



21<sup>st</sup> Century



16<sup>th</sup> Century



6000 BC

Ceramics born, shaped and flourishing in Turkey.

To view a selection of Turkey's most exquisite ceramics,  
please visit us in Cevisama - Valencia, 2009.

# KÜNYE / MASTHEAD

Türkiye Seramik Federasyonu Adına Sahibi /

Publisher for Turkish Ceramics Federation

**Zeynep Bodur Okyay**

Genel Koordinatör-Sorumlu Müdür / General Coordinator-Responsible editor

**Germiyan Saatçioğlu**

germiyan@serfed.com

Yayın Editörü ve Yayın Sekreteri / Managing Editor

**Ebrar Gündoğdu**

ebrar@serfed.com

Sanat Editörleri / Art Editors

**Yrd. Doç. Candan Güngör** (Dokuz Eylül Üniversitesi)

candan.gungor@deu.edu.tr

**Öğr. Gör. Mutlu Başkaya Yağıcı** (Hacettepe Üniversitesi)

mutlubaskaya@gmail.com

**Yrd. Doç. Hüseyin Özçelik** (Hacettepe Üniversitesi)

hsynozcelik@hotmail.com

Bilim Editörleri / Science Editors

**Prof. Dr. Akin Altun** (Dokuz Eylül Üniversitesi)

akin.altun@deu.edu.tr

**Prof. Dr. Z.Engin Erkmen** (Marmara Üniversitesi)

erkmen@eng.marmara.edu.tr

Arkeolog Editör / Archaeologist Editor

**Nezih Başgelen**

info@arkeolojsanat.com

Yayın Kurulu / Editorial Board

**Prof. Ahmet Ekerim** (Yıldız Teknik Üniversitesi)

**Prof. Güngör Güner** (Marmara Üniversitesi)

**Prof. Dr. İskender Işık** (Dumlupınar Üniversitesi)

**Prof. Meltem Kaya** (Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi)

**Prof. Ömür Bakırer** (ODTÜ)

**Prof. Rüçhan Arık** (Çanakkale 18 Mart Üniversitesi)

**Prof. Sevim Çizer** (Dokuz Eylül Üniversitesi)

**Prof. Süleyman Belen** (Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi)

**Doç. Dr. Suat Yılmaz** (İstanbul Üniversitesi)

**Doç. Dr. Recep Artır** (Marmara Üniversitesi)

**Berna Erbilek**

**Emine Kurdoğlu**

**Erol Arat**

**Fatma Batukan**

**Ihsan Bozdoğan**

**Pelin Özgen**

Yapım Danışmanları / Production Consultants

**Doğan Hasol**

**Güven Cantürk**

İngilizce Çeviriler / English Translations by

**Turan Aksoy**

Yayın Türü / Type of Publication

**Yerel Süreli Yayın / Local Periodical**

Yönetim Yeri / Address

Büyükdere Cad. No: 85 Stad Han Kat: 4 Mecidiyeköy / İstanbul / Turkey

Tel: +90 212 266 52 54 Faks: +90 212 266 51 23

info@serfed.com www.serfed.com www.turkishceramics.com

**Hakemli bir dergidir / A magazine with judges**



**TÜRKİYE  
SERAMİK  
FEDERASYONU**



Kapaktaki eser

**Feyza Özgündoğdu**

Work Featured on Cover by

Yayına hazırlık / Prepared for publication by



Genel Yönetmen / Managing Editor

**Metin GÜLBAY**

Görsel Yönetmen / Art Editor

**Murat KARA**

Grafik & Tasarım / Graphic&Design

**Yavuz KARAKAŞ**

Editor / Editor

**Hayati BAKİŞ** hayati.bakis@dunya.com

Fotograf / Photography

**Murat GÜNEY, Özer ÖLÇER,**

**Gülhan KİRDİ**

İletişim / Communications

**Tel: 0216 681 18 22**

Görsel destek / Graphics Support

**Dünya Gazetesi**

**Arşiv Dokümantasyon Servisi**

Baskı / Publishing

**Dünya Yayıncılık A.Ş**

**"Globus" Dünya Basınevi**

100. Yıl Mahallesi

34440

Bağcılar-İstanbul

Tel: 0 212 440 20 10-11

İlan İndeksi / Advertiser Index

Gizem Frit	Ön Kapak İçi
Turkish Ceramics	3
Umpas	5
Toprak Seramik	7
Yurtbay Seramik	19
Hittit Seramik	25
Duravit	33
Bien Seramik	37
Creavit	41
Kalekim	43
Termal	45
Toksel Makine	47
Unicera	51
Çanakkale Seramik Kalebodur	Arka Kapak İçi
Ege Seramik	Arka Kapak

## Yazım Kuralları

Seramik malzemelerle ilgili (Cam, Çimento, Emaye dahil) orijinal araştırma, davetli makale, derleme, teknik rapor ve haber türündeki yazılar bilgisayarda yazılmış olarak PC Word belgesi formatında e-posta ile iletilmelidir. Ayrıca kağıt çıktısı da Türkiye Seramik Federasyonu adresine gönderilmelidir. Yazар, makalesinde yer alacak görsellerin 304 dpi çözünürlüğünde elektronik olarak tarayıp CD'de teslim etmelidir. Eğer bu mümkün değilse mutlaka dia ve kart baskı (10x15 cm) şeklinde göndermelidir. Yazılarında kullanılan şekil, şema grafikler "Word Belgesi" içine yapıştırılmamalı, her biri tek bir resim belgesi olarak CD ile gönderilmelidir. Kullanılan kaynaklar metin içinde numaralandırılmalıdır, metin sonunda mutlaka toplamalıdır. Gönderilen ya da istenen her yazının kabul edilip edilmemesi ya da düzeltme istenmesi de Yayın Kurulu tam yetkilidir. "Sanatsal ve Bilimsel" başlığı altında değerlendirilecek makaleler mutlaka en az bir hukem tarafından değerlendirildikten sonra Yayın Kurulu'na incelenmektedir. Dergideki yazılarından kaynak göstermek koşuluyla alıntı yapılmabilir. Dergide gönderilen yazılar yayınlanırsa ya da yayınlanmasın yazarına iade edilmez. Özgün ya da derleme yazılarındaki bilgiler ve görüşler yazının sorumluluğundadır. Ticari reklamlar firmaların sorumluluğundadır.

**TILE STUDIO**  
NEW COLLECTION



**elegance**  
**20x60**

Umpas  Seramik  
[www.umpasseramik.com.tr](http://www.umpasseramik.com.tr)

# Global kriz ve enerji fiyatları

## Energy prices soar

Yıldönümleri, nereden gelip nereye gitmekte olduğumuzu değerlendirmemiz ve muhasebe yapmamıza fırsat vermesi açısından önemlidir. Hele bir de küresel bir mali krizin tam ortasındayken... Bu noktada birbirimizle istişare içinde bulunmak büyük önem taşıdığını, bir yılı kapatırken sizlerle bu sayımızda bir durum değerlendirmesi yapmayı uygun bulduk.

Biz ülke olarak krizlere yabancı değiliz. Ancak bugün karşı karşıya olduğumuz kriz, geçmişte yaşadıklarımızdan farklı olarak, bizim hatalarımızdan değil, küresel mali sistemin yapısındaki yanlışlardan kaynaklanan yapısal bir krizdir. Gelişmelerden anladığımız, ikinci Dünya Savaşı sonrasında oluşan uluslararası sistemin, günümüzde dünyanın ihtiyaçlarına cevap veremediği yönündedir. Küresel krizle birlikte, bugünkü dünyanın ihtiyaçlarına cevap veremeyen ekonomik sistemin yeniden yapılanması, öncelikli hale gelmiş bulunuyor. Bundan sonra önemli olan, krizlerin ardından ortaya çıkan yeni koşullara uyum sağlayabilmektir.

1990-2007 arasında küresel ticaret hacminin ortalama yüzde 9,3 oranında büyüğerek, aynı dönemde yüzde 5,6 oranında büyüyen küresel ekonomimin önünde yer alması, Türkiye'nin de içinde bulunduğu, yükselen piyasa ekonomilerinin dünya ticaretinden giderek daha fazla pay almaya başlamasına neden oldu. Çin yakın dönemde Almanya'yı geride bırakarak dünyanın en büyük ihracatçı olacaktır. Satın alma gücü paritesine göre bugün Çin, dünyanın 2. büyük, Hindistan ise 4. büyük ekonomisi haline gelmiştir. Buna karşılık zengin ülkelerin dünya üretimindeki payı, 150 yıldan beri ilk kez 2005 yılında, yüzde 50'nin altına düşmüştür. Bu yüzden analistlerümüzdeki dönemi "yükselebilecekler yüzü" olarak tanımlamaktadır.

Ülkemize baktığımızda, bu olumlu rüzgârların bizi pozitif yönde etkilediğini görüyoruz. Altı yıl öncesine kadar küresel ekonomiye yeterince entegre olamayan ülkemiz, uygulanan reform programı ve özel sektörde dayalı büyümeye sayesinde, küresel ekonomiye intibakını hızlandırdı. Altı yıldır süren büyümeye, ihracat ve yatırım performansının arkasında da, bu entegrasyon yatıyor. Bugün Türkiye, dünyanın en büyük 17. Avrupa'nın ise altıncı ekonomisi haline gelmiştir. Avrupa'nın en büyük 500 şirketi arasında 12 Türk şirketi bulunmakta, dünyanın en büyük 225 uluslararası müteahhitlik firması arasında 23 Türk firması yer almaktadır. İslâm dünyasının en büyük 100 şirketinin bulunduğu listeden petrol ve doğalgaz kaynaklarından beslenen şirketleri çıkartıldığında, en büyük 10 şirketin sekizinin Türk şirketi olduğunu görmekteyiz. Ancak nasıl ki dün, artan küresel entegrasyonun olumlu sonuçlarını yaşadıysak, bugün de küresel sistemin dalgalanmalarından etkilenmeye başladık.

Bu dönemde üretim kapasitesini en iyi koruyan, günün sonunda en kârlı olacaktır. Dolayısıyla ekonomik küçülme yaşanan bir dünyada, daralmanın etkilerini sınırlı tutmak da başarıdır. "Dışarıda gürül gürül akan bir dünya" varken hiçbirimizin durma lüksü yoktur. Yine de mevcut durum itibarıyla, ABD ve Almanya başta olmak üzere gelişmiş ekonomile-

**Zeynep Bodur Okyay**

Seramik Federasyonu Yönetim Kurulu Başkan  
Chairman, Board of Directors Ceramics Federation

Anniversaries are significant in terms of our evaluation of where we are coming from and where we are headed to and our taking an account of such things. Especially, just in the midst of a financial crisis... Since it is highly important to consult each other at this point, I found it proper to make a situation evaluation with you in this issue as we come to the closing of this year.

As a country, we are not alien to crises. However, the crisis we are facing today, in contrast to previous ones, is a structural crisis attributable to the mistakes in the composition of the global financial system, not our own mistakes. What we can gather from developments is that the international system, which was formed

post-second world war, cannot respond to the needs of the world today. Alongside of the global crisis, it has become a priority that this economic system, which fails to satisfy the needs of the present world, is restructured. What will be important from now on is the ability to adapt the new conditions arising after the crisis.

The fact that the volume of global trade grew by 9.3 percent on the average in the 1990-2007 period, ahead of the global economy growing at the rate of 5.6 percent during the same time span, caused the emerging market economies, of which Turkey is a part, starting to get progressively a larger share of the global trade. Soon, China will be the largest exporter in the world, taking over Germany. Based on the purchasing power parity, China has become the 2nd largest economy in the world with India ranking 4th. Yet, the share of rich countries in world production has dropped under 50 percent for the first time during the last 150 years, in 2005. Therefore, analysts describe the upcoming period as the century of "emerging markets".

Taking a glance at our country, we see that these positive winds are affecting us favorably. Our country, which was unable to be integrated into the global economy adequately until six years ago, thanks to the implemented reform program and the private sector driven growth, accelerated its adaptation to the global economy. This integration underlies the growth, export and investment performance which has been maintained for six years. Presently today, Turkey has become the world's largest seventeenth and Europe's sixth largest economy. There are 12 Turkish companies among the largest 500 companies in Europe, with 23 Turkish firms listed among the largest 225 international contracting firms in the world. Removing the companies nurtured out of petroleum and natural gas resources from the list of the top 100 companies of the Islamic world, we see that eight out of the largest ten companies are Turkish. However, just as we had experienced the favorable results of increasing global integration yesterday; today we have started to be affected by the fluctuations of the global system.

