaya davet ediyoruz.

Keyifli okumalar.

TÜRKİYE'NİN İLK VE TEK
DİJİTAL HABER DERGİSİ

SANTRAL

2026 Şubat

SAHİBİ

dijiPub

Hatice Kılıç

Genel Yayın Yönetmeni
Nesrullah Hasdemir

Hukuk Danışmanı
Ahmet Furkan Demir

DEPARTMAN İLETİŞİM

Ekonomi Departmanı
ekonomi@santraldergi.com

Finans Departmanı
finans@santraldergi.com

Sigorta Departmanı
sigorta@santraldergi.com

Kripto Para Departmanı
kriptopara@santraldergi.com

REKLAM İLETİŞİM

reklam@dijipub.com

Yönetim Adresi

NEF 12 B Blok, Maltepe Mh,
Çırpıcı Yolu B Çk. No:3, 34010

Zeytinburnu/İstanbul
iletisim@santraldergi.com

*Haber önerilerinizi
haber@santraldergi.com adresine
yollayabilirsiniz.*

SANTRAL'de yayınlanan her haber kurum sorumluluğundadır. Yazı ve görüşler ile ilgili her türlü sorumluluk yazana aittir. İçerikler kaynak gösterilmeden kullanılamaz.

İÇİNDEKİLER



DOSYA: BÜYÜK SERVET TRANSFERİ

Bu kez değişim, fabrikaların bacalarından veya borsaların gürültülü salonlarından değil, aile şirketlerinin kapalı kapılar ardındaki yönetim kurulu odalarından ve özel bankacılık ofislerinden geliyor. Detaylar Dosya sayfalarında sizlerle... /8



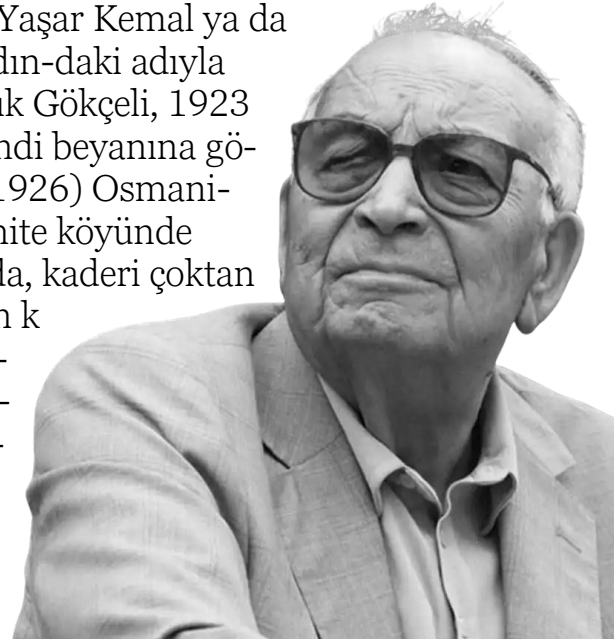
AKTÜEL | Hayatını kaybedenlere 'dijital saygı' platformu kuruldu!

SimmortalS, sevdiklerini kaybeden bireyler ve aileler için anıların güvenle saklanabileceği, paylaşılabilmesi ve nesiller boyunca erişilebilir kalacağı yeni nesil bir dijital alan sunuyor. /11

PORTRE

Yaşar Kemal

Türkiye edebiyatı denildiğinde akla gelen o heybetli gövde, aslında Van Gölü kıylarından Çukurova'nın sarı sıcağına sürüklenen trajik bir göç hikayesinin ürünüdür. Yaşar Kemal ya da nüfus kağıdındaki adıyla Kemal Sadık Gökçeli, 1923 yılında (kendi beyanına göre aslında 1926) Osmanliye'nin Hemite köyünde doğduğunda, kaderi çoktan coğrafyanın kederiyle yazılmıştı. Hikayesi Portre'de. /16



LUXURY**Gösterişin sonu ve fısıldayan zenginlik**

Ekonomik belirsizlik dönemleri, tarih boyunca tüketim alışkanlıklarında ve estetik algıda köklü değişikliklere yol açmıştır. 2020'lerin ortasında, pandeminin artçı şokları ve küresel enflasyon dalgasıyla birlikte, moda ve lüks tüketim dünyasında "Logomania" devri resmen sona erdi. Üzerinde devasa markaların logolarının olduğu tişörtler, altın tokalı kemerler ve neon renkli çantalar, yerini bej, gri, lacivert tonlarına ve logosuz, sade tasarımlara bıraktı. Detaylar Luxury sayfalarında sizi bekliyor. /12

EKONOMİ**Bavul ticaretinden dijital İpek Yolu'na**

Yıllar boyunca ihracat denildiğinde aklara gelen imge değişmezdi; Limanlara yığılan devasa konteynerler, gümrük kapılarında bekleyen tırlar, bürokratik evrak yığınları ve sadece büyük sermaye sahiplerinin masaya oturabildiği milyar dolarlık anlaşmalar. Ancak 2020'lerin ortasında bu tablo, sessiz ama köklü bir devrimle sarsıldı. Artık Türkiye'nin ihracat haritası, sadece organize sanayi bölgelerindeki fabrikalarla değil, evinin bir odasını atölyeye çeviren tasarımcılarla, yerel zanaatkarlarla ve küçük işletmelerle yeniden çiziliyor. Detaylar Ekonomi sayfalarında. /29

KÜLTÜR**Deneyim müzeciliği: 'Lütfen dokunmayın' devrinin sonu**

Klasik müzecilik anlayışı, sanat eserini 'kutsal ve ulaşılmaz' bir obje, ziyaretçiyi ise 'edilgen bir gözlemci' olarak konumlandırırdı. Ancak 2020'lerde sanat dünyası, köklü bir değişim geçirdi. Detaylar Kültür sayfalarında yer alıyor. /31



BİZİ SOSYAL MEDYADAN DA
TAKİP EDİN



twitter.com/santraldegi



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



[linkedin.com/company/santral-dergi](https://www.linkedin.com/company/santral-dergi)

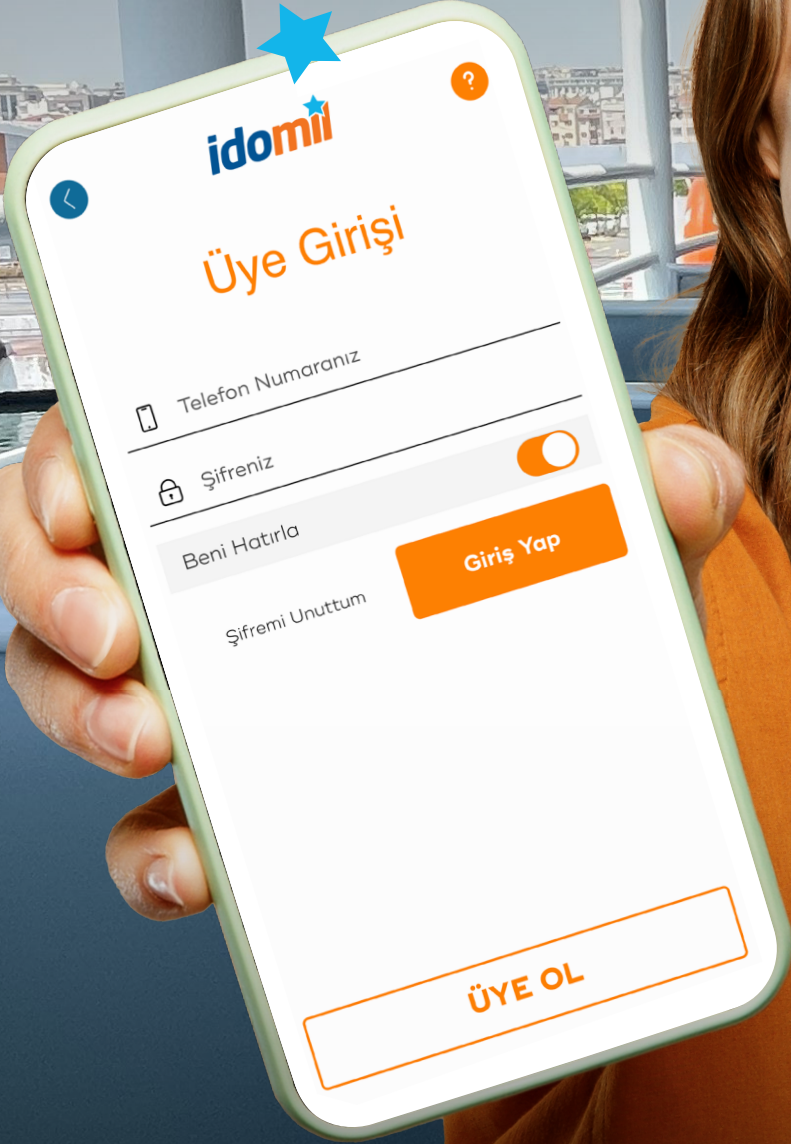
DÜNYANIN EN BÜYÜK
YAYINCILIK PLATFORMLARINDAN
PressReader'da da yayındayız



Hemen Üye Ol, iDOMil Avantajlarıyla Tanış!



QR Kodu Okut
iDOMil'e Üye Ol



Her Seferine Değer

BABY BOOMERLAR EMEKLİYE AYRILIYOR

BÜYÜK SERVET TRANSFERİ

Dünya ekonomisi, sanayi devriminden bu yana gördüğü en köklü yapısal değişimlerden birinin tam ortasında duruyor. Ancak bu kez değişim, fabrikaların bacaklarından veya borsaların gürültülü salonlarından değil, aile şirketlerinin kapalı kapılar ardındaki yönetim kurulu odalarından ve özel bankacılık ofislerinden geliyor. Küresel finans literatüründe Büyük Servet Transferi (The Great Wealth Transfer) olarak adlandırılan bu fenomen, sadece paranın el değiştirmesi değil, paranın karakterinin değişmesi anlamına geliyor. Yapılan projeksiyonlara göre, önümüzdeki 20 yıl içinde, dünya genelinde Baby Boomer kuşağından (1946-1964 doğumlular), Y ve Z kuşaklarına yaklaşık 100 trilyon dolarlık bir servetin miras yoluyla geçmesi bekleniyor. Bu, insanlık tarihinin gördüğü en büyük sermaye akışıdır. Türkiye'de ise bu süreç, Cumhuriyet'in ilk sanayicilerinin ve köklü ailelerinin, yarattıkları imparatorlukları dijital çağın yerlilerine devretmesiyle çok daha sancılı ve dramatik bir dönüşüme sahne oluyor.

Sermaye artık sadece el değiştirmiyor; kabuk, vizyon ve coğrafya değiştiriyor.

Fabrika bacasından 'buluta' kaçış

Türkiye ekonomisinin son 50 yılına damgasını vuran 'Anadolu Kaplanları' ve büyük sanayi holdingleri, üretim odaklı bir büyüme modeli üzerine kuruluydu. Dedeler ve babalar için başarı, bacası tüten bir fabrika, binlerce istihdam ve fiziksel olarak dokunulabilesi bir üretim hatıydı. Ancak serveti devralan üçüncü kuşak için bu tablo, gururdan ziyade bir yük olarak algılanıyor. Londra, New York

veya Milano'da eğitim görmüş, dünyanın en iyi üniversitelerinde yeni ekonomi teorileriyle donanmış 30'lu yaşlardaki varisler, sanayiciliğin getirdiği ağır ope-

rasyonel maliyetlerle uğraşmak istemiyor. Sendikal krizler, enerji maliyetleri, hammadde tedarik zincirindeki kopmalar ve mavi yakalı personel bulma zorluğu, yeni nesil patronlarda 'Sanayicilik



Yorgunluğu' yaratmış durumda. Onlar, sermayeyi betona ve demire gömmek yerine; teknolojiye, yapay zekaya, biyoteknolojiye ve finansal enstrümanlara yatırmayı tercih ediyor. Bir önceki nesil için büyüme, yeni bir fabrika açmaktı, şimdiki nesil içinse ölçeklenebilir bir yazılım şirketine Melek Yatırımcı olmak. Bu zihniyet devrimi, Türkiye'nin ekonomik omurgasının imalattan hizmet ve teknoloji sektörüne doğru evrilmesinin en güçlü sinyali.

Mirası sürdürmek mi, satıp çıkmak mı?

Eskiden bir aile şirketini satmak, başarısızlık veya atalara ihanet olarak görülürdü. Şirket, ailenin soyadı gibi kutsal bir emanetti. Ancak 2026 Türkiye'sinde bu tabu tamamen yıkılmış durumda. Yeni nesil sermaye sahipleri arasında 'Exit Etmek', (Şirketi satıp nakde dönmek) en büyük başarı hikayesi olarak kabul ediliyor. Holdinglerin yönetim kurullarında artık "Bu şirketi nasıl 100 yıl daha yaşatırız?" sorusundan çok, "Doğru değerlendirmeyi bulduğumuzda kime satabiliriz?" sorusu tartışılıyor. Özel Sermaye Fonları ve yabancı yatırımcılarla yapılan pazarlıklar, duygusal bağlardan arınmış, tamamen rasyonel ve matematiksel bir zeminde yürüyor. Varisler, dedelerinin kurduğu tekstil veya gıda devini satıp, elde ettikleri likiditeyle global vatandaş olmayı, dünyanın farklı yerlerinde gayrimenkul ve teknoloji portföyleri yönetmeyi hedefliyor. Bu durum, yerel sermayenin globalleşmesini hızlandırırken, Türkiye'deki kurumsal hafızanın da el değiştirmesine neden oluyor.

Varlık yönetiminde yeni paradigma

Servet transferinin en somut etkilerinden biri, yatırım araçlarındaki radikal değişimde görülüyor. Geleneksel Türk yatırımcısı için güvenli liman her zaman gayrimenkul, arsa ve altındı. Tapu, zenginliğin yegane kanıtıydı. Ancak Z kuşağı milyonerleri için gayrimenkul, hantal, likiditesi düşük ve verimsiz bir varlık sınıfı. Onlar, paralarının bir tük ile dünyanın bir ucundan diğer ucuna transfer edilebildiği, anlık değerlendirilebilen ve fiziksel sınırlara takılmayan

varlıkları tercih ediyor. Kripto varlıklar, blokzincir tabanlı sanat eserleri, global borsa endeks fonları ve risk sermayesi fonları, yeni neslin portföyünde aslan payını alıyor. Aile Ofisleri artık sadece kira toplayan muhasebe departmanları değil; silikon vadisindeki start-up'ları kovalayan, sanat piyasasını domine eden ve hatta uzay madenciliği gibi fütüristik alanlara yatırım yapan sofistike finans kurumlarına dönüşüyor.

Yönetim krizi ve 'Aile Anayasası' dönemi

Bu devasa servet transferi, beraberinde büyük riskleri de getiriyor. 'Buddenbrooks Etkisi' olarak bilinen; ilk nesil kurar, 'ikinci nesil yönetir, üçüncü nesil tüketir' döngüsü, Türk aile şirketlerinin en büyük kabusu. Servetin bölünmemesi ve şirketin devamlılığı için, aile içi demokrasinin ve kuralların yazılı hale getirilmesi hayati önem taşıyor. Son yıllarda hukuk büroları ve yönetim danışmanları, rekor seviyede 'Aile Anayasası' yazımı talebiyle karşılaşılıyor. Artık patronun iki dudağı arasındaki söz değil; kurumsallaşmış kurullar, bağımsız yönetim ku-



rule üyeleri ve profesyonel CEO'ların kararları geçerli oluyor. Duygusal kararların yerini veri odaklı yönetim alıyor. Aileler, çocuklarını şirketin başına geçmeye zorlamak yerine; onları profesyonel birer hissedar olarak yetiştirmeyi, şirketin yönetimini ise liyakat sahibi profesyonellere bırakmayı tercih ediyor. Bu, Türk iş dünyasında patronaj kültüründen kurumsal yönetim kültürüne geçişin sancılı ama zorunlu bir adımı.

Etki yatırımcılığı ve anlam arayışı

Yeni nesil servet sahiplerini, atalarından ayıran en belirgin özelliklerden biri de "anlam arayışı". Sadece para kazanmak, 2026'nın elitleri için yeterli bir motivasyon değil. Onlar, paralarının dünyada pozitif bir etki yaratmasını istiyor. "Etki Yatırımcılığı" (Impact Investing), bu dönemin anahtar kavramı. Mirasçılar, çevreye zarar veren, karbon ayak izi yüksek veya toplumsal cinsiyet eşitliğine aykırı şirketlerden paralarını çekiyor. Bunun yerine; yenilenebilir enerji, sürdürülebilir tarım, temiz suya erişim ve eğitim teknolojileri gibi alanlara yatırım yapıyorlar. ESG (Çevresel, Sosyal ve Yönetimsel) kriterleri, artık birer PR çalışması değil, yatırım ka-

rarlarının temel belirleyicisi. Bu kuşak, nasıl kazandığı kadar nasıl harcadığı ve nasıl bir miras bırakacağı konusunda da son derece hassas. Hayırseverlik anlayışı da değişiyor; okul tabelasına isim yazdırmaktan, sistematik sorunları çözen sosyal girişimlere ortak olmaya doğru evriliyor.

Türkiye'nin yeni sermaye haritası

Büyük Servet Transferi, Türkiye'nin ekonomik ve sosyolojik haritasını yeniden çiziyor. Geleneksel 'Beyaz Türk' veya 'Anadolu Sermayesi' ayrımları silikleşiyor; yerine 'Global Vizyoner Sermaye' kavramı geliyor. Bu yeni elitler, yerel siyasetin veya günlük ekonomik dalgalanmaların ötesinde, küresel bir perspektifle hareket ediyor. Fabrikaların yerini teknoparkların, arazilerin yerini dijital cüzdanların, patronların yerini profesyonel yöneticilerin aldığı bu yeni düzende; Türkiye, sadece bir üretim üssü olmaktan çıkıp, bölgenin en dinamik girişimcilik ve finans merkezlerinden birine dönüşme potansiyeli taşıyor. Önümüzdeki 10 yıl, servetin sadece el değiştirdiği değil; zihniyetin, kültürün ve iş yapış biçiminin de kökten değiştiği bir dönemin tarihi tanıklığını yapacak.

S.



Kaybettiklerimizin hatıralarını gelecek nesillere taşıyan dijital platform!

Dijital çağda 'Saygı Teknolojisi' anlayışıyla hayata geçirilen SimmortalS, geçmiş ile gelecek arasında güçlü bir bağ kurarak insan duygularını teknolojiyle buluşturuyor. 'Herkes Hatırlanmaya Değer' mottosuyla yola çıkan platform, sevdiklerini kaybeden bireyler ve aileler için anıların güvenle saklanabileceği, paylaşılabilmesi ve nesiller boyunca erişilebilir kalacağı yeni nesil bir dijital alan sunuyor.

Yas teknolojileri alanındaki farklı uygulamaları tek bir noktada toplayan, kapsamlı yaşam öyküsü çizelgesi gibi yenilikleri barındıran SimmortalS, sahip olduğu yetenekler ile Türkiye'de bir ilk olarak dikkat çekiyor.