The ones who maintain their output capacity best in this period will be the most profitable ones at the end of the day. Therefore, it is an achievement just to contain the impact of contraction in a world going through an economic downsizing. None of us has the luxury of stopping when there is a "world running loudly outside". Still, most of the developed economies have



Glamour Serisi  
Zamanın sonsuz ışığı



[www.toprakseramik.com.tr](http://www.toprakseramik.com.tr)

28 yıldır, kalite aranan  
her yerde sizlerleyiz.



**TOPRAK**  
Seramik

rin çoğu resesyonu girmiş durumdadır. Krizin olumsuz etkileri, ne yazık ki, Türkiye'de de giderek daha fazla hissediliyor. 2001 Krizi sonrasında Türkiye'nin bankacılık sektörünü yeniden yapılandırmayı, en azından şimdiden kadar, finansal boyutta sorunların çok büyümeyi engellemiştir. Ancak, küresel krizin olumsuz etkilerinin reel sektörümüzü maalesef yıkıcı bir şekilde yansığını görmekteyiz. Ayrıca Türkiye'de enflasyon oranının artış trendine girmesi ve girdi fiyatlarında özellikle enerjide sene başından beri vergi dahil yapılan toplam yüzde 82,2 oranında zam işimi zi gün geçikçe daha da zorlaştırmaya başladı.

Üretimine ara vermek veya kapilarını tümüyle kapatmak zorunda kalan sanayi kuruluşları ile ilgili haberler ne yazık ki devam ediyor. Bundan sektörümüz de nasibini almaktadır. İnsanlarımız işlerini kaybediyor. Zaten büyük bir sorun olan işsizlik daha da büyüyor. Sanayi üretimi kaygı verici bir seyir izliyor. Ekim ayı sonucu ile sanayi üretimi, yedi yıl aradan sonra, ilk defa, üç ay üst üste küçülmüş bulunmaktadır. Bu, 2001 sonrası dönemin en yüksek oranlı küçülmesidir. Kasım ayında, kapasite kullanım oranı yüzde 72,9 olarak açıklandı. Bu da, 2003 yılı ikinci ayından sonraki en düşük kapasite kullanım oranıdır. Türkiye İhracatçılar Meclisi kayıtlarına göre, kasım ayında da ihracatımız, yüzde 22 azalmıştır. Bu koşullarda, sanayi üretiminde, dördüncü çeyrek için de iyimser olmak mümkün değildir.

Türkiye ekonomisinde son altı yıla, düşük kur-aşırı değerli YTL damgasını vurmuştur ve maalesef, 2008 sanayimiz için, 2001 sonrası dönemin en olumsuz yılı olarak kapanacaktır. Son açıklanan verilere göre, Türkiye ekonomisi 2008'in üçüncü çeyreğinde sadece yüzde 0,5 büyümüştür. Yüzde 0,5, 2001 yılının son çeyreğinden bu yana elde edilen en düşük büyümeye oranıdır. İmalat sanayi katma değeri üçüncü çeyrekte yüzde 1,1 azalmıştır. Sanayi sektörü katma değeri, 2002 ilk çeyrekten sonra ilk defa, bu çeyrekte azalmıştır. Sanayimiz ilk defa, bu çeyrekte, büyümeye pozitif katkı yapamamıştır. Sanayi katma değerindeki düşüş, ticaret sektörünü de olumsuz etkilemiş, üçüncü çeyrekte ticaret sektörü katma değeri de yüzde 1,8 azalmıştır. Üretimin yanında, ekonominin tüketim boyutunda da işler iyi gitmemektedir. Üçüncü çeyrekte özel tüketim harcamaları sadece yüzde 0,3 artmıştır. Bu oran 27 çeyrek sonraki en düşük artışıdır.

Yatırım harcamalarında da vahim bir tablo ile karşılaşmaktayız. 2002 ilk çeyreğindeki yüzde 12'lük düşüşten sonra, 2008'in üçüncü çeyreğinde, özel sektör yatırım harcamaları yüzde 10 azalmıştır. Bu harcamalar içinde makine ve teçhizat yatırım harcamaları da yüzde 8,4 azalmıştır. Ancak, tüm olumsuzluğa rağmen, 2002'den-2008'e, sanayimiz, üretimi ve ihracatını artırmayı başarmıştır. Ama nasıl başarmıştır?

Elindeki tüm imkânları kullanarak; ithal girdiye yönelmiş, kur riski üstlenme pahasına dışarıdan ucuz kredi kullanmış, verimliliğini artırmak adına daha az işçi istihdam etmiş ve dış pazarlarını korumak adına, kârından fedakârlıkta bulunmuş, hatta bazen zararına satış yapmıştır. Küresel kriz öncesinde de sanayimizde bazı dile getirdiğimiz sıkıntılar vardı. 2004 yılında sanayi üretimi yüzde 9,8 gibi yüksek bir oranda artmışken, 2005'te yıllık artış oranı neredeyse bunun yarısına yüzde 5,4'e gerilemiştir. Bu koşullarda rekabet mücadeleleri veren sanayimizin nefesi, 2005 yılından itibaren tikanma belirtileri gösteremeye başlamıştı. 2006, 2007 yıllarında da sanayi üretimindeki artış, inişli çıkışlı istikrarsız bir seyir izlemiştir ve yıllık büyümeye yine yüzde 5'ler civarında kalmıştır. 2006 Mayıs ayındaki dalgalandırmayı takiben, iç talep giderek daralmaya başlamıştı. Yoğun enerji tüketen ve üretiminin yarısından fazlasını ihrac eden Türk seramik sektörü de, bir tarafta fiyatları devamlı olarak artan enerji girdisi ve enflasyon oranının çok üzerinde fiyatları artan Türk Lirası ile temin etmeye olduğu yerli hammaddeler, diğer tarafta ihracat gelirlerinde devamlı azalmaya sebep olan döviz fiyatları arasında sıkışarak Nisan 2007 tarihinden bu yana büyük bir sıkıntı içerisindeydi.

Döviz kurları uzunca bir süre 1,20 YTL civarında dalgalandırmayı göstermiş ve sektörün ihracattan elde ettiği gelirler ürün maliyetini karşılayamamıştır. Yıllık bağlantılarla gerçekleştirtiği ihracat taahhütlerinden vazgeçemediği için üreticiler ihracata devam etme mecburiyetinde kala-

already gone into a recession, lead by USA and Germany at the present. The adverse effects of the crises unfortunately are being felt more and more in Turkey as well. Turkey's restructuring its banking industry after the 2001 crisis, at least so far, has prevented excessive growth of problems financially. However, we see that unfortunately the adverse effects of the global crisis are reflected upon our real industry destructively. Also, the inflation rates going into a trend of growth in Turkey and the tax inclusive total price hike of 82.2 percent on energy since the beginning of the year are making our job increasingly difficult.

Unfortunately, news about the industrial companies forced to suspend production or shut down their gates entirely are continuing to arrive. Our industry is getting its share of this as well. Our people are losing their jobs. Unemployment, which is a great problem anyway, is growing even further. Industrial output is following a woeful course contracting for three consecutive months for the first time after a seven-year break, looking at the results for October. This is the highest contraction in the post-2001 period. In November, the capacity utilization rate was posted as 72.9 percent, which is the lowest capacity utilization rate next to the second month of 2003. According to the records of Turkish Exporters Assembly, our exports in November have decreased by 22 percent. Hence, it is not possible to be an optimist for the fourth quarter for industrial output under these circumstances.

The last six years of the Turkish economy, low exchange rate – overvalued TRY has made its mark on the last six years of the Turkish economy and unfortunately, 2008 will close as the least favorable year of the post-2001 period for our industry. According to the most recently announced data, Turkish economy has grown by only 0.5 percent in the third quarter of 2008. This is the lowest growth rate derived since the last quarter of 2001. The added value for the manufacturing industry has decreased by 1.1 percent in the third quarter. The added value of the industrial sector has decreased for the first time in this quarter after the first quarter of 2002. For the first time, our industry was unable to make a positive contribution to growth in this quarter. The drop in the industrial added value has also affected the trade sector adversely with the added value of this sector coming down by 1.8 percent in the third quarter. Things are not going well in the consumption aspect of the economy beside production either. Private consumption expenditures have grown by only 0.3 percent in the third quarter. This rate is the lowest increase after 27 quarters.

We are facing a grave picture in capital expenditures as well. Following the drop of 12 percent in the first quarter of 2002, capital expenditures of the private sector have declined by 10 % in the third quarter of 2008. The plant and equipment, capital expenditures have declined by 8.4 percent among these as well. Yet, despite all this adversity, our industry has managed to increase its output and exports from 2002 until 2008. But how?

Employing all means available, it has moved to imported inputs utilized, cheap credit from abroad at the expense of assuming the risk of exchange rates, has employed less workers for increasing productivity and has compromised profits for maintaining its international markets, has even sold at a loss in certain cases. Our industry was experiencing certain difficulties which we were articulating already prior to the global crises, too. The industrial output which has grown by 9.8 %, which is a high rate in 2004, has dropped to one half of this figure to 5.4 percent annually in 2005. The breath of our industry, which was competing under these conditions, has started to manifest syndromes of shortening starting from 2005. The increase in industrial output in 2006 and 2007 was inconsistent with ups and downs with annual growth remaining at the 5 percent level once again. Following the fluctuation in May 2006, domestic demand had started to contract increasingly. The Turkish ceramics industry, which consumes energy intensely, exporting more than half of its output, was having major difficulties since April 2007, being squeezed between the energy input, the prices of which were increasing continuously on the one hand; the domestic raw materials it had been procuring with the Turkish Lira whose price was growing much above the inflation rate and the foreign currency prices which caused a continuous decrease in export revenues on the other hand.

rak mevcut kaynaklarını eritmiştir. O sırалarda iç talebin nispeten canlı olması sebebiyle üreticiler, dolar ile ihracat yapmakta olduğu başta ABD olmak üzere çeşitli pazarlardan satış kontratlarının sona ermesi ile çekilmiştir. Üretimde ve ihracatta katma değeri daha yüksek ve fiyatları daha pahalı olan ürünlerin yöneleri ihracat pazarlarının üst segmentlerine hitap etmiş ve bu pazarların yeterli büyülükte olmaması nedeniyle de sektör küçülmüştür.

Şimdi Avrupa Birliği başta olmak üzere ihracat pazarlarımızın, resesyonda olduğu, örneğin geleneksel ve en önemli pazarlarımızdan olan Fransa'da yüzde 33, Almanya pazarında ise yüzde 40 oranında daralma olduğu bilgileri bizlere ulaşmaktadır. Hatta, önumüzdeki dönemde, dış pazarlarımızda, resesyonun daha da derinleşmesi ihtimal dahilinde. Rekabet içerisinde olduğumuz İspanya, Portekiz ve İtalya üreticilerinden gelen yeni yıl mesajlarının içeriklerinden de anlaşıldığı üzere ekonomik yavaşlama ve pazarlardaki daralmanın 35 yıldır görünmeyen şekilde gerçekeştiği bildirilmektedir.

İspanya'da 80 ile 120 adet arasında seramik firmi çalışmasını durdurmuş kapasite kullanımı yüzde 80'in altına düşmüş durumdadır. Sektörde çalışanların yüzde 8'i işini kaybetmiştir. Temmuz ayından bu yana zorunlu izinler kullanılmaktadır. İhracatta miktar olarak az bir düşüşe karşılık tutarda az miktarda bir artış vardır. İç pazar da son 9 aydaki kayıp yüzde 15, son ayki ise yüzde 25 azalma göstermektedir. İthalat yüzde 20 azalmış, yatırımlar tamamen durmuş durumdadır.

İtalya'da bankacılık problemleri yaşanmakta, üretimin yüzde 5'i bir daha açılmamak üzere kapanmıştır. Çalışan fabrikalarda ise kapasite daralmaları bulunuyor. Büyük çoğunluğun yeni yıl nedeniyle tatil girip uzun süre kapalı kalacağı bildiriliyor. Portekiz ise inşaat sanayisine kredi verilmemesinden şikayetçi. Fabrikalar düşük kapasiteyle çalışıyor. Tablodan anlaşılağa üzere, önumüzdeki süreçte, dış talep ve ihracat ekseninde üretimi artırma olasılığı ciddi anlamda riske girmiş görünüyor.