Dijital anma dönemi

Teknolojinin sunduğu imkânları duygusal bir incelelikle birleştiren SimmortalS; yapay zekâ, konum teknolojileri ve sosyal fayda odaklı çözümleri bir araya getirerek bireylerin ve toplumların yas, hatırlama ve bağ kurma süreçlerine dijital dünyada yeni bir boyut kazandırıyor. Fotoğraflar, videolar ve anılar güvenli şekilde korunurken, yapay zekâ desteği sayesinde içerikler anlamlı bir bağa ve kalıcı bir değere dönüşüyor.

SimmortalS, teknolojiyi yalnızca bir araç olarak değil, insanın duygusal hafızasını yaşatan bir köprü olarak konumlandırıyor ve hatırlama ihtiyacına insan odaklı bir yaklaşımla yanıt veriyor.

Gelenekseli dijitalle harmanlıyor

SimmortalS.com'a üye olan kullanıcılar, kaybettikleri sevdikleri için özel hatıra sayfaları oluşturarak fotoğrafları, videoları ve yazılı anılarıyla yaşam öykülerini kalıcı bir dijital hafızaya dönüştürebiliyor. Bir arşivin ötesinde pek çok yenilikçi uygulama sunan platformda kullanıcılar; sevdikleri için kapsamlı yaşam öyküsü çizelgeleri hazırlayabiliyor, arka plan müziği ve özel çerçeve tasarımlarıyla sayfalarını kişiselleştirebiliyor.

Akıllı mezar taşı teknolojisi!

Yapay zekâ desteğiyle hareketli fotoğraf animasyonlarıyla zenginleştirilebilen deneyimde ayrıca taziye mesajları da paylaşılabilir. Geliştirme çalışmaları yoğun olarak devam eden platform, dijital anıları fiziksel dünyayla da buluşturacak. Akıllı Mezar Taşı teknolojisi ile fiziksel mezar ziyaretlerini dijital anma deneyimiyle birleştiren SimmTag® QR kod uygulaması da platformda kullanıma açıldı. **S.**



Gösterişin sonu ve fısıldayan zenginlik

Ekonomik belirsizlik dönemleri, tarih boyunca tüketim alışkanlıklarında ve estetik algıda köklü değişikliklere yol açmıştır. 2020'lerin ortasında, pandeminin artçı şokları ve küresel enflasyon dalgasıyla birlikte, moda ve lüks tüketim dünyasında "Logomania" devri resmen sona erdi. Üzerinde devasa markaların logolarının olduğu tişörtler, altın tokalı kemerler ve neon renkli çantalar, yerini bej, gri, lacivert tonlarına ve logosuz, sade tasarımlara bıraktı. Sessiz Lüks (Quiet Luxury) veya Stealth Wealth (Gizli Zenginlik) olarak adlandırılan bu akım, zenginliğin bağırarak değil, fısıldayarak ifade edildiği yeni bir dönemi temsil ediyor. Artık statü, markanın ne kadar uzaktan tanındığıyla değil; kumaşın kalitesi, dikişin ustalığı ve sadece bilenlerin bildiği (If

You Know You Know - IYKYK) kodlarla belirleniyor.

Ekonomik durgunluğun psikolojik yansıması

Aslında bu estetik değişimin temelinde, derin bir ekonomik ve sosyolojik refleks yatıyor. Ekonomik uçurumun açıldığı, alım gücünün düştüğü dönemlerde, serveti göze sokmak toplumsal açıdan riskli ve zevkisiz (tacky) bulunur. Tarihsel verilere bakıldığında, 2008 finansal krizinden sonra da benzer bir sadeleşme eğilimi görülmüştü. Bugün yaşanan ise bunun daha rafine bir versiyonu. Zenginler, servetlerini gizleme veya daha mütevazı gösterme eğilimine giriyor. 'Succession' gibi popüler kültür ürünlerinin de etkisiyle, milyarderlerin logolu kıyafetler yerine, dışarıdan bakıldığında sıradan gö-





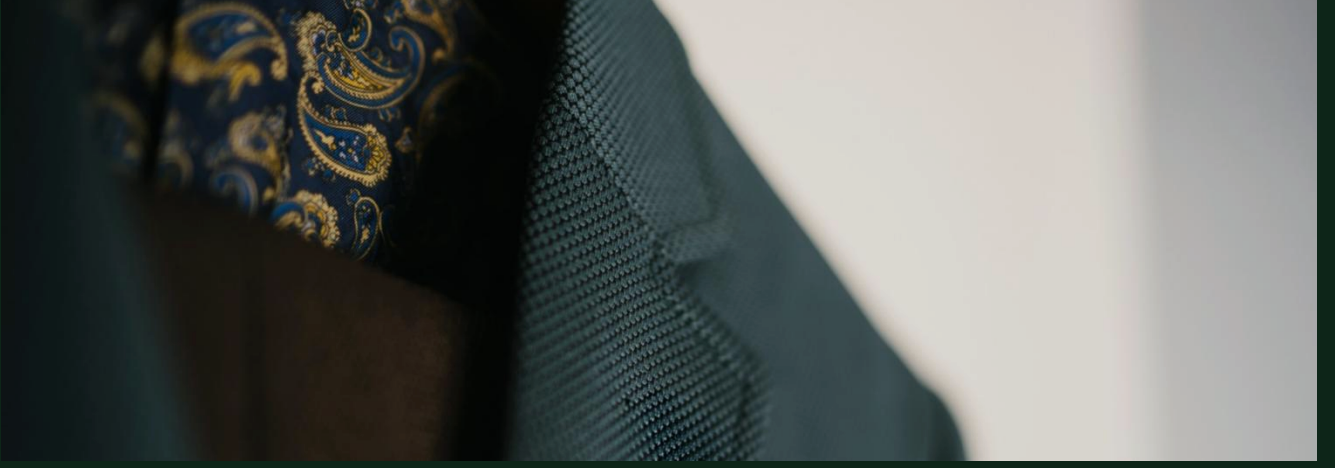
rünen ama binlerce dolar değerindeki kaşmir kazaklar veya beyzbol şapkaları takması, 'gerçek güç' imajını yeniden şekillendirdi. Bu durum, 'Görmemişlik' ile 'Köklü Zenginlik' (Old Money) arasındaki çizgiyi kalınlaştırıyor. Gösterişli tüketim, artık bir zenginlik belirtisi değil, bir onaylanma ihtiyacı olarak kodlanıyor.

Sürdürülebilirlik ve 'Az ama öz' felsefesi

Sessiz lüksün yükselişi, sadece bir moda tercihi değil, aynı zamanda değişen tüketici bilincinin de bir yansımasıdır. Hızlı

moda (fast fashion) endüstrisinin yarattığı çevresel tahribat ve 'giş-at' kültürü, bilinçli tüketiciler tarafından reddediliyor. Tüketiciler artık bir sezonda eskiyecek 10 parça yerine, 10 yıl giyebilecekleri, zamansız ve kaliteli tek bir parçaya yatırım yapmayı tercih ediyor. 'Kapsül Gardırop' kavramının yaygınlaşması, bu yatırım odaklı alışveriş mantığının bir sonucu olarak görülüyor. Loro Piana, Brunello Cucinelli veya The Row gibi markaların yükselişi, tüketicinin artık trend olanı değil, kalıcı olanı satın al-

**LORO PIANA, BRUNELLO CUCINELLI
VEYA THE ROW GİBİ MARKALARIN
YÜKSELİŞİ, TÜKETİCİNİN ARTIK TREND
OLANI DEĞİL, KALICI OLANI SATIN
ALDIĞINI GÖSTERİYOR**



dığını gösteriyor. Bu markalar, logolarını ürünlerin üzerine basmıyor; çünkü hedef kitleleri, markanın reklamını yapmak için para ödemek istemiyor. Onlar, ürünün kendisi için, materyalin kalitesi için para ödüyor.

İmitasyon endüstrisine bir meydan okuma

Logoların ortadan kalkması, paradoksal bir şekilde lüks markaların taklit edilmesini zorlaştırıyor. Bir logoyu taklit etmek kolaydır, ancak yüksek kaliteli bir kaşmirin dokusunu, bir ceket kalıbının kusursuzluğunu veya el yapımı bir derinin patinasını ucuza mal ederek taklit etmek imkansıza yakındır. Bu nedenle Sessiz Lüks, aynı zamanda sahte ürün pazarına karşı geliştirilmiş stratejik bir savunma mekanizması olarak görülüyor. Markalar, değer önerilerini görünürlük üzerinden değil, dokunsallık ve deneyim üzerinden kurgulayarak, sadece gerçek alıcının anlayabileceği bir ayrıcalık alanı yaratıyor.

Sessiz lüks, zenginliğin yok olduğu anlamına gelmiyor, sadece form değiştiriyor. Bu, varlıklı olmanın görünür olmakla eşdeğer olduğu Instagram estetiğinin sonu olarak görülüyor. Yeni dönemde gerçek lüks, göze batmamak, konforlu olmak ve kalitenin sessiz özgüvenini taşımak olarak yorumlanıyor. Gösterişli tüketim belki tamamen bitmeyecek, ancak artık sofistike bir zevk olarak değil, geçmişte kalmış bir görgüsüzlük olarak anılmaya mahkum kalacak gibi duruyor. **S.**

**BİR LOGOYU TAKLİT
ETMEK KOLAYDIR, AN-
CAK YÜKSEK KALİTELİ
BİR KAŞMİRİN DOKUSU-
NU, BİR CEKET KALIBI-
NIN KUSURSUZLUĞUNU
VEYA EL YAPIMI BİR
DERİNİN PATINASINI
UCUZA MAL EDEREK
TAKLİT ETMEK İM-
KANSIZA YAKINDIR**

**Siz de
kahvenin
kralı olmak
istiyorsanız
şubemiz olun**

BAŞVURU: franchise@kingbell.com.tr



KINGBELL

TOPRAKLARIN YOĞURDUĞU BİR DEĞER

Yaşar Kemal

Türkiye edebiyatı denildiğinde akla gelen o heybetli gövde, aslında Van Gölü kıyılarından Çukurova'nın sarı sıcağına sürüklenen trajik bir göç hikayesinin ürünüdür. Yaşar Kemal ya da nüfus kağıdındaki adıyla Kemal Sadık Gökçeli, 1923 yılında (kendi beyanına göre aslında 1926) Osmaniye'nin Hemite köyünde doğduğunda, kaderi çoktan coğrafyanın kederiyle yazılmıştı.