İçerde ise, zaten durgun olan talep, krizle birlikte adeta bıçak gibi kesilmiş durumda. Zaten var olan sorunlara küresel krizin getirdiği olumsuzlukların eklenmesi ile bugün, Türk sanayi ve özelinde seramik sektörü gerçekten zor bir tablo karşısında bulunmaktadır. Böyle bir ortamda, iç ve dış talebin kesildiği, başka bir deyişle müşterinin yok olduğu bu koşullarda; Sanayimiz için nasıl bir çıkış yaratacağımız, üretimi, ihracatı nasıl devam ettireceğiz, istihdamı nasıl koruyacağımız, büyümeyi nasıl sürdürceğiz?

Büyük bir çoğulukla temsil etmeye olduğumuz Türk seramik sektörünün içinde bulunduğu sorunları aşması ve sektörümüzün daha güzel günlere kavuşması için Türkiye Seramik Federasyonu olarak var gücümüzle çalışmaya devam ediyoruz. Federasyon olarak enerji fiyatları başta olmak üzere girdi fiyatlarındaki artışları yakından izlemekte ve bu konular için ilgili kamu kurumlarında ve bakanlıklarda üst seviyelerde görüşmeler yapmaktadır. Sektorümüzü daha iyi anlatabilmek ve yukarıda sıraladığımız malum sorularımıza cevap bulmak amacıyla de "Seramik Sektor Stratejisi" çalışmasını başlattık. Ocak ayının ilk haftasında tamamlayarak sektör ve ilgili kurumlar ile geniş bir şekilde paylaşacağız.

Sektör olarak global krizden en az etkilenmenin yolunun ihracatı ayakta tutmak olduğunun bilinciyle, Türk seramiklerinin marka değerini yükseltmek için çabalamızı en yüksek seviyeye çıkarmayı. Türk seramiklerinin dünyada markalaşma faaliyetleri çerçevesinde "Seramik Tanıtım Grubu"nun sürdürdüğü etkinlikler büyük ilgi görüyor. Bu etkinliklerimize devam edeceğiz. Krizleri yaşamızda yapıcısı hale getirebilmek için tehlike ve fırsatın her ikisinin de var olduğunu görmek zorundayız. Buna göre yol haritamızı yeniden çizmemiz ve bu sarmaldan kurtulmaya gayret göstermemiz gerekmektedir. Yapacağımız ortak çalışmalarla ve gayretlerimizle 2009 yılının ülkemiz ve sektörümüz için fırsatları yıldı olarak geçmesini temenni ediyor, bu vesile ile tüm üyelerimiz ve okurlarımızın yeni yılını içtenlikle kutluyor, sağlık ve esenlikler diliyorum. ●

Exchange rates fluctuated at 1.20 TRY level for quite a long time with the export revenue of the industry unable to cover the cost of products. Manufacturers have depleted their available resources being forced to continue exporting since they could not abandon their annual export commitments. Since domestic demand was relatively lively at the time, the manufacturers have got out of various markets lead by USA to which they made exports in Dollars as their sale contracts expired. Moving towards products with higher value added and higher prices in production and exports; firms have started to address upper segments of export markets and this has resulted in a contraction of the industry as such markets are not of adequate magnitude.

Presently, we are receiving information that our export markets lead by European Union are in a recession with a contraction of 33 percent experienced in France and 40 percent in the German market which are among our traditional and most important markets. In fact, it is possible that in the upcoming period, recession may go even deeper in our international markets. As it can be inferred from the content of the new year messages coming from the manufacturers in Spain, Portugal and Italy, with whom we are competing, the economic slowdown and the contraction in markets is of a magnitude not experienced for 35 years. In Spain, 80 to 120 ceramic kilns have stopped operating with capacity utilization dropping under 80 percent. Eight percent of those employed in the industry have lost their jobs. Mandatory holidays have been imposed since July. There is a slight increase in volume despite a small drop in the quantities of exports. The loss in the last 9 months in the domestic market is 15 percent and the drop in the last month's sales is 25 percent. Imports have declined by 20 percent and investments have stopped entirely.

Italy has been experiencing banking problems with 5 percent of production on shutting down forever. There are capacity contractions in the plants which are still in operation. It is reported that a great majority of firms will go on a holiday on the occasion of the new year staying closed for an extended time period. Portugal, on the other hand, complains that no loans are extended to the construction industry. Factories are operating at low capacity. As the table will show, the possibility of increasing output in terms of international demand and exports appears to be highly improbable in the upcoming period.

Domestically, demand, which was already stagnant, has been almost cut off by a knife after the crisis, adding the adversities brought about by the global crisis to the already existing problems; the Turkish industry and particularly the ceramics sector is facing a truly difficult picture today. In such a setting, under these circumstances with no domestic or international demand, in other words, no customers, what kind of a way out will we create for our industry, how will we maintain production and exports, how will we preserve employment and sustain growth?

As the Turkish Ceramics Federation is continuing to work with all our might so that the Turkish ceramics industry, the great majority of which we are representing, overcomes the problems it faces and our sector embraces much better days. Our federation is monitoring closely the hikes in import prices lead by energy and holding meetings at the applicable public agencies and ministries at high levels on these matters. We initiated the "Ceramics Industry Strategy" study for explaining our industry better and to find answers to our questions we listed above. This will be completed in the first week of January and shared broadly with the industry and applicable organizations.

With the awareness that the way to be affected least by the global crisis as an industry is keeping exports alive, we are raising our efforts for enhancing the brand value of Turkish ceramics to the highest level. The events held by the "Ceramics Promotion Group" as part of the global brand building activities of Turkish ceramics are drawing great interest. We will continue with such activities. We have to see that risks and opportunities both exist for turning crises into constructive elements of our lives. Hence, we have to redraw our road map and make efforts to get rid of this spiral. I hope that year 2009 will be noted as a year of opportunities for our country and our industry due to our joint work and efforts and I take this occasion to celebrate the new year of our members and readers, wishing all health and happiness. ●

# iÇİNDEKİLER



## ÜRÜNLER/PRODUCTS

**12** Suyun iyileştiren etkisi Catalina küvetle yaşanıyor  
Experience water's healing effect in Catalina tubs

**16** Duravit rüya gibi banyolar tasarlıyor  
Duravit designs dreamlike bathrooms

**20** Toprak Seramik'ten banyolarda yepyeni çizgiler  
Brand new lines in bathrooms from Toprak Seramik

**21** VitrA'dan, hayatı kolaylaştıran çözümler  
Life facilitating solutions by VitrA

**26** Ege Seramik'ten "Dijital Koleksiyon"  
The "Digital collection" by Ege Seramik

## HABERLER / NEWS

**36** Duravit Hindistan'da yeni üretim sahaları açıyor.  
Duravit opens new fields of production in India.

**49** VitrA Karo'nun yeni fabrikası  
VitrA Karo's new plant

**50** Türk seramikleri Shaman gösterisi ile Bologna'yı salladı!  
Turkish ceramics shook Bologna with the Shaman show

## FUAR/FAIR

**52** Türk seramik firmalarının CERSAIE 2008 buluşması  
Turkish ceramics firms meet at CERSAIE 2008

**56** Seramik sektörünün kalbi UNICERA  
The heart of the ceramics industry, UNICERA

## GÜNDEM/ IN THE NEWS

**60** Seramik sektörü kriz değil, zam kurbanı!  
Ceramic industry, a victim of price hike, not crisis!

## SÖYLEŞİLER/ INTERVIEW

**64** Türkiye Seramik Federasyonu Genel Sekreteri Germiyan Saatçioğlu: "Türkiye seramikte pazarın merkezinde"  
Secretary General of Turkish Ceramics Federation Germiyan Saatçioğlu Turkey at the center of market in ceramics

**70** Türk Seramik Tanıtım Grubu Başkanı Bahadir Kayan:  
"Türk seramikleri marka özüne sahip"  
Turkish Ceramics Promotion Group President Bahadir Kayan  
"Turkish ceramics have the essence of a brand"

**76** VitrA Pazarlama Müdürü Berna Erbilek  
"Tasarımcılarımızın hayallerini, mühendislerimiz gerçekleştiriyor"  
VitrA Marketing Manager Berna Erbilek  
"Our engineers make the dreams of our designers come true"

# CONTENTS



**82** Rocakale Genel Müdürü Ahmet Aksu:  
"Yaşama ait tasarımlar üretiyoruz"

Rocakale General Manager Ahmet Aksu:  
"We produce designs for life"

## İZLEDİKLERİMİZ/ OUR IMPRESSIONS

**88** Anadolu kültürü kokan bir buluşma  
A meeting smelling of Anatolian culture

**91** Plastik Sanatlar ödülleri sahiplerini buldu  
Plastic Arts Awards find their winner

**92** Tek çiçek, iki kültür  
One flower, two cultures

**103** 7.Mashiko Seramik Yarışması  
7.Mashiko Ceramic Contest

## MİMARİ BAKIŞ / ARCHITECTURAL PERSPECTIVE

**106** Ayşe Hasol Erktin: "Mimarlığın sırrı almadan vermektir"  
Ayşe Hasol Erktin: "The secret of being an architect is giving without taking"

## ÜNİVERSİTELER/ UNIVERSITIES

**112** Türkiye'nin tek seramik bilim yuvası;  
Dumlupınar Üniversitesi Seramik Mühendisliği Bölümü

Turkey's only ceramic nest of education;  
Dumlupınar University Ceramic Engineering Department

## SANAT/ART

**116** Öze Yönen Bir Seramik Sanatçısı: Sevim Çizer  
A Ceramics Fine Artist Going Back to the Essence: Sevim Çizer

**120** Ses ve Kil  
Sound and Clay

## BİLİM-TEKNOLOJİ/SCIENCE-TEKNOLOGY

**126** Sol-Jel Yöntemiyle Alümina / MgAl<sub>2</sub>O<sub>4</sub>-Spinel tozu üretimi ve karakterizasyonu  
Production and Characterization of Alumina / MgAl<sub>2</sub>O<sub>4</sub>-Spinel by Sol-Gel Method



## Suyun iyileştiren etkisi Catalina küvetle yaşanıyor

Yaşam alanlarında zihinsel ve bedensel bir yolculuk yapmak isteyenler için tasarlanan RocaKale'nin 193x193 cm boyutundaki 4 kişilik portatif SPA küvetlerinden Catalina, su ve hava masajını kombine ederek, masaj özelliklerinden istediğiniz gibi faydalamanıza olanak tanıyor. Sabit ve hareketli 25 adet jet suyu, farklı biçimlerde püsürütülebiliyor. Yoğunluğu ve yönü ayarlanabilen su jetlerinde, kuvvetli ve hafif masaj seçenekleri bulunuyor. Hava masajında ise püsürütülen hava kabarcıkları bedeninizin tam olarak gevşemesine yardımcı oluyor. Kan dolasımını artıran ve cildin oksijen almasını sağlayan hava masajı ile cildiniz daha pürüzsüz ve yumuşak oluyor.

Catalina'nın elektronik kontrol paneli ile masaj fonksiyonları, su sıcaklığı ve masaj süresi ayarlanabiliyor. Yüksek güçte özel ısıticisi sayesinde dış mekânda bile içindeki suyun sıcaklığının sabit kalması sağlanabiliyor. Sualtı aydınlatması ise halojen lambasıyla sağlanıyor. Dış mekân kullanımına da uygun özel ahşap paneller uzun yıllar kullanım ve estetik bir görünüm sunuyor.

Modern küvetler artık sadece temizlenme ihtiyacını gidermek için değil, ruh ve beden sağlığı üzerinde olumlu bir etki yaratan masaj tekniği özellikleriyle dikkat çekiyor. RocaKale'nin Catalina küvetleri de suyun iyileştiren etkisini, masaj özellikleri ile kullanıcısına sunuyor.