Yaşar Kemal'in hayatındaki en büyük kırılma noktası, henüz 3,5 yaşındayken gerçekleşti. Bu, pek çok biyografide yüzeysel geçilen ama onun tüm edebiyatını (özellikle Kimsecik serisini) şekillendiren olaydır.

Babasının, Van'dan göç ederken yolda bulup evlat edindiği ve "Yusuf" adını verdiği çocuk, bir Kurban Bayramı namazında, cami avlusunda Yaşar Kemal'in babası Sadık Efendi'yi kalbinden bıçaklayarak öldürdü. Bu korkunç cinayete tanıklık eden küçük Kemal, şokun etkisiyle konuşma yetisini kaybetti. Yıllarca sürecek olan kekemelik, onun dünyayla kurduğu tek bağın iç ses ve gözlem olmasına neden oldu.

Belki de Türkiye, o gün babasını kaybeden o çocuğun sus-

kunluğuna borçludur İnce Memed'in çılgılığını. Konuşamayan çocuk, kelimeleri içinde biriktirip volkan gibi patlatmayı öğrenmişti.

"BEN BABAMIN CAMİDE ÖLDÜRÜLDÜĞÜ GÜN, ONUN YANINDAYDIM. HANÇERLENDİĞİ AKŞAMDAN SONRA ŞABAHA KADAR YÜREĞİM YANDI. ONDAN SONRA KEKEME OLDUM. 12 YAŞIMA KADAR ZOR KONUŞTUM. YALNIZ TÜRKÜ SÖYLERKEN KEKEMELİĞİM GEÇİYORDU."

YAŞAR KEMAL

Aşık Kemal: Okuma yazma bilmeden şiir yazan çocuk

Kekemeliğini yenebildiği tek alan türkülerdi. Köy odalarında, Torosların yaylalarında destan anlatıcılarını (dengbejleri) dinleyerek büyüdü. Henüz okuma yazma bilmeden şiirler söylemeye başladı. Köylüler ona 'Aşık Kemal' diyordu. İlkokula başladığında, sınıfın en yaşlı öğrencisiydi ama Türkçeyi o kadar iyi kullanıyordu ki, öğretmenleri onun yeteneğini hemen fark etti. Ancak maddi imkansızlıklar, ortaokul son sı-





nifta eğitim hayatını noktalamasına neden oldu. Yaşar Kemal için asıl üniversite, hayatın kendisi olacaktı.

Çukurova'nın 'Arzuhalçisi'

Dünya edebiyatında Steinbeck veya Hemingway gibi sokaktan gelen yazarlar vardır; Yaşar Kemal bu ekolün Türkiye'deki en hakiki temsilcisidir. Kadirli'de yaşadığı dönemde yapmadığı iş kalmadı; Kuzucuoğlu Pamuk Üretim Çiftliği'nde ırgat kâtipliği, Adana'da Ramazanoğlu Kütüphanesi'nde memurluk, Traktaör sürücülüğü, çeltik tarlalarında kontro-

lörülük. Ancak en ilginç Arzuhalçilik (dilekçe yazarlığı) dönemi idi. Okuma yazma bilmeyen köylülerin devletle olan dertlerini kâğıda dökerken, aslında İnce Memed'in, Yer Demir Gök Bakır'ın karakterlerini biriktiriyordu. Köylünün toprağa, ağaya ve devlete karşı çaresizliğini bizzat kalemiyle kayda geçiriyordu.

Komünizm suçlaması

1950 yılı, Kemal Sadık Gökçeli için bir dönüm noktasıydı. Çukurova'da komünizm propagandası yaptığı iddiasıyla tutuklandı ve Kozan Cezaevi'nde yatı. Hapisten çıktıktan sonra Adana'da barınamayacağını anladı ve İstanbul'un yolunu tuttu. Cebinde, Abidin Dino'nun tavsiyesi ve 'Bebek' hikayesi vardı. Cumhuriyet gazetesine girdiğinde, ona Yaşar Kemal ismini kullanmasını önerdiler. Çünkü 'Kemal Sadık Gökçeli' ismi polis kayıtlarında sakıncalı olarak geçiyordu.

Röportajın edebiyat hali

Yaşar Kemal, romancı kimliğiyle bilinse de Türk basın tarihine Röportaj Yazarlığı kavramını getiren isimdir. O güne kadar gazetecilik haber vermektense ibaretti. O ise haberi edebiyatla harmanladı. Diyarbakır, Kaçakçılar Arasında, Peri Bacaları gibi röportaj serileriyle Anadolu'nun bilinmeyen yüzünü İstanbul aydınına tanıttı. Bir röportajında şöyle diyordu: "Röportaj, bal gibi edebiyattır. Haber gerçektir, röportaj ise gerçeğin gerçeğidir."

İnce Memed: Kömür sobasında yazılan şaheser

1953-54 kışında, İstanbul'un dondurucu soğuşunda, Cumhuriyet gazetesinde tefrika edilmek üzere İnce Memed'i yazmaya başladı. Efsaneye göre, o kadar üşüyordu ki, ısınmak için eldivenle yazıyor ve sobayı yakacak parası olmadığı için eski gazete kâğıtlarını yakıyordu.

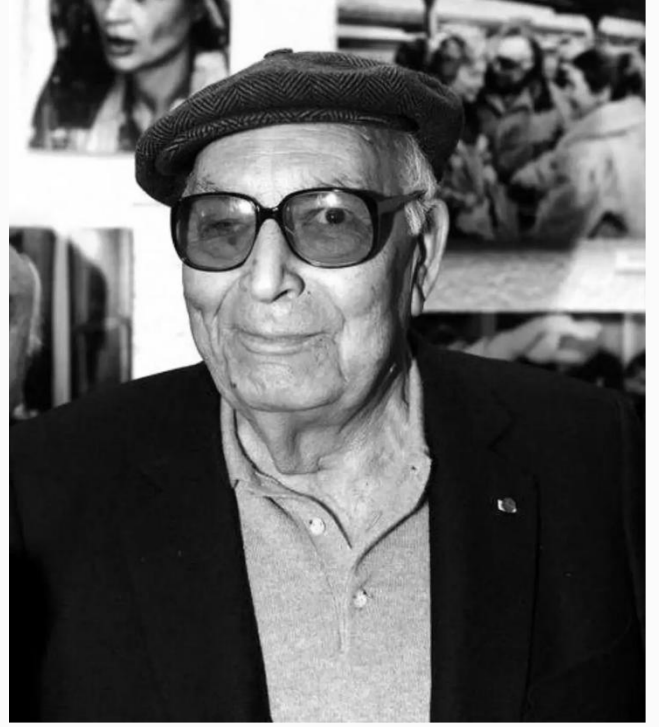
İnce Memed, sadece bir eşkıya hikayesi değildi; feodalizme, adaletsizliğe ve insanın insanı sömürmesine karşı evrensel bir başkaldırıydı. Roman yayınlandığında yer yerinden oynadı. Nâzım Hikmet'ten sonra Türkçenin dünyaya açılan en büyük kapısı oldu.

"İNSANOĞLU, UMUTSUZLUKTAN UMUT YARATANDIR."

YAŞAR KEMAL

Nobel'e aday gösterilen ilk Türk

Yaşar Kemal, eserlerinin 40'tan fazla dile çevrilmesiyle gerçek bir dünya yazarı oldu. Eserlerini İngilizceye ve Fransızca'ya çeviren eşi Thilda Kemal, onun dünyaya açılmasındaki gizli kahramandı. 1973 yılında Nobel Edebiyat Ödülü'ne aday gösterilen ilk Türk yazar oldu. Yıllarca 'Bu sene alacak mı?' diye bekledi. Kendisi bu durumu şöyle özetliyordu: "Nobel'i alırsam sevinirim, almazsam da umurumda değil. Ben halkımın Nobel'i'ni çoktan aldım." Kimi eleştirmenlere



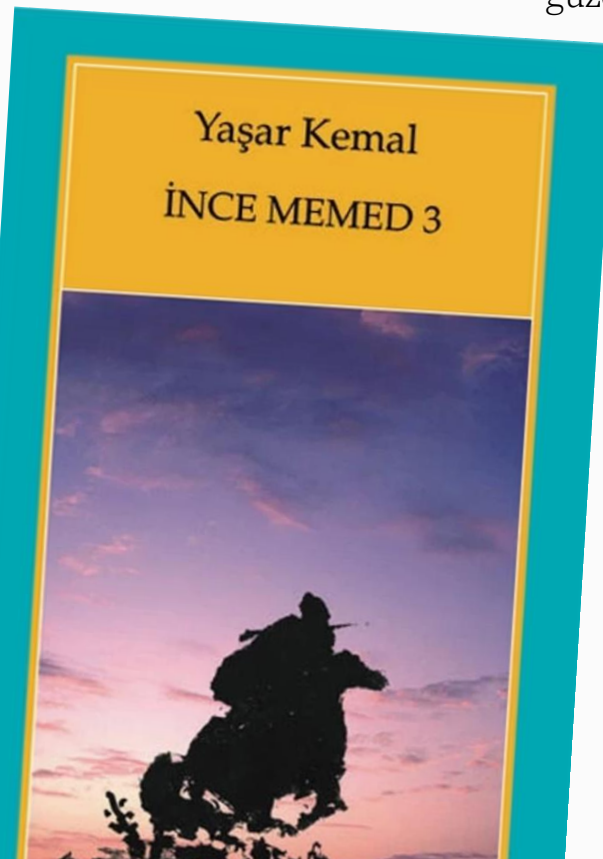
göre politik duruşu, kimine göre ise şansızlık onu bu ödülün mahrum bıraktı; ancak o, Homeros'un, Cervantes'in ve Tolstoy'un yanındaki yerini çoktan almıştı.

Doğaya ve barışa adanmış bir son...

Hayatının son dönemlerinde siyasi kutuplaşmalardan uzak durmaya çalışsa da Kürt sorunu ve barış konusundaki hassasiyetini her zaman korudu. "Bir bahçede hep aynı çiçekten olursa o bahçe güzel olmaz. Sen, ben, o

varız diye güzel bu bahçe," diyerek Türkiye'nin çok kültürlülüğünü savundu.

28 Şubat 2015'te, çoklu organ yetmezliği nedeniyle aramızdan ayrıldığında, arkasında sadece kitaplar değil; Toroslara rüzgarını, Anavarza'nın tarihini ve Çukurova'nın kokusunu bıraktı. O, Türkçenin en büyük söz büyücüsüydü. **S.**



TARAFSIZ

BAĞIMSIZ

HER
ZAMAN
OLDUĞU
GİBİ.

SABIRSIZLIKLA BEKLEYİN...

SANTRAL

NEW, NEWS, NEED

Uyku ekonomisi: İyi uyumak için harcanan milyarlar

Sanayi devrimiyle birlikte uyku, üretimden çalınan zaman ve bir tembellek belirtisi olarak kodlanmıştı. Az uyuma kültürü ve "Hustle Culture" (Sürekli Çalışma Kültürü), modern insanın biyolojik ritmini altüst etti. Ancak bugün rüzgar tersine döndü. Bilimsel araştırmalar, yetersiz uykunun Alzheimer'dan kalp krizine, obeziteden depresyone kadar pek çok kronik hastalığın temel nedeni olduğunu kanıt-

ladıkça, uyku geri kazanılması gereken bir sağlık yatırımı haline geldi. Artık 8 saatlik kesintisiz ve kaliteli bir uyku, modern yaşamın en büyük lüksü. Bu farkındalık, global ölçekte milyarlarca do-

larlık bir 'Sleep Economy' (Uyku Ekonomisi) yarattı. İnsanlar artık sadece yatak satmıyor; uyku deneyimi ve verimlilik de satıyor.

Teknolojinin yatak odasına girmesi

Eskiden iyi bir uyku için sessiz bir oda ve rahat bir yastık yeterli görülürdü. Bugün ise yatak odaları, yüksek teknoloji birer laboratuvara dönüşüyor. Oura Ring, Whoop ve Apple Watch gibi giyilebilir teknolojiler, uykuyu sadece süre olarak değil; REM döngüleri, derin uyku oranları,

kalp atış hızı değişkenliği ve oksijen saturasyonu gibi verilerle analiz ediyor. Ölçemediğini yönetemezsin prensibi, biyolojik verilerimize uygulanıyor. Bu cihazlar, kullanıcıya sabah kalktığı anda ne kadar dinlendiğini puanlayarak söylüyor (Sleep Score). Sadece takip cihazları değil; vücut ısısına göre soğuyup ısınan akıllı yataklar (Eight Sleep gibi), horlamayı engelleyen yapay zeka destekli yas-

tıklar, sirkadiyen ritme uygun aydınlatma sistemleri ve beyaz gürültü makineleri, pazarın en hızlı büyüyen ürünleri arasında yer alıyor. Tüketiciler, gün içindeki performanslarını artırmak için gece uykularına

bir biohacker titizliğiyle yaklaşıyor.

Şirketlerin yeni yan hakkı

Uyku ekonomisi sadece bireysel tüketicileri değil, kurumsal dünyayı da dönüştürüyor. Şirketler, uykusuz çalışanların ekonomiye maliyetinin milyarlarca dolar olduğunu (düşük konsantrasyon, iş kazaları, hatalı kararlar) fark etti. Bu nedenle Google, Nike ve Facebook gibi devlerin başlattığı şirket içi uyku kapsülleri (nap pods) trendi yayılıyor. Daha da ötesi, bazı şirketler çalışanlarına Calm





veya Headspace gibi meditasyon ve uyku uygulamaları üyelikleri hediye ediyor, hatta 'uyku koçluğu' hizmetleri satın alıyor. Uykusuzluk, artık bireysel bir sorun değil, bir halk sağlığı krizi ve verimlilik kaybı olarak görülüyor. Sigorta şirketlerinin bile düzenli uyuyan müşterilerine prim indirimi yapmayı tartıştığı bir dönemdeyiz.

Melatonin savaşları ve doğallık arayışı

Pazarın diğer ucunda ise ilaç ve takviye endüstrisi yer alıyor. Eczane rafları, melatonin sakızlarından magnezyum spreylerine, lavanta yağlarından uyku çaylarına kadar yüzlerce ürünle dolu. Ancak uzmanlar, bu dışarıdan müdahale trendinin risklerine de dikkat çekiyor. Doğal uyku yeteneğini kaybeden insanlığın, uyuymak için kimyasallara veya teknolojiye bağımlı hale gelmesi ironik bir döngü yaratıyor. Yine de pazarın büyüme verileri net: İnsanlar, modern hayatın stresinden kaçıp rüyalar alemine dabilmek için her türlü bedeli ödemeye hazır. Uyku, 21. yüzyılın en pahalı 'sessizliği' haline gelmiş durumda.

ŞİRKETLER, UYKUSUZ ÇALIŞANLARIN EKONOMİYE MALİYETİNİN MİLYARLARCA DOLAR OLDUĞUNU FARK ETTİ. BU NEDENLE GOOGLE, NIKE VE FACEBOOK GİBİ DEVLE- RİN BAŞLATTIĞI ŞİRKET İÇİ UYKU KAPSÜLLERİ TRENDİ YAYILIYOR

S.

ULAŞILAMAZ OLMAK YENİ STATÜ SEMBOLÜ OLDU

Dijital detoks lüksü!

Bundan 20 yıl önce, internete her an her yerden erişebilmek, Blackberry cihazlarına sahip olmak ve e-postalara saniyeler içinde yanıt verebilmek bir ayrıcalıktı. O zamanlar bu, kişinin önemli, meşgul ve talep gören biri olduğunun kanıtıydı. Ancak 2026 yılına geldiğimizde, bu paradigma tamamen tersine döndü. Bugün sürekli çevrimiçi olmak, anında yanıt vermek zorunda kalmak ve bildirimlerin esiri olmak, artık bir statü göstergesi değil, modern işçi sınıfının bir zorunluluğu haline geldi. Artık gerçek lüks, en yeni iPhone'a sahip olmak değil; o telefonu kapatabilme, e-postalara yanıt vermeme ve çevrimdışı kalabilme özgürlüğüne sahip olmak. Yeni dünyanın en değerli para birimi Bitcoin veya dolar değil; bölünmemiş dikkat ve sessizlik gibi görünüyor.

Kimler bağlantıyı kesebilir?

Sosyologlar ve gelecek bilimciler, toplumda yeni bir sınıf ayrımının keskinleştiğine dikkat çekiyor. Bu ayrım, gelir düzeyinden ziyade, kişinin 'ulaşılabilirliği' üzerinden şekilleniyor. Alt ve orta gelir grupları, gig ekonomisinin (esnek çalışma) getirdiği zorunluluklar nedeniyle sürekli bağlantıda kalmak zorunda. Bir kurye, bir serbest çalışan veya bir beyaz yakalı yönetici asistanı, telefonunu

kapattığı an gelir kaybına uğrama riskiyle karşı karşıya kalabiliyor. Buna karşın, ultra zenginler ve üst düzey yöneticiler, dijital filtrelerini devreye sokarak kendilerini dünyadan izole edebiliyorlar. Onların yerini yapay zeka asistanları, dijital bariyerler veya insan sekreterler alıyor. Bu durum, 'bağlantıyı kesebilme hakkını' (right to disconnect) lüks bir tüketim ürününe dönüştürüyor. Silikon Vadisi'nin teknoloji devlerini yöneten isimlerin, çocuklarını ekranların yasak olduğu okullara (Waldorf okulları gibi) göndermesi, bu ironinin en çarpıcı kanıtı olarak dikkat çekiyor. Teknolojiyi üretenler, onun zararlı etkilerinden kaçınırken, teknolojiyi tüketen kitleler, adeta algoritmaların kölesi haline gelmiş durumda.

Sessizliğin turizmi:

Black Hole Resortlar

Turizm sektörü, bu yeni talebi hızla fark ederek dijital detoks kavramını milyar dolarlık bir endüstriye dönüştürdü. Eskiden otellerin kalitesini belirleyen yüksek hızlı Wi-Fi ibaresi, yerini Wi-Fi yok, şebeke çekmiyor vaadine bırakıyor. 'Black Hole' (Kara Delik) olarak adlandırılan lüks tatil köyleri,

müşterilerine dünyayla bağlantılarını tamamen koparma garantisi satıyor.





İnsanlar, telefonlarını resepsiyona teslim etmek, sinyalin çekmediği bir vadede yürümek veya sadece sessizce oturmak için binlerce dolar ödüyor. Bu deneyim, modern insanın kaybettiği en temel yetiyi, yani can sıkıntısı ile baş başa kalma ve an'da olma yetisini geri kazanma çabası... Global Wellness Institute verilerine göre, zihinsel sağlık odaklı turizm harcamaları her yıl çift haneli büyüme gösteriyor ve bu büyümenin motor gücünü, dijital yorgunluktan kaçan şehirli profesyoneller oluşturuyor.