Catalina portatif SPA küvetin bahçe ve havuz başı gibi dış mekân uygulamaları için "anti-frost" sistemi, opsyonel olarak termal izole kapak ve basamak seçeneği bulunuyor. Anti-frost sistemi ve termal izole kapak, dış mekânda düşük hava sıcaklıklarında bile suyun donmasını önlüyor. Catalina portatif SPA'da bulunan ozon sistemi, ürün içindeki suyu temizleyerek, suyun tekrar kullanımını sağlıyor. Ozon sisteminin yanı sıra ürünle verilen özel sıvıyla suyun içindeki oksijen miktarı da artırılabilir.

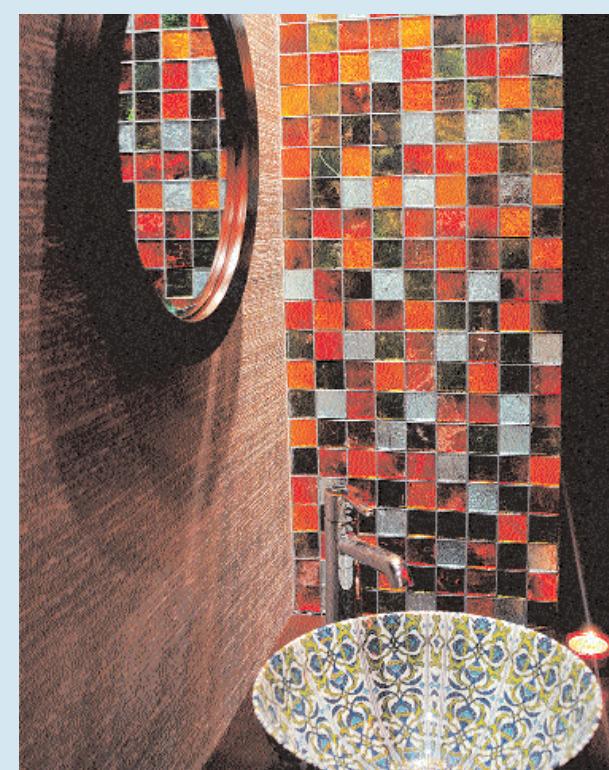
## Experience water's healing effect in Catalina tubs

Modern bathtubs are drawing attention not only for satisfying the need for cleaning but also with massage technique features creating a positive impact on spiritual and body health. The Catalina bathtubs by RocaKale offer water's healing effect to the user by their massage features.

RocaKale's 193x193 cm, 4-person portable SPA Tub Catalina designed for those wishing to take a mental and physical journey in their physical spaces, combining water and air massage, allows you to enjoy massage features at your discretion. Twenty-five fixed and moving jets may spring water in different forms. The water jets with adjustable intensity and direction offer strong and light massage choices. In air massage, the sprayed air bubbles assist your body to relax fully. Your skin becomes smoother and softer by the air massage which increases blood circulation, allowing the skin to get oxygen.

One can set massage functions, water temperature and duration of massage by Catalina's electronic control panel. Thanks to the high powered special heater, it can be assured that the water inside may stay at a constant temperature even outdoors. Under water lighting is achieved by way of a halogen lamp. Special wooden panels fit to be used outdoors, too, offer long term use and an aesthetic look.

The Catalina portable SPA tub is equipped with an "anti-frost" system for outdoor applications like gardens and pool sides. The thermal insulated lid and steps are optional. The anti-frost system and the thermal insulated lid prevent freezing of water even at low temperatures outdoors. The ozone system of the Catalina portable SPA allows recycling of water, cleaning it inside the product. The amount of oxygen in water may also be increased by the special liquid provided with the product beside the ozone system.



Kitahya Seramik-Brezza

## Cam sanatı, Brezza ile yeniden doğuyor

Ana malzemesinin cam olduğu bir süsleme sanatı olan Brezza; camın, hafif, dingin ve dirlendirici özelliklerini tasarımlarına yansıtıyor. Brezza cam mozaik koleksiyonlarında her bir mozaik, ayrı ayrı el işçiliği ile cam sanatçıları tarafından özenle üretiliyor. Bu nedenle hiçbir mozaik diğerinin birebir aynısı olmuyor. 2,5x2,5, 2,5x5, 2,5x10, 5x5, 5x10 ve 10x10 cm ölçülerinde sınırsız renk, desen ve ebat seçeneğine sahip koleksiyon, duvarlarda, çerçevelerin etrafında, kordorlarda, mutfaklarda, banyolarda ve dekorasyonun yer aldığı her mekânda rahatlıkla uygulanıyor.

## Art of glass reborn with Brezza

Brezza, which is a decorative art where the basic material is glass, reflects light, serene and relaxing properties of glass to its designs. Each mosaic in the Brezza glass mosaic collections is carefully built, handmade by glass craftsmen. Hence, no mosaic is exactly the same as another. The collection offering unlimited color, design and size options in dimensions 2,5x2,5, 2,5x5, 2,5x10, 5x5, 5x10 and 10x10 cm is easily applied on walls around frames in hallways, kitchens, bathrooms and any decorative spaces.

# Creavit yaşam alanlarına renk katıyor



Creavit Vadi

Tasarımlarıyla yaşam alanlarını renklendiren Creavit, köşeli ve dairesel formlarıyla dikkat çeken lavabolu ve banyo dolapları ile fonksiyonellik yaratıyor. Mekânın büyüklüğüne göre uygulanabilen ürünleri ile çok yönlü kullanılabiliyor.

Banyoların ayrılmaz bir parçası olan banyo takımı ve mobilyalarında yeni trendleri, estetik ve işlevsellikle kişiselleştiren Creavit, tasarımlıyla yaşam alanlarına renk katıyor. Creavit'in köşeli ve dairesel formlarıyla dikkat çeken tezgâh üstü lavaboları, kullanım rahatlığı olan etajerli lavaboları ve sade çizgileri ile fark yaratan minimal lavabolların tamamlayıcı unsuru olarak düşünülen banyo dolapları son derece göz dolduruyor. Değişik renk ve dizaynlarda alternatifler sunan Creavit, dolap fonksiyonunun çokluğu ve boy dolabı kombinasyonu ile tercih sebebi haline geliyor.

**Vadi:** Abanoz gövdemin beyaz, krem ve yeşil kapaklarla oluşturduğu ahenkle göz dolduran Vadi, birbirinden farklı zevklere hitap ediyor. Banyolardaki yer durumu ve değişen kullanım seçenekleri göz önünde bulundurularak tasarlanan takım; lavabo modülü, ayna ve raflardan oluşan üst modül ile hareketli dolap parçalarından meydana geliyor. Hareketli dolap modülü ve rafların, banyo içerisinde farklı bir alanda kullanılması seçeneği de bulunan takımda, aksesuar ve havlularınızı muhafaza edebilmeniz adına fonksiyonellik ön planda tutuluyor.

**Stil:** Minimal çizgiyi estetikle buluşturan Creavit Stil, sadeliği yaşam tarzı haline getirenlere iki ayrı renk seçeneği imkânı sunuyor. Banyolarda sportif bir imaj tercih edenler için Creavit Stil, bekentileri karşılıyor. Aynalı üst modülü ile estetik ve sık görünümü bir arada sunan tasarım, çanak lavabo çeşitleri ile ahengi yakalarken; minimal çizgisinin yarattığı avantajla küçük banyolardaki alan sorununu ortadan kaldırıyor.

**Gold:** Banyolarda paylaşım alanı sağlayan Gold serisinde; aynalı

ve çift kapaklı üst modül bayanların makyaj malzemeleri beylerin ise tıraş takımları için tercih edilirken, alt modül temizlik malzemelerinin muhafazası için kullanılıyor. Cam kapaklı alternatif de bulunan boy dolabı ise havlular için ideal çözüm.



Creavit Stil



## Creavit adds colors to living spaces

Creavit, personalizing new trends with aesthetics and functionality in bathroom sets and furniture, inseparable components of bathrooms, adds color to living spaces with its designs. Creavit's counter-top wash basins coming to attention with their sharp and round cornered forms, the dresser wash basins which provide ease of use and bathroom cabinets designed as complementary elements of minimalist wash basins, creating a difference by their plain lines, are all extremely attractive.

Offering alternatives in various colors and

designs, Creavit is preferred for the multiple functions of the cabinet and the tall cabinet combinations.

**Vadi:** Vadi, which pleases the eyes with the harmony between the ebony body and the white, cream and green lids, addresses tastes all unlike each other. The set designed taking into account the space situation in bathrooms and varied uses comprises a basin module, a top module composed of

mirrors and shelves and moving cabinet components. The set, which also offers the

option of using the mobile cabinet module and shelves in a different area in the bathroom, emphasizes accessory functionality and offers towel keeping capability.

**Gold:** In the Gold series which affords shelf spaces in bathroom, the top module with mirror and double lids is the choice for makeup supplies of ladies and shaving sets of gentlemen while the lower module is used for keeping cleaning supplies. The tall cabinet offering a glass lid option is the ideal solution for towels.

**Stil:** Creavit Stil, bringing together the minimalist line with aesthetics, offers two color options to those who have made plainness their way of life. Creavit Stil meets expectations for those opting for a sporting image in their bathrooms. The design offering aesthetics and elegant look together with its mirrored top module captures harmony with bowl basin choices, eliminating the problem of space in small bathrooms, thanks to the advantage created by its minimalist line.

Creavit, covering living spaces with its designs, is creating functionality with its wash basins and bathroom cabinets drawing attention with their sharp and round cornered forms. It may be used in a multi-faceted manner, thanks to its products which may be applied depending on the size of the area.

## Banyoların modern çizgisi Arcade

Banyolara günümüze modern tasarımlarının en iyi örneklerini getiren Arcade, geometrik şekiller ve heykelsiz bir sadelige sahip. Gereksiz ayrıntılardan kaçınırlar, özel olarak tasarlanan Ideal Standard Arcade koleksiyonu, modern banyoların çizgisini tamamlıyor. Oval tasarımların hakim olduğu Arcade ürün grubunda 40 ile 75 santimetre arasında değişen beş farklı çanak lavabo alternatifleri bulunuyor. Çanak lavabolar tezgâh üstü kullanım için de oldukça uygun. Arcade'de ayrıca oval hatlı klozetler, asma klozetler ve yavaş kapanma özelliğine sahip klozet kapakları bulunuyor.



## Arcade, the modern line of bathrooms

Arcade, introducing the best example of contemporary modern designs to bathrooms, features geometrical forms and statuesque plainness. The ideal standard Arcade collection, designed with special care avoiding unnecessary details, complements the line of modern bathrooms. There are five different bowl type wash basin options varying from 40 to 75 centimeters in the Arcade product series dominated by oval designs. These bowl wash basins are highly suitable for counter top use as well. Arcade also features oval line bowls, suspended bowls and gradual closing bowl lids.