Dopamin döngüsünden çıkış

Meselenin bir de nörobiyolojik boyutu bulunuyor. Sürekli bildirimler, beğeniler ve kaydırma hareketleri, beynin ödül merkezini uyararak kısa vadeli dopamin salgılanmasına neden oluyor. Ancak bu sürekli uyarılma hali, odaklanma süresinin (attention span) dramatik bir şekilde düşmesine, anksiyete bozukluklarına ve kronik uyku problemlerine yol açıyor. Dumbphone (Akılsız telefon) satışlarının, özellikle Z kuşağı ve beyaz yakalılar

arasında yeniden yükselişe geçmesi, bu biyolojik tükenmişliğe bir tepki olarak ortaya çıkmış durumda. İnsanlar, akıllı telefonların sunduğu sonsuz olanaklardan değil, bu olanakların talep ettiği sürekli dikkatten yorulmuş durumda. Nokia gibi markaların 2000'lerin başındaki modellerini revize ederek piyasaya sürmesi ve Light Phone gibi sadece arama yapabilen minimalist cihazların popülerleşmesi, teknolojide 'azın çok olduğu' (less is more) yeni bir dönemi işaret ediyor.

Lüksün tanımı değişti

Dijital detoks, geçici bir trendden öte, insanlığın teknolojiyle olan ilişkisini yeniden tanımlama süreci. Gelecekte, bir kişinin ne kadar başarılı olduğu, ne kadar çok takipçisi olduğuyla değil; ne kadar süre çevrimdışı kalabildiğiyle ölçülecek. Çünkü sürekli ulaşılabilir olmak, başkalarının zamanınızı yönetmesine izin vermektir. Ulaşılamaz olmak ise, kendi zamanınızın efendisi olmaktır. Ve 21. yüzyılda, zamanın efendisi olmak, sahip olunabilecek en büyük lüks olarak görülüyor.

S.

ALLIANZ TRADE İFLAS RAPORU: 'Küresel iflaslar %6 artacak'

Allianz Trade her yıl hazırladığı iflas raporunu 2026 yılının ilk aylarında güncelledi. Rapora göre zaten yüksek seviyelerde olan ticari iflaslar, 2025 yılını çoğu ülkede artış eğilimiyle tamamladı.

Allianz Trade İflas Raporuna göre küresel olarak, ticari iflaslardaki artış eğilimi, halihazırda yüksek seviyelere ulaşmış olmasına rağmen çoğu ülkede devam ediyor. 2025 yılına ait resmi rakamlar henüz tüm ülkeler için açıklanmamış olsa da şu ana kadar elde edilen veriler, Allianz Trade tarafından yayınlanan önceki Küresel İflas Raporu'nda vurgulanan eğilimleri doğruluyor ve bazı istisnalar dışında, ticari iflaslarda küresel artış eğilimi devam ediyor. Aralık ayı için en son 33 ülkedeki resmi iflas kayıtları ve önceki aylardakilerin, 25 ülkede iflaslarda hala yıl başından bu yana artış ve bunla önemli çift

da veriliyor. Rapora göre; 2025 yılının dördüncü çeyreği için geçici rakamlar, Batı Avrupa'nın yıllık yüzde 9 artışla üst üste on dokuzuncu çeyrekte de küresel iflas artışlarına en çok katkı sağlayan bölge olmaya devam ettiğini gösteriyor. Orta ve Doğu Avrupa'nın yüzde 15, Latin Amerika'nın yüzde 4 ve Asya-Pasifik'in ise yüzde 7 ile iflaslarda hala belirgin bir ivme kaydettiği de raporda verilen bilgiler arasında.

'Küresel iflaslardaki artış sürecekt'

Allianz Trade'in uzman ekonomistleri 2026-2027 yıllarında da yüksek iflas seviyelerinin sürmesini bekliyor. Küresel iflasların 2026 yılında da artmaya devam ederek üst üste beşinci yıl artmış olacağını belirten uzmanlar; artış hızı küresel ortalama olarak yüzde 3'e gerilese dahi iflasların azaldığı çoğu ülkeye göre bu oranın yüksek kalacağı görüşüne raporda yer veriyor. Raporda, 2027 yılında ise iflasların daha yaygın hâle geleceği ancak sınırlı da olsa yüzde 1 gibi bir düşüş eğiliminin başlayacağı belirtiliyor. Ödeme alamama riski nedeniyle

kaydedildiğinin 14'ü gibi bir kısmında haneli artışlar yaşadığı bilgisi rapor-



alıcı iflaslarından ve tedarik zinciri kesintilerinden kaynaklanabilecek tedarikçi iflaslarından dolayı, kritik müşteri ve tedarikçilerin yakından takip edilmesi gerektiği raporda vurgulanıyor.

‘Büyük firmaların da iflaslara karşı bağışıklığı yok’

Allianz Trade Küresel İflas Raporu'na göre büyük firmaların da iflaslara karşı bağışıklığı yok. 2025'in son çeyreğinde 147 vaka ve tüm yıl boyunca 475 vaka, yani her 18 saatte bir vaka gerçekleşerek rekor sayıda büyük çaplı iflas vakası kaydedildiği de raporda yer alıyor. Batı Avrupa bölgesindeki cirosu 50 milyon euroyu aşan büyük şirketlerin iflaslarının uzmanların iç raporlamalarındaki yerini aldığı belirtilirken hem iflas sayılarındaki artış hem de 311 vaka ile vaka sayısı bakımından küresel sıralamada Batı Avrupa'nın başı çektiğine raporda değiniliyor. Bununla birlikte, ölçek bakımından en büyük vakaların çoğunun Amerika ve Çin'de gerçekleştiği ve yılın en büyük 20 iflas vakasından 17'sinin bu ülkelerde

görüldüğü vurgulanıyor. Raporunda, büyük şirketlerin genellikle, küresel parçalanma ve değişen ticaret modelleri, jeopolitik gerilimler, dijital dönüşüm ve çeşitli sektörlerde yapısal dönüşümler gibi küresel sorunlara daha fazla maruz kaldığı belirtiliyor. Bu nedenle bu durumun tedarikçiler ve alt yükleniciler üzerinde yaratacağı domino etkisi riskinin dikkate alınması gerektiği tavsiyesinde bulunuluyor.

Hizmet, inşaat ve perakende sektörleri iflaslarda ipi göğüsledi

Allianz Trade Küresel İflas Raporuna göre hizmet, inşaat ve perakende sektörleri iflas sayıları bakımından küresel olarak ipi göğüsleyenler arasında yer aldı. Bununla birlikte toplam iflasların yüzde 44'ünün makine ve ekipman, otomotiv ve kimya gibi özellikle Avrupa'daki endüstriyel sektörlerin kırılmalıklarına maskelediğine raporda yer veriliyor. Sayı olarak, özellikle Batı Avrupa ve Kuzey Amerika'da 83 vaka ile hizmetler ve 64 vaka ile perakende, özellikle Batı Avrupa ve Asya'da ise 62 vaka ile inşaatın en çok et-

kilenen sektörler arasında olduğu raporda belirtiliyor. Ancak bu durumun kısmen, bu sektörlerde büyük ölçekli şirketlerin bulunması gibi demografik faktörlerden de kaynaklandığına dikkat çekiliyor. Rapora göre; göreceli olarak, perakende sektörü toplam büyük iflaslar içinde aşırı temsil edilirken, hizmetler sektörü yetersiz temsil ediliyor ve diğer bazı sektörler, tarihsel ortalamalara göre daha büyük artışlar sergiliyor ve mevcut büyük şirketler içindeki payları daha da artırıyor. Avrupa'da bu tip şirket listesine artık kimya, metal, makine ve ekipman, otomotiv, bilgisayar ve telekomünikasyon ve elektronik ile tekstil sektörlerinin de giriş yaptığı da raporda yer verilen bilgiler arasında bulunuyor.

İflaslar, pandemi öncesi yıllık seviyeleri belirgin bir şekilde aştı
Allianz Trade Küresel İflas Raporu'na

göre; genel olarak, 2025 yılının tamamında, şirket iflaslarının küresel olarak yüzde 6 artmış olduğu tahmin ediliyor. Ekonomistler, dört ülkeden birinde, özellikle ABD, Brezilya ve Almanya'da verilerin gecikmesi nedeniyle manşet göstergelerinde potansiyel bir revizyon olabileceğini belirtiyor. Raporda 2025'e ilişkin göreceli olarak en büyük artışların, yıllık olarak yüzde 45 ile Hong Kong, yüzde 40 ile Yunanistan, yüzde 40 ile İsviçre ve yüzde 27 ile Singapur'da görüleceği ve mutlak olarak; 3.400 vaka ile İsviçre, 2.500 vaka ile Almanya, 2.480 vaka ile İtalya, 2.330 vaka ile Fransa ve 1.800 vaka ile ABD'de kaydedileceği tahminine yer veriliyor. İflaslarda en büyük düşüşlerin ise muhtemelen; yüzde 24 ile Hindistan, yüzde 24 ile Rusya, yüzde 23 ile Kanada ve yüzde 16 ile Hollanda'da görüleceği tahmini de raporda bulunuyor. **S.**

ÇOĞU GELİŞMİŞ EKONOMİDE İFLASLARIN, PANDEMİ ÖNCESİ YILLIK SEVİYELERİ BELİRGİN BİR ŞEKİLDE AŞTIĞI, BU ÜLKELER ARASINDA İSVİÇRE BAŞTA OLMAK ÜZERE ÇOĞUNLUKLA BATI AVRUPA'NIN GELİŞMİŞ EKONOMİLERİNİN YER ALDIĞI DA RAPORDA BELİRTİLİYOR. RAPORA GÖRE; İSVİÇRE'Yİ ÖZELLİKLE FİNLANDIYA, İSVEÇ VE İSPANYA İZLİYOR VE ASYA-PASİFİK BÖLGESİNDEKİ ÇOĞU GELİŞMİŞ EKONOMİ DE AYNI DURUMDA. BUNLAR ARASINDA İSE ÖZELLİKLE; GÜNEY KORE, HONG KONG, SİNGAPUR VE AVUSTRALYA İLE AMERİKA KITASINDA KANADA VE ABD'NİN OLDUĞU RAPORDAKİ BİLGİLER ARASINDA

Tanıtımın ve pazarlamanın jargonunu biliyoruz



Hazine ve Maliye Bakanı Mehmet Şimşek:

Beyan dışı bırakılan 748 milyar TL'lik vergi matrahı tespit edildi

Hazine ve Maliye Bakanlığı'na bağlı Vergi Denetim Kurulu (VDK), 2025 yılında yürüttüğü denetimler sonucunda 748 milyar TL'lik beyan dışı bırakılmış vergi matrahı tespit etti. İncelemeler doğrultusunda 294 milyar TL vergi ve ceza tutarına ulaşılırken, denetim oranı tarihi zirveye çıktı.