# Duravit rüya gibi banyolar tasarlıyor

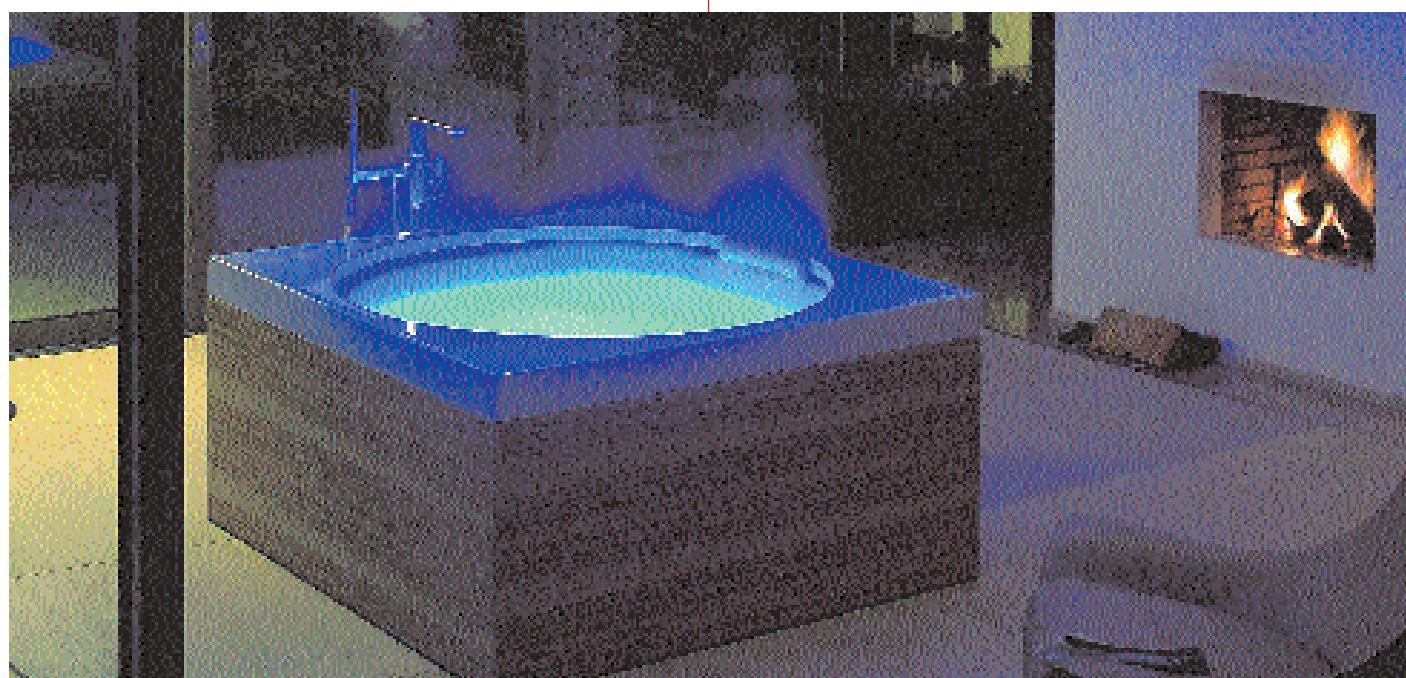
Architec, Sundeck, Blue Moon, Starck X ve Happy D...Bütün bu isimler Duravit'in rüya gibi banyolar hayal eden kullanıcıları için geliştirdiği yeni ürünleri. Her biri farklı özellikleri ile ünlü tasarımcıların imzasını taşıyor.

Uluslararası bano tasarım ve üreticisi Duravit; Philippe Starck, Norman Foster, Sieger Design, EOOS, James Irvine, Jochen Schmiddem, Frank Huster ve Andreas Strupppler gibi yenilik ve heyecan getiren profesyonel tasarımcıların iş birliği ile rüya gibi banyolar yaratıyor.

Duravit'in hidomasajlı, ruh halinize göre ayarlayabilen ışıklarla donatılan Sundeck, Blue Moon, Starck X ve Happy D. Küvetleri de birbirleriyle bütünlük sağlarken, tek başlarına da banyolarda ayrıcalık yaratıyor.

**Blue Moon:** Banyolarda mini havuz keyfi yaşatan 53 cm'lik derinliğe sahip Blue Moon'un ergonomik iç kısmının yanlarında bulunan pratik girintiler, kol veya ayak dayama yeri ve destek olarak görev yapıyor. 520 litrelilik kapasitesi sayesinde kullanıcı ışıklar arasında, ılık suyun üzerinde adeta yüzüyor ve kolaylıkla birçok değişik pozisyonda durabiliyor.

**Starck X:** Yeşil, mavi, pembe gibi renkli ışıklandırma sistemi, yarı saydam su kanalı, taşmaları engelleyen kirlenmez özellikli gerçek beyaz taşların kullanıldığı Starck X, benzersiz tasarımlı dikkat çekiyor. İleri teknolojinin kullanıldığı küvetlerde uzaktan kumanda sistemi ile tercih edilen renk etkileşimleri elde ediliyor.





## Duravit designs dreamlike bathrooms

Architec, Sundeck, Blue Moon, Starck X and Happy D... All these names are Duravit's new products developed for consumers imagining dreamlike bathrooms. Each one bears the signature of a famed designer with its distinct features.

Duravit Starck X

International bathroom designer and producer Duravit creates dream like bathrooms with the collaboration of professional designers bringing innovation and excitement like Philippe Starck, Norman Foster, Sieger Design, EOOS, James Irvine, Jochen Schmidem, Frank Huster and Andreas Struppler. The Architec series designed by designer-architect Frank Huster is an elegant and multi-functional new urinal.

**Blue Moon:** The practical depressions on the sides of the ergonomic interior of Blue Moon 53 cm deep which affords the pleasure of a mini pool in bathrooms, serve as arm or foot rests and supports. The user, almost floats on warm water and may stand at many different positions with ease among lights, thanks to the 520 liter capacity.

**Starck X:** Starck X, which comes with a colored lighting system in green, blue, yellow or pink, a translucent water canal and natural white stones with dirt-free feature, preventing flooding, draws attention with its unique design. Preferred color interactions are obtained in the tubs with advanced technology by a remote control system.

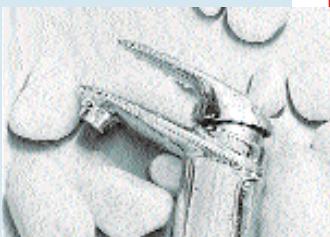
## E.C.A ve SEREL'den fütüristik tasarımlar

Doğadan esinlenen fütüristik tasarımlarıyla kullanıcısına estetiği ve şıklığı bir arada sunan E.C.A ve SEREL'in "paket banyo çözümü" içerisinde Orca lavabolar ve kendileri ile uyumlu tasarlanmış banyo mobilyaları, keyif alnan ıslak mekanlara değer katıyor. Elli yılı aşkın süredir sektöründe lider olan E.C.A, fark yaratılan tasarımlarına bir yenisini daha ekledi. Serel'in futuristik tasarımları Orca serisine uyumlu olarak tasarlanan E.C.A'nın yeni "Orca Lavabo Bataryası" ve "Orca Aplike Lavabo Bataryası" sahip olduğu çağdaş ve estetik görünümü ile dikkat çekiyor.



## Futuristic designs by E.C.A and SEREL

Orca wash basins and bathroom furniture with matching design add value to pleasant wet areas as part of the package bathroom solution by E.C.A and SEREL which offer aesthetics and elegance together to the consumer by nature inspired futuristic designs. E.C.A, a leader in its industry for over 50 years, added yet another one to its designs making a difference. E.C.A's new "Orca Wash Basin" and "Orca Applied Wash Basin" designed to match SEREL's futuristic designed ORCA series come to attention with the contemporary and aesthetic feel they provide.





## Rengin tutkusu Intensity ile ateşleniyor

Türkiye yapı sektörünün lider markası Serel'in Türkiye distribütörlüğünü yaptığı İtalyan Atlas Concorde markalı yeni duvar ve yer kaplama serisi Intensity, kullanıcısına porselenin inceliğini ve sahlanlığını sunarken aynı zamanda camın parlaklığını ve kolay temizlenme lüksünü yaşatıyor. Atlas Concorde'un sayısız ürün çeşitliliği arasında ön plana çıkan Intensity seramik kaplama serisi, yüzeyindeki özel uygulama sayesinde ürüne ayna özelliği katarak tam bir yansıtma sağlıyor. Çok çeşitli ebatları, renk seçenekleri, bordür ve dekor alternatifleri ile Intensity, özellikle geniş mekânların döşenmesi için kullanıcısına ideal bir çözüm sunuyor. Canlı renkleri ve farklı döşeme alternatifleri ile dikkati çeken Intensity duvar ve yer kaplama seramikleri, ışığı bir ayna şeffaflığı ile yansıtıyor. Intensity yer ve duvar kaplama seramikleri hem ebat hem de 8 renk seçeneği ile kullanıcısına farklı alternatifler sunuyor.



## The passion of color ignited with Intensity

The new wall and floor tile series Intensity with Italian Atlas Concorde trademark distributed in Turkey by the leader brand of the Turkish building industry Serel, affords its users the glossiness and easy cleaning luxury of glass while at the same time offering them the thinness and robustness of porcelain. The Intensity ceramic tile series coming to the forefront among the countless Atlas Concorde products affords full reflection, adding the product the mirror property, thanks

to the special application on its surface. With highly diverse size options, color choices, border trim and decor alternatives, Intensity offers and Ideal solution to the consumer, especially for covering of wide spaces. Intensity wall and floor tiles drawing attention with their vibrant colors and different laying choices reflect light with the transparency of a mirror. Intensity floor and wall tiles offer the user different alternatives in terms of size and also by 8 color options.



**YURTBAY**  
SERAMİK

Doğadan Sanata...



# Toprak Seramik'ten banyolarda yepyeni çizgiler

Modernist çizgiler, tarihi dokular, toprak ve metal tonlarının birleştiği tasarımlar. Toprak Seramik yepyeni çizgileriyle ürettiği koleksiyonlarında ihtiyaçlara cevap veriyor.



## Brand new lines in bathrooms from Toprak Seramik

Designs where modernist lines, historical textures, earth and metal shades join. Toprak Seramik answers needs in collections produced in brand new lines.

Toprak Seramik Potpourri

Doğal görünüm, tarihi dokular ve modernist çizgileriyle Toprak Seramik, banyolara yeni heyecanlar katıyor. Toprak ve metal tonlarının birleşiminden doğan Altamira serisi, farklı döşeme alternatifleri, yalın ve mat yüzeyleriyle banyolara benzersiz bir güzellik katıyor. Zarif çizgileriyle dikkat çeken metal efekli bordürler günümüzün en moda dokularını yansıtırken, 25x40 cm ebatlarındaki doğal görünlü karolar pergamon, beige, gri ve moka renklerinin en göz alıcı tonlarını buluşturuyor.

### Dün ve bugün tek bir yüzeyde buluşuyor

Toprak Seramik'in tarihi dokuları ve zamanın sonsuz ruhunu mekmânları taşıdığı bir başka koleksiyonu Glamour ise dünü ve bugünü tek bir yüzeyde buluşturarak sıra dışı bir görünüm sağlıyor. Desenlerinde klasik tarzın seçkin çizgilerini taşıyan yer ve duvar karosu serisi, üç farklı renkte 33x60 cm ölçülerinde seçenekler sunuyor. Her renk, serinin tarzını güçlü bir estetikle yansıtıyor. Ayrıca 30x60 cm parlak Galeria porselen karo da Glamour'u eşsiz bir biçimde tamamlıyor.

Banyolarda modernizm rüzgârını vitriyeye estiren Toprak Seramik, Potpourri serisiyle zamanın dinamik ruhunu kullanıcısıyla buluşturuyor. Serinin banyolara getirdiği modern çizgiler, vitriyeye grubunda özellikle tezgâh üstü lavabolarda yenilikçi akımın en son örnekleri olarak karşımıza çıkıyor. Lavabolaların tezgâh üstüne taşınması ile klasik çizgilerden sıyrılarak, tasarımında daha özgür bir ruh yaratılmış oluyor. 17 farklı model ile tüketicilerle buluşan Potpourri serisi modern hatlara sahip lavabolalar, yine aynı çizgideki Potpourri asma klozet ve klozet kapağı ile birlikte sunuluyor. Potpourri modellerin içinde zarif ve modern hatlara sahip oval formdaki "Aqua lavabol"; "Turkuaz", "Moca" ve "Antrasit" dış yüzey renkleri ile farklılaşarak kulancılara özgün seçimler yapma imkânı tanıyor.

Toprak Seramik adds new excitements to bathrooms with natural looks, historical textures and modernist lines. The Altamira series born out of the marriage of earth and metal shades, adds a unique beauty to bathrooms with different laying options and plain and matt surfaces. The metal effect border tiles, drawing attention with their elegant lines, reflect the trendiest textures of our day while 25x40 cm natural look tiles bring together the most eye catching shades of pergamon, beige, gray and mocha.

### Yesterday and today meet on a single surface

Toprak Seramik's another collection, Glamour, which carries historical textures and the timeless spirit of time to spaces, affords an out-of-the-ordinary look, bringing together yesterday and today on a single surface. The floor and wall tile series, bearing the distinguished lines of the classical style in its designs, offers options in three different colors in size 33x60. Each color reflects the style of the series by powerful aesthetics. Also the 30x60 cm glossy Gloria porcelain tile complements Glamour in a unique manner.

Toprak Seramik, which causes the wind of modernism to blow in bathrooms with vitreous ware products, brings together the dynamic spirit of time and the user by the Potpourri series. The modern lines introduced to bathrooms by the series appear before us in the vitreous ware group as the most recent examples of the innovative trend, especially on counter top wash basins. A freer spirit is being created in design, getting away from classical lines by moving the wash basins to counter tops. The Potpourri series, meeting the consumer with 17 different models, is offered together with modern line wash basins, the Potpourri suspended bowl and bowl lid, again in the same line. Potpourri models, the oval "Aqua wash basins" with elegant and modern lines, allow the consumer to make original selections with the option to be different using "Turquoise", "Mocha" and "Anthracite" exterior colors.

# VitrA'dan, hayatı kolaylaştıran çözümler

Ekonominik klozetler, görme engelliler için mekan zeminlerinde kullanılan karolar, su ve enerji tasarrufu sağlayan küvetler ve duş üniteleri... VitrA, yeni ürün ve tasarımlarıyla hayatı kolaylaştırmaya devam ediyor.

Doğal kaynakların azalmasıyla seramik ve seramik sağlık gereçleri üreticileri hayatı ekonomik kıtanın yeni çözümler geliştiriyor. VitrA da istege göre 2.5-4 litre suyla çalışabilen ekonomik klozetler üretterek, hem aile bütçesine katkıda bulundu hem de suyun banyolarda tasarruflu kullanılmasını sağladı. Alman Standartları Enstitüsü LGA'dan dünyada ilk kez onay alan ekonomik klozeti yakında tüm modyellerine uygulayacağını açıklayan VitrA'nın, yeni geliştirdiği klozeti kullanan 4 kişilik bir aile, yılda 45 ton daha az su harcayarak yüzde 69'a yakın tasarruf yapabiliyor.

**Tactile Serisi:** Metro, tren istasyonu gibi mekanların zemininde kullanılmak üzere üretilen ve 40x40 cm ebadında karolardan oluşan Tactile serisi, görme engelliler için geliştirilen ve yön bulmaya yarayan bir seri olarak ön plana çıkıyor. Biri "dur" diğeri "geç" anlamına gelen iki farklı dokudan oluşan seri, kontrast tonlarıyla, renk körlüğünden kaynaklanan yönlendirmelerin algılanmama problemini de ortadan kaldırıyor.

**Water Jewels:** Klasik küvetlerden daha az yüksekliği ve daha küçük iç hacmiyle su tasarrufu sağlama İtalyan tasarımcı Matteo Thun'un Water Jewels koleksiyonu da VitrA'nın kullanım kolaylığı taşıyan bir başka yeni ürünü. Yalın tasarımla banyolara zarif bir hava katan 90x90 ve 100x100 cm ebatlarındaki Water Jewels duş teknesi, dekoratif süzgeciyle tabanda biriken suyu ve sifon kapağını gizliyor. Geleneksel seramiğin yanı sıra cam, ahşap, mermer, solid gibi farklı malzemelerin kullanıldığı koleksiyon, geniş renk seçenekleri ve platin sırlı alternatifleriyle banyolarda benzersiz bir atmosfer yaratıyor. El yapımı çanak lavabolar ve çiçek motifleriyle bezenmiş tabakların bulunduğu Water Jewels Koleksiyonu'nda, banyo dekorasyonlarına benzersiz bir özgürlük sunan ve duvara dayanmasına gerek olmadan kullanılan 190x90 cm ebadında küvetler de yer alıyor. Suya dayanıklı ahşap paneliyle dikkat çeken "freestanding" küvet, özel sifonu sayesinde belli bir seviyenin üstündeki suyu gidere aktarıyor ve taşıma riskini ortadan kaldırıyor.



VitrA  
Water  
Jewels



## Life facilitating solutions by VitrA

VitrA Tactile

Economical bowls, floor tiles for the visually handicapped, bowls and shower units affording water and energy savings... VitrA continues to facilitate life with new products and designs.

Ceramics and ceramic sanitary ware manufacturers are developing new solutions rendering life more economical as natural resources are being depleted. By producing economical toilet bowls which can run on 2.5-4 liters of water at the user's option; VitrA not only contributes to the family budget but also allows water to be used economically in bathrooms. A four-person family using the newly developed bowl by VitrA which announced that it will use this economical bowl which received certification for the first time in the world from German Standards Institute LGA to all models soon, can achieve savings of close to 69 percent consuming 45 tons less water a year.

**Tactile Series:** The Tactile Series produced for use on the floors of spaces like subway and train stations comprising tiles of 40x40 cm stands out as a series developed for the visually handicapped, helping to find direction. The series comprising two different textures, one of which means "stop" and the other "go", eliminates the non-perception problem in direction guides due to color blindness as well, thanks to its contrasted shapes.

**Water Jewels:** The Water Jewels collection by Italian designer Matteo Thun which affords water savings due to its smaller height and smaller inner volume compared to classical tubs is yet another product by VitrA which offers ease of use. The Water Jewels shower tank in size 90x90 and 100x100 cm which adds an elegant air to bathrooms with its plain design conceals the water accumulating on the floor and the flush lid by its decorative drain. The collection, where different materials like glass, wood, marble and solid are used beside traditional ceramic elements, creates a unique atmosphere in bathrooms with its broad color options and platinum glazed alternatives. Tub in size 190x90 cm offering an unmatched freedom for bathroom decorations used without having to be pressed against the wall are also part of the Water Jewels Collection featuring bowl wash basins and plates decorated with floral motifs. The "freestanding" bowl drawing attention with its water resistant wood paneling sends the water above a certain level to the drain, thanks to its special flush unit eliminating the risk of overflow.

# Yeniliklerin tasarım ve trendlerle buluşma noktası: Çanakkale Seramik&Kalebodur

Yeni teknolojileri ve tasarımları, farklı tasarımcılarıyla hayatı geçiren Çanakkale Seramik&Kalebodur, twinpress teknolojisi ürünü Heraklia Stone ile hayallerinizdeki mekanlara ilham veriyor.

Türk seramik sektörünün yenilikçi markası Çanakkale Seramik&Kalebodur, farklı kültürleri yorumlayan ve doğadan izler taşıyan tasarımlarıyla göz dolduruyor. Kalesinterflex, Rainbow Plus, Chic, Luxury Cement, Galaksi, Century, Enigma, Scarf, Etnik, gibi birbirinden özgün ürün gruplarını Ankaralı profesyonellerin beğenisi sunan Çanakkale Seramik&Kalebodur, ünlü tasarımcısı Can Yalman'ın izlerini taşıyan koleksiyonlarını da iş ortaklarıyla buluşturanın keyfini yaşıyor.

Can Yalman'ın doğadan ilham alarak tasarlayıp, üç boyutlu üretim teknolojisini seramikle buluşturduğu bir ilk olan Reptile Koleksiyonu ile Osmanlı ve Selçuklu kültürlerinin zengin tarihsel dokusunu yansitan Orientile Koleksiyonu'nu bu buluşmaya evsahipliği yapan ürünler arasında yer alıyor.

#### **Doğanın dokunuşu; Heraklia Stone**

Dünyada ilk kez Çanakkale Seramik&Kalebodur tarafından twinpress teknolojisi ile üretilen Kale Stone Koleksiyonu'na doğal taş imitasyonunda yeni jenerasyon bir ürün olan Heraklia Stone da katıldı. Adını efsanelere konu olan binlerce yıllık uygarlığın başkentiinden alan Heraklia Stone, Twinpress teknolojisinin geliştirdiği son ürünlerinden biri. Kale Stone serisinin tüm özelliklerine sahip olan Heraklia Stone'un pırıltılı yüzey strütürü ve özellikle aplikasyonları ile birbirini takip etmeyen özgün kaya görünümü hayallerinizdeki mekanları tasarlamanızı sağlıyor. Siyah, beyaz, kemik, bej, bej-yeşil, kahve, koyu gri renk alternatifleri, 60x120 cm, 60x60 cm, 30x120 cm, 30x60 cm, 30x30 cm ebatları ve 10x10 cm, 5x5 cm'lik mozaik ebatları ile Heraklia Stone doğayı mekanlarınızla bütünlüğe getiriyor. İç ve dış mekanlarında, doğal dokuyu yakalamak isteyenler için sağlam ve estetik görünüm sağlayan Heraklia Stone, dekorasyonlarında doğal görünüme ve kaya yüzeyine önem veren tasarımcılar için ideal seçimler sunuyor.



**The meeting point of innovations with design and trends: Çanakkale Seramik&Kalebodur**

Heraklia Stone

The innovative brand of the Turkish ceramics industry, Çanakkale Seramik&Kalebodur, pleases the eye with designs interpreting different cultures, bearing impressions from nature. Çanakkale Seramik&Kalebodur offering product groups which are all more original than one another, like Rainbow Plus, Chic, Luxury Cement, Galaksi, Century, Enigma, Scarf and Etnik; is pleased to offer its collections bearing the mark of its famed designer Can Yalman to the attention of its business partners.

The Reptile Collection which is a first, designed under inspiration from nature By Can Yalman, where the three-dimensional product technology meets ceramics and the Oriental Collection reflecting the rich historical texture of the Ottoman and Seljuki cultures, are among products hosting this meeting.

#### **Touch of nature; Heraklia Stone**

Heraklia Stone, a new generation product in natural stone imi-



Çanakkale Seramik&Kalebodur, launching new technologies and designs by different designers, is an inspiration for those spaces in your dreams with Heraklia Stone, a product of the twinpress technology.

tation, joined the Kale Stone Collection which was produced for the first time in the world by Çanakkale Seramik&Kalebodur under the twinpress technology. Heraklia Stone, getting its name from the capital city of a millenniums old civilization which has been the theme of legends, is one of the latest products developed by twinpress technology. The glittering surface structure and special applications and non-consecutive original rock look of Heraklia Stone allows you to design the spaces of your dreams. With black, white, bone, beige, beige-green, brown and dark gray color choices and 60x120 cm, 60x60 cm, 30x120 cm, 30x60 cm, 30x30 cm sizes and 10x10 cm and 5x5 cm mosaic dimensions, Heraklia Stone integrates nature and your spaces. Affording a sound and aesthetic look for those wishing to capture natural texture in interior and outdoor spaces, Heraklia Stone offers ideal choices for designers who emphasize natural look and rock surface texture in their designs.

## Çanakkale Seramik&Kalebodur'dan metalik seramikler: Orido

Yaşam odaklı ürünleriyle mekânlara değer katan Çanakkale Seramik&Kalebodur, üretimde olduğu gibi tasarımında da dünya liderliğini hedefliyor. Dizayn olarak modern bir etkiye sahip olan Orido, paslanmış metal olgusunu yüzeye yansıtıyor. Alev ve buz rengindeki Orido'nun, düz yüzeyli, paslı metalik efektli karoları, mozaik bordürleri ile birlikte mekânlarınızda farklı kombinasyonlar oluşturmanızı sağlıyor. Metalik görünümülü Orido, 30x60 cm ve 15x60 cm boyutlarıyla porselen karo olarak üretiliyor. Bu seri; iç ve dış mekan zeminlerinde, duvar kaplamalarında, evlerin banyo, antre, yatak odası ve oturma odalarının yanı sıra restoran, mağaza, otel, ofis ve alışveriş merkezlerinin yer ve duvar kaplamalarında ideal bir ürün olarak öne çıkıyor.



## Metallic ceramic ware from Çanakkale Seramik&Kalebodur: Orido

Çanakkale Seramik&Kalebodur, adding value to spaces with its light focused products, aims at world leadership in design just as in production. Orido, which has a modern design effect, reflects the rusty metal effect onto surfaces. The straight surfaced rusty metallic effect tiles of flame and ice colored Orido allow you to create different combinations in your spaces with the aid of mosaic border trims. The metallic look Orido is produced as porcelain tile in size 30x60 cm and 15x60 cm. This series is used beside interior and exterior floors, wall coverings, bathrooms, lobbies, bedrooms and living rooms of homes and also on floor and wall coverings of stores, hotels, offices and shopping centers as an ideal product.

# Yurtbay'dan renklerle terapi

Sonbaharın bitip kışın hüküm sürdüğü şu günlerde Yurtbay Seramik birbirinden sık ve sıra dışı tasarımlarını,, renkler ile şekil-lendirerek kullanıcılarına modern ve estetik mekânlar sunuyor. Kırmızının canlılığını, antrasit ve beyazın şıklığı ile birleştiren Carmen serisi banyolar, ıslıtı ve dinamizm arayanların taleplerine cevap veriyor. 22.5x45 santimetre ebatlarında, farklı metrekarelerle çözüm-

ler sunan, yatay ve dikey malzeme dösemelerine olanak tanıyan Carmen serisi, doğayı tasarımla buluşturan sıra dışı dekor ve border tasarımları ile de göz dolduruyor. Parlak yüzeylerin vazgeçilmezliğini, geometrik desenler ile birleştiren Luna serisi ise dekoratif özelliğinin yanı sıra 28,5x51 santimetre ebat ve renk seçenekleri ile dikkat çekiyor.