Büyük ve orta ölçekli mükelleflere odakta

Vergi incelemeleri kapsamında yaklaşık olarak 469 milyar TL'lik matrah farkı üzerinden 101,6 milyar TL vergi ve 172,6 milyar TL ceza kesildi. Tespit edilen matrah farkının yüzde 90'ı, büyük ve orta ölçekli mükelleflere yönelik denetimlerden kaynaklandı. Bu farkın 325,3 milyar TL'lik bölümü, sahte belge fiilleri dışındaki ve tahsil kabiliyeti yüksek genel inceleme konularından oluştu.

“Vergiye gönüllü uyumu artıracacağız”

Hazine ve Maliye Bakanı Mehmet Şimşek, “Önümüzdeki dönemde de bu çizgiyi koruyacağız. Teknoloji, nitelikli insan kaynağı ve risk temelli analizlerle vergiye gönüllü uyumu artıran, kamu maliyesini güçlendiren bir yaklaşımı sürdüreceğiz. Kayıt dışılıkla mücadelede kararlıyız; rehberlik ve önleyici mekanizmaları öne çıkaran bir strateji izliyoruz. Vergi müfettişlerimizi özverili çalışmalarından dolayı tebrik ediyorum.”

Enflasyonda düşüş trendi sürüyor

TÜİK verilerine göre Ocak 2026 enflasyonu, hava koşullarına bağlı gıda fiyatları nedeniyle aylık %4,84 ile beklentilerin üzerinde gelse de, yıllık bazda %30,65'e geriledi. Ekonomi yönetimi, yıllık enflasyondaki düşüş eğiliminin korunduğunu ve fiyatlama davranışlarındaki katılıkların kırılmaya başladığını vurguluyor.

Fed'den "Bekle-Gör" politikası

ABD Merkez Bankası (Fed), yılın ilk toplantısında politika faizini değiştirmeyerek %4,25-4,50 aralığında sabit tuttu. Enflasyonun %2 hedefine ilerleyişindeki belirsizlik ve yeni yönetimin gümrük vergisi tehditleri nedeniyle temkinli duruşunu koruyan Banka, faiz indirimlerine ara vererek piyasalara veri odaklı mesajlar verdi.



Komşuyla ticarete rekor

Türkiye ile Yunanistan arasındaki siyasi yakınlaşma ticarete yansıdı. 2025 yılında iki ülke arasındaki ticaret hacmi 6,7 milyar dolara ulaşarak 10 milyar dolar hedefine bir adım daha yaklaştı. Türkiye, bu dönemde komşusuna karşı yaklaşık 4,1 milyar dolar dış ticaret fazlası verdi.

MİKRO-İHRACAT DEVRİMİ:

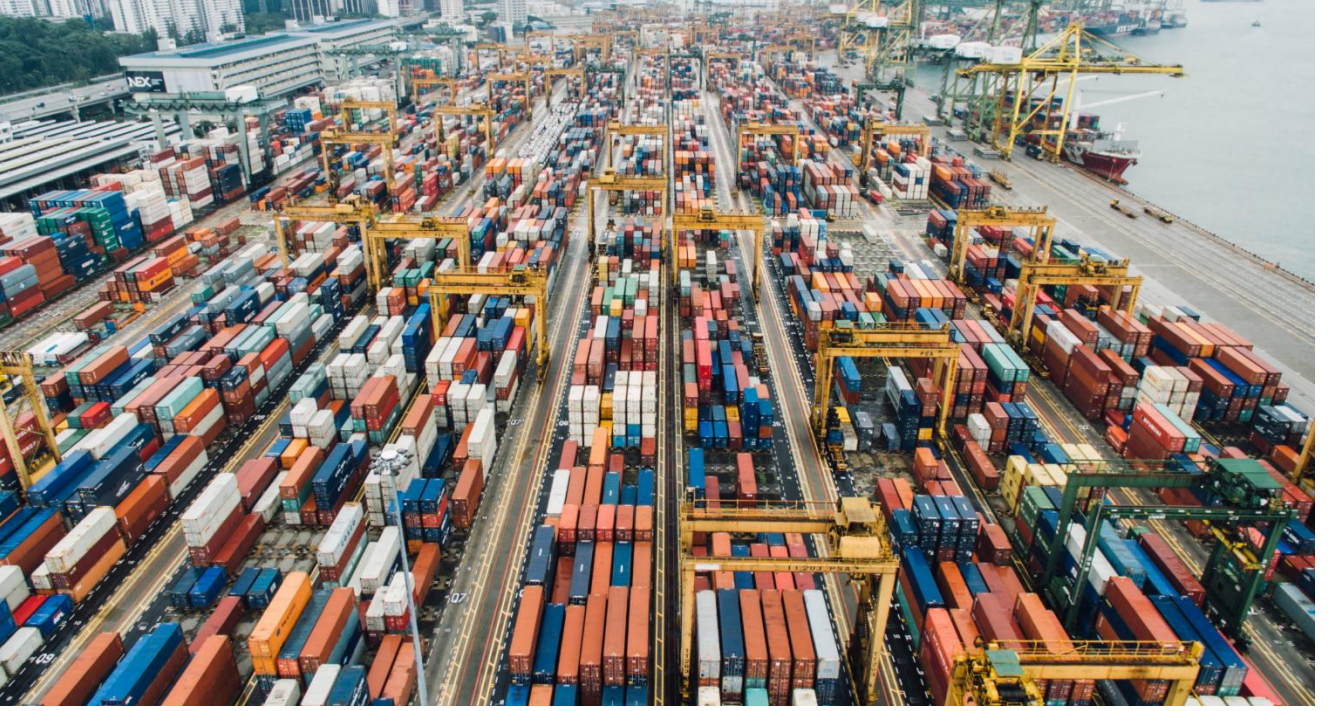
Bavul ticaretinden *dijital İpek Yolu'na*

Yıllar boyunca ihracat denildiğinde akla gelen imge değişmezdi; Limanlara yığılan devasa konteynerler, gümrük kapılarında bekleyen tırlar, bürokratik evrak yığınları ve sadece büyük sermaye sahiplerinin masaya oturabildiği milyar dolarlık anlaşmalar. Ancak 2020'lerin ortasında bu tablo, sessiz ama köklü bir devrimle sarsıldı. Artık Türkiye'nin ihracat haritası, sadece organize sanayi bölgelerindeki fabrikalarla değil, evinin bir odasını atölyeye çeviren tasarımcılarla, yerel zanaatkarlarla ve küçük işletmelerle yeniden çiziliyor. Mikro-İhracat kavramı, uluslararası ticaretin demokratikleşmesini temsil ediyor. Artık bir ürünü New York'a, Berlin'e veya Tokyo'ya satmak için holding sahibi olmaya gerek yok, doğru bir dijital strateji, bir e-ticaret paneli ve hızlı bir kargo anlaşması yeterli. Bu, Laleli'deki bavul ticaretinin, dijitalleşerek ve yasallaşarak evrimleşmiş halidir.

Sınırları kaldıran mevzuat: ETGB ve lojistik kolaylığı

Bu devrimin arkasındaki en büyük itici güç, lojistik ve gümrük süreçlerindeki yapısal değişimdir. Elektronik Ticaret Gümrük Beyannamesi (ETGB) sistemi, mikro ihracatın önündeki en büyük engel olan gümrük müşaviri tutma zorunluluğunu ortadan kaldırdı. 300 kilogramı ve 15.000 Euro'yu aşmayan gönderiler, artık bir mektup gönderir gibi, sadece yetkili kargo firmaları aracılığıyla yurtdışına çıkarılabiliyor. Bu durum, Anadolu'nun en ücre köşesindeki bir bakır ustasının veya İstanbul'daki bir deri tasarımcısının, ürününü Amazon, Etsy veya kendi Shopify altyapısı üzerinden, 24-48 saat içinde Avrupa'nın herhangi bir kapısına teslim edebilmesini sağlıyor. Lojistik şirketlerinin sunduğu entegre çözümler, KOBİ'lerin global devlerle rekabet edebilmesine olanak tanıyan bir altyapı eşitliği sağlıyor.





Anadolu'dan dünyaya...

Mikro-ihracat, sadece bir satış kanalı değil, aynı zamanda Türk ürünlerinin algısını değiştiren bir marka yolculuğudur. Geleneksel ihracatta fason üretici olarak konumlanan Türkiye, mikro-ihracat sayesinde marka kimliği kazanıyor. Etsy gibi platformlarda Türk satıcılar; el yapımı halılar, özel tasarım takılar, organik tekstil ürünleri ve kişiselleştirilmiş hediyelik eşyalarla 'Made in Turkey' algısını ucuz üretimden nitelikli zanaata taşıyor. Özellikle ABD ve Avrupa pazarındaki tüketiciler, kitlesel üretim yerine hikayesi olan, el emeği ürünlere yönelirken, Türk girişimciler bu talebi karşılama konusunda Çinli rakiplerinden ayrışıyor. Çin hız ve ucuzluk sunarken, Türk mikro-ihracatçısı kalite ve tasarım sunarak daha yüksek kar marjlarıyla (katma değerle) satış yapıyor.