Luna

## Therapy with Colors from Yurtbay

Yurtbay Seramik offers modern and aesthetic spaces to its customers these days when fall is coming to an end and winter reigns, shaping its designs all more elegant and extraordinary than each other with colors. The Carmen bathrooms combining the vitality of red with the elegance of anthracite and white, satisfy the demands of those seeking glitter and dynamism. The Carmen series, offering solutions in 22.5x45 format, allowing for horizontal and vertical installations, is also popular with its extraordinary decorative tile and border patterns, bringing nature together with design. The Luna series, which combines the indispensability of bright surfaces with geometrical designs on the other hand, draws attention with its 28,5x51 format and color options beside its decorative elements.

30x60 Karun Ivory Altın Dekor-B  
09x60 Karun Ivory Altın Bordür-B  
30x60 Karun Ivory  
45x45 Techno-Colour Ivory

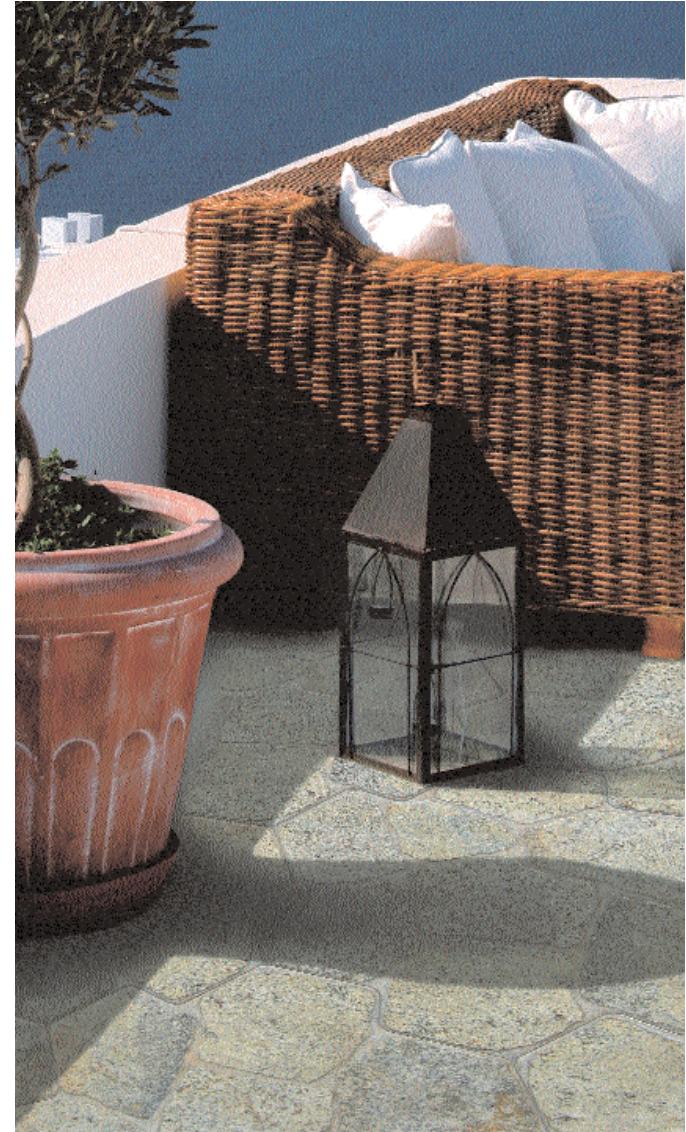


HomeWorks is a trademark of Hilti Seramik  
[www.homeworks.eu](http://www.homeworks.eu)

# Ege Seramik'ten “Dijital Koleksiyon”

Doğal ortama atık bırakmayan çevre dostu bir teknolojiyi seramikle buluşturan Ege Seramik, dijital baskı teknolojisi ile geliştirdiği yeni koleksiyonunu ile farklılık yaratmayı başarıyor.

Seramik karo üretiminde Türkiye'de ilk defa dijital baskı teknolojisini kullanan Ege Seramik'in Digitile Koleksiyonu, yüksek çözünürlükte ve fotografik kalitedeki seramik karoları yaşam alanlarına en doğal haliyle taşıyor. Her türlü doğal malzemenin (mermer, doğal taş, tekstil vb) seramik karo üzerindeki reproduksiyonu olarak tarif edilebilen Digitile Koleksiyonu'ndaki produktlere, 10 metreye kadar uzunlukta grafik çalışmaların aktarılması mümkün olduğundan, doğal taş ve mermerde olduğu gibi hepsi birbirinden farklı ve birbirini tekrar etmeyen karoların tasarılanıp üretilmesi sağlanabiliyor. Digitile Koleksiyonu'ndaki tüm seriler, iç ve dış mekân kullanımına uygun sırlı porselen serileri şeklinde üretiliyor. 15x40 santimetre boyutlarında Cronos, 45x45 santimetre boyutlarında Via Appia, Forest ve Piazza ile 33x33 santimetre ebatlarında üretilen Capri, Digitile Koleksiyonu'nun tanıtımı yapılacak ilk serileri. Digitile Koleksiyonu'nda, karoaya direkt temas olmadan uygulanan boyalı püskürme sistemi sayesinde, tüm rölyefli yüzeylerde kesintisiz baskı imkânı sağlanıyor. Ayrıca Digitile ürünlerinin, karonun en uç kenarına kadar baskı yapabilen teknolojisi sayesinde çerçeveye problemini de tamamen ortadan kaldırıldığı görülüyor.



Via Appia

## The “Digital collection” by Ege Seramik

Introducing into ceramics an environmentally friendly technology which does not release waste into nature; Ege Seramik manages to make a difference with its new collection developed by digital printing technology.

The digital collection by Ege Seramik, which employs the digital printing technology for the first time in Turkey in ceramic tile production, carries ceramic tiles of high resolution and photographic quality to living spaces, in their most natural forms. Since up to 10-meter-long graphic works can be transferred onto the products in the Digital collection, which may be described as the reproduction on ceramic tile of any natural material (marble, natural stone, textile, etc.), like in natural stone and marble, tiles all different from each other, not repeating themselves, may be designed and pro-



Capri



Forest

duced. All series in the Digital collection are produced as glazed porcelain series fit for use indoors and outdoors. The first series of the Digital collection to be launched are the Cronos in 15x40 centimeter format, the Via Appia, Forest and Piazza in 45x45 centimeter format and Capri which comes in size 33x33 centimeters. Thanks to

the dye spraying system applied to the tile without direct contact, uninterrupted prints can be made on any relief surfaces in the Digital collection. Also, owing to the technology which can print up to the farthest edge of the tile in digital products, the frame problem is totally eliminated.

## Serel'den su tasarrufu sağlayan klozet

Hane başına yılda 10 bin 800 litre su tasarrufu sağlayan Smart Asma Klozet, ülkemizin lider kuruluşlarından Serel'in bir ürünü. 48 cm ve 52 cm uzunluk ölçüleriley iki farklı boyut seçeneği bulunan klozet, banyolarınıza hem sıklık kazandırıyor, hem de yarattığı su tasarrufu ile doğal kaynakların korunmasına yardımcı oluyor. Elginkan Topluluğu'nun arge uzmanlarında su tasarruflu olarak tasarlanan klozet, rezervuarın temizlik fonksiyonunu daha az suyla gerçekleştirmeye özelligiyle öne çıkmaktadır. Tasarım aşamasında yaratılan özel yapısıyla katı veya sıvı atık farkı olmaksızın 4,5 litre suyla tam temizlik fonksiyonunu yerine getiren Smart Asma Klozet, az suyla tam temizlik fonksiyonunu gerçekleştirebiliyor.



### Serel's water saving bowl

The smart suspended bowl affording 10,800 liters of water savings a year per household is a product by Serel, a leading company in our country. The bowl, which offers two different size options in lengths 48 cm and 52 cm not only brings elegance to your bathrooms but also helps conservation of natural resources thanks to the water savings it creates. The bowl, designed as water saving by R&D experts of Elginkan Group, is special as it allows tanks to accomplish their cleaning function with water. The smart suspended bowl, which performs its full cleaning function with 4.5 liters of water regardless of solid or liquid waste by its special structure formed at the design stage, can achieve full cleaning with less water.



## Zarafet Venüs'te ışıldıyor

Kişisel zevklerin ön planda olduğu günümüzde Yüksek Seramik, yaşam alanlarına yeni soluklar getiriyor. Seramik sektöründe yeni trend, ebat ve desenleri müşterilerine sunan Yüksek Seramik, etkileyici serileri ile ilgi görüyor. Görüsel zenginliğin teknolojik gelişmelerle desteklendiği ürünler kullanıcılara iç ve dış mekânda zengin alternatifler sunuyor. Sadeliğin ve zarafetin yeni adı Venüs Serisi, toprak tonlarının tutkulu ışığını yansıtıyor. Adını aşk ve güzellik tanrıçasından alan ürün, 30x42 cm ebatlarında dekor ve fon olarak üretiliyor.

### Elegance glitters in Venus

Yüksek Seramik brings a fresh breath to living spaces in our day where personal taste is at the forefront. Offering new trends, sizes and designs in the ceramics industry to its customers, is also popular with its impressive series. The products where visual richness is supported by technological advances, offer the users rich options for interiors and exteriors. The new name of plainness and elegance, the Venus series, reflects the passionate light of earth tones. The product named after the goddess of love and beauty is produced in 30x42 cm format as decorative tiles and backgrounds.

# Banyoda yaratıcılığın göstergesi; Tasarım Serisi Lavabolar

Banyoların, insanların özüne dönmesini sağlayan ayrıcalıklı mekanlar olduğu düşüncesini temel alan tasarımcı Can Yalman, RocaKale'nin yeni koleksiyonları Zen ve Flow ile bu felsefeyi lavabolara yansıtıyor.

RocaKale'nin farklı tasarımcılarla yaptığı işbirliğinin sonucunda doğan "Tasarım Serisi Lavabolar" göz alıcı banyoların ihtiyaç duyduğu sıra dışı çizgiler taşıyor. Can Yalman imzasını taşıyan Zen ve Flow lavabolalar, banyoların "insanın özüne dönmesini sağlayan ayrıcalıklı mekânlar" olduğu düşüncesini temel alıyor. Tasarımı ile doğanın denge ve uyumunu yansıtan Zen, ince ayağın üstündeki zarif gövdesiyle suyu yükseltiliyor. Flow, sağlam dış yapısı ile güçlü bir izlenim verirken, suyun akışkanlığını simgeleyen iç yüzey, lavaboya estetik bir kıvraklık katıyor.

İspanyol tasarımcı Ramon Benedito Graells tarafından tasarlanan Kalahari, Mohave, Bol ve Fontana, özellikle etajerli ve çanak lavabo seçenekleri ile ön plana çıkıyor. Alışmadık bir incelik ve düz-



Fontana

lük yakalayan Kalahari, hem küçük hem de geniş banyolara hafif bir görünüm kazandırıyor. Yuvarlak çizgilerin çevrelediği köşeli alanı ile benzersiz bir lavabo olan Mohave, banyolar için cesur ve farklı bir seçenek sunuyor. Bol çanak lavabo, kusursuz yuvarlaklığı ve dinamizmi ile banyoları sempatik mekânlara dönüştürüyor. 42cm'lik çapı ile Bol, küçük banyolarda da tercih edilebiliyor. 60cm'lik Fontana çanak lavabo, tezgâh üstü olarak kullanılabileceği gibi duvara da monte edilebiliyor

RocaKale Tasarım Serisi'nin bir diğer göz alıcı üyesi Lotus, geometrik lavabo trendinin başarılı bir örneği olarak öne çıkmaktadır. Lotus Lavabo Serisi; kare, yarım tezgâh kare, tezgâh altı ve tezgâh üstü lavabo modelleri ile banyolarda farklı uygulamalara olanak tanıyor.