Döviz kazanmanın tabana yayılması

Ekonomik açıdan bakıldığında, mikro-ihracatın en stratejik önemi, döviz gelirinin tabana yayılmasıdır. İhracat gelirlerinin sadece büyük sanayicilerin tekelinde kalmaması, orta sınıftan ve küçük esnafın da Dolar/Euro kazanabilir hale gelmesi, ekonomik dayanıklılığı artıran bir faktördür. Bugün bir ev hanımının ürettiği seramikleri Euro ile satması veya bir üniversite öğrencisinin tasarladığı dijital planlayıcıları dolar ile pazarlaması, hane halkı ekonomisinde bir kur koruma kalkanı oluşturuyor. Bu model, yerel krizlerden etkilenme oranını düşürürken, girişimcileri global rekabetin, yani dünya liginin bir parçası haline getiriyor. Mikro-ihracat, bir yan gelir modeli olmaktan çıkıp, Türkiye'nin yeni ekonomik hikayesinin ana karakterlerinden biri olmaya aday.

GELENEKSEL İHRACATTA FASON ÜRETİCİ OLARAK KONUMLANAN TÜRKİYE, MİKRO-İHRACAT SAYESİNDE MARKA KİMLİĞİ KAZANIYOR

Deneyim müzeciliği: ‘Lütfen dokunmayın’ devrinin sonu

Yüzyıllardır müze gezmek, belirli bir protokolü gerektirirdi; Sessiz olunur, eserlere belli bir mesafeden bakılır, eller arkada birleşir ve asla ama asla dokunulmazdı. Klasik müzecilik anlayışı, sanat eserini ‘kutsal ve ulaşılmaz’ bir obje, ziyaretçiyi ise ‘edilgen bir gözlemci’ olarak konumlandırırđı. Ancak 2020’lerde sanat dünyası, Z kuşağının tüketim alışkanlıkları ve dijital teknolojinin baskısıyla köklü bir değişim geçirdi. Artık yeni nesil müzelerin kapısında ‘Lütfen dokunmayın’ değil, ‘Lütfen dokununuz, içine giriniz ve paylaşın’ yazıyor. Deneyim Müzeciliği (Immersive Museology) olarak adlandırılan bu akım, sanatı sadece bakılan bir şey olmaktan çıkarıp, yaşanan bir olguya dönüştürüyor. TeamLab’ın Tokyo’deki dijital şelalelerinden, Refik Anadol’un veriyi

rüyaya dönüştüren algoritmik heykellerine kadar; sanat artık çerçevelerin içinden taşıp izleyiciyi yutuyor.

‘Instagramlanabilirlik’ kriteri ve selfie mimarisi

Bu dönüşümün en büyük itici gücü hiç şüphesiz sosyal medya. Modern izleyici için bir sergiyi gezmek, sadece o eseri görmek değil, o eseri gördüğünü kanıtlamak anlamına geliyor. New York’taki Museum of Ice Cream veya Color Factory gibi örnekler, aslında birer sanat müzesinden çok, mükemmel Instagram fotoğrafları çekmek için tasarlanmış devasa stüdyoları andırıyor. Sanat eleştirmenleri bu durumu ‘sanatın lunaparklaşması’ olarak eleştirse de, rakamlar bu modelin ekonomik başarısını kanıtıyor. Klasik müzeler ziyaretçi sayılarını korumakta





zorlanırken, deneyim odaklı sergiler aylar öncesinden Sold Out çekiyor. Eserin değeri artık sanat tarihi içindeki yeriyle değil, sosyal medyada ne kadar paylaşılabilir olduğuyula ölçülüyor. Bu durum, küratörleri sergi tasarlarken ışık açısını ve kadrajı en az eserin kendisi kadar düşünmeye zorluyor.

Teknolojiyle canlanan tarih

Deneyim müzeciliği sadece çağdaş sanatta değil, tarih ve arkeoloji alanında da devrim yaratıyor. Klasik müzelerdeki tozlu vitrinlerin arkasında duran kırık çömlekler veya paslı kılıçlar, yeni neslin ilgisini çekmekte zorlanıyor. Ancak artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR) teknolojileri sayesinde, ziyaretçiler artık Göbeklitepe'nin 12 bin yıl önceki halinde yürüyebiliyor veya Topkapı Sarayı'nda bir Osmanlı törenini canlıymış gibi izleyebiliyor. Bu, eğitimin ve tarih anlatıcılığının oyunlaştırılmasıdır (Gamification). Müzeler, bilgi deposu olmaktan

çıkıp, hikaye anlatan yaşayan mekanlara dönüşüyor. Van Gogh'un 'Yıldızlı Gecce' tablosunun içine projeksiyon teknolojisiyle girip o fırça darbelerinin arasında dolaşabilmek, izleyicide tablonun karşısında dikilmekten çok daha derin bir duygusal iz bırakıyor.

Sanatın yeni ekonomisi

Bu trend, sanat ekonomisinde de yeni bir gelir kalemi yarattı. Klasik müzeler bağışlara ve devlet fonlarına bağımlıyken, deneyim müzeleri yüksek bilet fiyatlarıyla (ortalama 30-50 dolar/euro) kendi kendini finanse edebilen ticari işletmelere dönüşüyor. Ayrıca Gift Shop (Hediyeelik Eşya) kültürü de değişti; artık sadece kartpostal değil, o deneyimin bir parçası olan, tasarımla bütünleşmiş ürünler satılıyor. Deneyim ekonomisi, insanların eş-ya biriktirmek yerine anı biriktirme eğilimiyle birebir örtüşüyor. Müzeler, kutsal tapınaklar olmaktan çıkıp, şehrin en popüler sosyal buluşma noktaları haline geliyor.

S.



MÜZİK DÜNYASININ ZİRVESİ 68. Grammy Ödülleri sahiplerini buldu

68. Grammy Ödülleri görkemli bir törenle sahiplerini buldu. Porto Rikolu yıldız Bad Bunny, Debí Tírar Más Fotos adlı çalışmasıyla "Yılın Albümü" ödülünü kazanarak, bu kategoride zafere ulaşan ilk tamamen İspanyolca albümün sahibi oldu ve müzik tarihine geçti. Gecenin diğer büyük ödüllerinden "Yılın Kaydı", Luther adlı işbirlikleriyle Kendrick Lamar ve SZA'ya giderken; Billie Eilish ise duygusal parçası Wildflower ile "Yılın Şarkısı" ödülüne layık görüldü. Lady Gaga, büyük beğeni toplayan Mayhem albümüyle "En İyi Pop Vokal Albümü" ödülünü kucaklarken, efsanevi grup The Cure, Songs of a Lost World ile "En İyi Alternatif Müzik Albümü" dalında kariyerlerinin ilk Grammy ödülünü kazandı. "En İyi Yeni Sanatçı" unvanı ise İngiliz yetenek Olivia Dean'in oldu.

Berlinalle'de Türk sineması rüzgarı



Dünya sinemasının kalbinin atacağı 76. Berlin Film Festivali (Berlinalle) için geri sayım sürerken, festival biletleri 9 Şubat itibarıyla satışa çıktı. 12-22 Şubat tarihleri arasında düzenlenecek ve jüri başkanlığını usta yönetmen Wim Wenders'ın üstlendiği festivalde, Türkiye sineması bu yıl oldukça iddialı. Yönetmenliğini İlker Çatak'ın yaptığı Sarı Zarflar (Gelbe Briefe) filminin başrol oyuncusu Özgü Namal, sergilediği performansla "En İyi Başrol Oyuncu" dalında Gümüş Ayı için yarışacak. Ayrıca, Dalya Keleş'in yönettiği Yer Çekimi adlı kısa film de festivalin prestijli "Generation Kplus" seçkinde dünya prömiyerini yaparak izleyici karşısına çıkacak.

İstanbul Film Festivali'nden 'Acı Hayat' sürprizi

İstanbul Kültür Sanat Vakfı (İKSÜ), Nisan ayında düzenlenecek 45. İstanbul Film Festivali kapsamında restore edilecek klasik yapımları duyurdu. Metin Erksan'ın 1962 yapımı unutulmaz filmi "Acı Hayat", Zurich Sigorta işbirliğiyle yenilenerek izleyiciyle buluşacak. Başrollerini Türkan Şoray ve Ayhan Işık'ın paylaştığı bu başyapıt, Türk sinema mirasının korunması adına festivalin "Dün Bugündür" bölümünde gösterilecek.



TARAFSIZ

BAĞIMSIZ

HER
ZAMAN
OLDUĞU
GİBİ.

SABIRSIZLIKLA BEKLEYİN...

SANTRAL

NEW, NEWS, NEED

EKONOMİ DÜNYASI TÜRKİYE'DE İLK KEZ DENİZDE BİR ARAYA GELİYOR

Üst düzey
şirketlerin
yöneticileri

Kamu kurumları ve
bakanlık düzeyinde
katılım

700 kişilik
ultra lux
gemi

ÇOK YAKINDA!



DENİZDE
EKONOMİ
ZİRVESİ

SPONSORLUK İLETİŞİM
event@dijipub.com

dijiPub

**Bir etkinliđi ilk kez
duyuyorsanız biz
yapıyoruzdur!**

**DAHA ÖNCE YAPILMAMIŞ
ETKİNLİKLER dijiPub Event'te**