Zen

## Symbol of creativity in the bathroom; the Design Series Wash basins

Designer Can Yalman, who is committed to the concept that bathrooms are privileged spaces allowing the human being to return to his essence, reflects this philosophy onto wash basins with RocaKale's new collections Zen and Flow.



Lotus

The "Design Series Wash basins" born out of RocaKale's collaboration with designers, bear extraordinary lines needed by attractive wash basins. Zen and Flow wash basins, bearing the signature of Can Yalman, are based on the concept that bathrooms are "spaces allowing the human being to return to his essence". Reflecting the balance and harmony of nature with its design, it exalts water with its slender body standing on two thin pedestals. While Flow gives a powerful impression with its robust exterior structure, the inner surface symbolizing the fluidity of water, adds aesthetic agility to the basin.

The Kalahari, Mohave, Bol and Fontana, designed by Spanish designer Ramon Benedito Graells, come to the forefront with dresser and bowl type basin options. Kalahari, capturing unusual slenderness and smoothness, introduces a light look both to compact and also spacious bathrooms. Mohave, a unique basin with its sharp cornered space surrounded by round lines, offers a bold and different option for bathrooms. The bowl basin transforms bathrooms into friendly spaces, thanks to its perfect roundness and dynamism. With its 42 cm diameter, Bol is also opted for in small bathrooms. The 60 cm Fontana bowl basin may be used either as counter top or wall mounted. Another striking member of RocaKale's design series, Lotus, comes to the forefront as a successful example of the geometrical basin trend. The Lotus basin series allows different applications in bathrooms with its square, half counter square, under-counter and counter-top basin models.



## Bien Seramik'ten sonbahar esintileri

Sonbaharın renklerini Etna, Çırağan ve Alba koleksiyonlarına ile yansitan Bien Seramik, farklı renk ve alternatiflerle her beğeneye hitap ediyor. Etna Yanardağı'ndan esinlenerek hazırlanan Etna serisi, duman renkleri ve dokusunu taşıyor. Her dönemin vazgeçilmez rengi siyah ve beyazın ağırlığını seramikle buluşturan Çırağan serisi, Osmanlı saraylarında kullanılan motiflerden esinleniyor. Sonbahar kreasyonunun son ürünü olan Alba serisi, hem ürün renkleri hem de bordür ebatları ve dekor düzenlemeleri ile diğer serilerden farklılık gösteriyor. Açık Mavi, Kemik, Terra, Lacivert ve Venge' den oluşan 5 farklı renk seçeneği bulunan seri, Lacivert, Venge ve Venge-Terra renklerindeki sujet kesimli dekor duvar seramigi ile 18x57,5 santimetre ebadında Terra, Venge, Lacivert, Venge Terra rengindeki bordürlerle değişik kombinasyonlara olanak sağlıyor.

## Inspirations of autumn from Bien Seramik

Passing the colors of fall onto its Etna, Çırağan and Alba collections, Bien Seramik addresses all tastes with different colors and choices. The Etna Series prepared under inspiration by the Etna Volcano, bears the colors and texture of smoke. The Çırağan Series, which brings the weight of black and white; the indispensable colors of all seasons, is designed under inspiration by the motifs used in the Ottoman palaces. The Alba Line, the last product of the fall creation, is different from other series with its product colors and also border tile formats and decorations. The series, which offers 5 different color options as Light Blue, Bone, Terra, Navy Blue and Venge allows for varying combinations with the decorative wall tiles in colors Navy Blue, Venge and Venge-Terra and border tiles in 18x57,5 centimeter format in colors Terra, Venge, Navy Blue and Venge Terra.



## Dünyanın tek esneyebilen seramiği: Kalesinterflex

En ince, en uzun boyutlu ve en hafif... Dünyanın esneyebilen tek seramığı Kalesinterflex'i üreten Çanakkale Seramik&Kalebodur, özellikle bina yüklerine gelecek ağırlığı azaltıyor ve uygulamalarda ebatsal özgürlük sağlıyor.

Dünyanın "en ince, en büyük boyutlu, en hafif" esneyebilen tek seramığı Kalesinterflex, son yılların kuşkusuz en heyecan verici ürünü. 1000x3000x3 mm'lik üretim boyutu ile dünyanın tek esneyebilen seramığı olan Kalesinterflex, seramikte gelinen son noktayı da ifade ediyor. Kalesinterflex'in hafifliği, özellikle bina yüklerine gelecek ağırlığı azaltmada ve mekanik konstrüksiyona uyumluluğu yakalamada büyük önem taşıyor. Uygulamalarda ebatsal özgürlük sağlayan ürün; iç mekân, duvar ve zeminin yanı sıra hafifliği, işlenebilme kolaylığı ve dayanıklılığı sayesinde özellikle dış cephe kaplamalarında güvenle kullanılabilir. Ayrıca yükseltilmiş zeminler, seperasyon panelleri, mobilya uygulamaları, hijyenik alanlar ve modüler yapılar gibi özel sistemlerin uygulanmasına da olanak sağlıyor. Kolay kesilebilen ve delinebilen yapısı uygulayıcılarına rahatlık sağlayan Kalesinterflex, kolay temizlenen, yanmayan ve su emmeyen bir ürün. Kalesinterflex'in yenilikçi ve sade kimliği farklı estetik çözümler sağlamaası için biraz daha dekoratif öğelerle birleştirilebiliyor. Çanakkale Seramik Kalebodur'un Bloom, Twist, Breeze, Jura, Luxury Cement ve Loft serileriyle birleşerek, mekânlara teknoloji ve

tasarımı bir arada taşıma imkânı sunuyor.

**Kalesinterflex parlak yüzey:** Sırlı yüzeyden sonra parlak yüzey alternatifile Kalesinterflex 500x3000 mm'lik boyutıyla dünyanın en büyük ve en hafif parlak porselen seramığı olarak üretiliyor. Parlak yüzeyli Kalesinterflex, 12 kg/m<sup>2</sup> ağırlığı ile sadece seramikte değil, kaplama malzemeleri genelinde de çok hafif bir ürün olarak dikkati çekiyor. Renkleri, dokusu, hafifliği, kırıldığından dağılmama özelliği gibi kompozit nitelikleriyle, mimarlar ve proje sahipleri için uygun sistemler ve detay çözümler getiren Kalesinterflex parlak yüzey, 500x3000 mm'den türetilebilen, 500x500 mm, 500x1000 mm, 500x1500 mm ve 500x2000 mm'lik ebatlariyla ve 15 özel rengiyle mekanlara farklılık getiriyor.

**Işık geçirgen Kalesinterflex:** Kalesinterflex'in "ışığı geçirebilme" özelliğinden ve elektrik tüketimi düşük olan LED tipi ışıklandırma donanımlarından yararlanılarak kullanılabilen Işık Geçirgen Kalesinterflex, hem yerde hem de duvarda uygulanabiliyor. Işık Geçirgen Kalesinterflex kullanıcısına, hem estetik hem fonksiyonel özellikleri bir arada sunuyor.

# The only flexible ceramic tile in the world: Kalesinterflex

The thinnest, the longest dimensioned and the lightest... Çanakkale Seramik&Kalebodur, which produces Kalesinterflex which is the only flexible ceramic tile in the world specifically reduces the weight on building elements, affording dimensional freedom in applications.

The world's only flexible ceramic tile; that is, "the thinnest, the largest dimensioned and the lightest" undoubtedly is the most exciting product of recent years. The world's only flexible ceramic with its production size of 1000x3000x3 mm demonstrates the last point reached in ceramics. The lightness of Kalesinterflex is of great significance, especially in reducing the weight on load bearing building elements and capturing harmony with mechanical construction. The product affording dimensional freedom in applications may be used especially on exterior tiling safely, thanks to its lightness, ease of processing and strength, beside walls and floors. It also allows application of special systems like raised floors, separation panels, furniture applications, hygienic spaces and modular structures. Kalesinterflex, which provides comfort to builders, thanks to its easy to cut and punch structure, is an easily cleaned, incombustible and non-water absorbent product. The innovative and plain identity of Kalesinterflex may be combined with more decorative elements to achieve different aesthetic solutions. Combining with Çanakkale Seramik Kalebodur's Bloom, Twist, Breeze, Jura, Luxury Cement and Loft series, it offers the capability of bringing technology and design together to spaces.

## Kalesinterflex glossy surface:

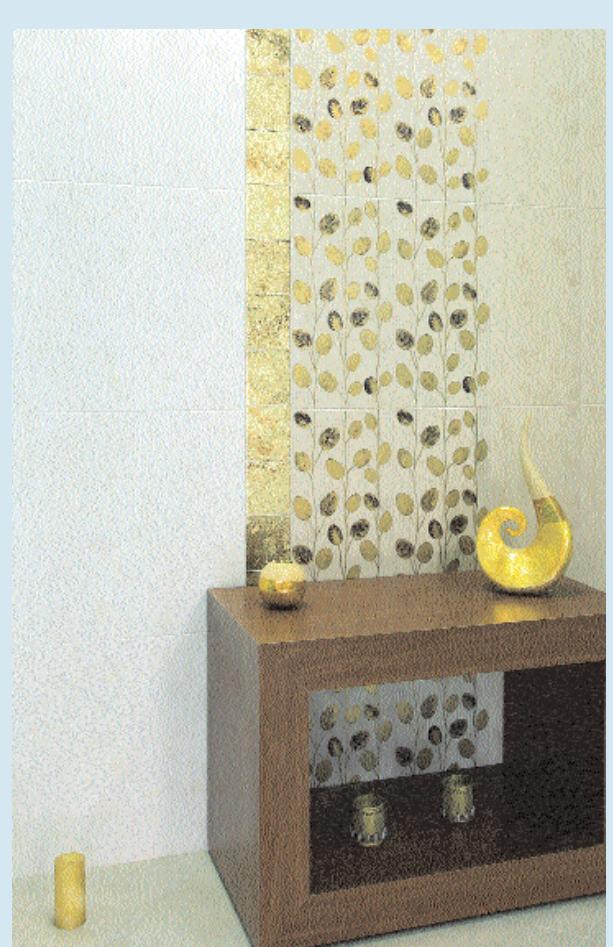
Kalesinterflex is produced as the largest and lightest glossy porcelain in the world in size 500x3000 mm with its glossy surface option after the glazed surface one. The glossy surface



Kalesinterflex draws attention as a very light product not only among ceramic ware but tiles overall with its 12 kg/m<sup>2</sup> weight. Kalesinterflex, which offers suitable systems and detailed solutions to architects and project owners with its colors, texture, lightness and composite features like non-scattering when shattered, introduces distinction to spaces with its sizes ; 500x500 mm, 500x1000 mm, 500x1500 mm and 500x2000 mm, all derivatives of 500x3000 mm and its 15 special colors.

## Light transmitting Kalesinterflex:

"Light transmitting" Kalesinterflex which may be used utilizing Kalesinterflex's light transmission feature and taking advantage of LED lighting equipment with low electricity consumption is applicable both to floors and also to walls. Kalesinterflex offers the user both aesthetic and also functional properties together.



Küahya Seramik-Vivaldi

# Doğanın senfonisi Vivaldi

Doğanın renkli yüzünü yansitan ve mevsimlerden esinlenerek hazırlanan Vivaldi, bej ve bone fon renklerinde, 30x60 cm ebat için dikey ve yatay bordür seçeneğiyle tasarlanmıştır. Her rengin bir mevsimi simgeledi Vivaldi'de, altın renk sonbaharı, platin renk kiş, sade renkler ise baharı temsil ediyor. Ürün, 42,5x42,5 cm Vivaldi yer karosu ile döşendiği gibi, 50x50 cm model fildişi lappato ile de dengeyi bir uyum sağlıyor. Bej ve bone fon renkleri üzerinde sunulan dekorlar, Brezza cam koleksiyonları ile de döşeme imkânı sağlıyor.

# Nature's symphony Vivaldi

Reflecting the colorful side of nature prepared under inspiration by seasons, is designed with vertical and horizontal border tile options for 30x60 cm format in beige and bone background colors. The color gold represents the fall, the platinum color the winter and plain colors represent the spring in Vivaldi where each color symbolizes a season. The product is installed with 42,5x42,5 cm Vivaldi floor tiles, also affording a balanced harmony with the 50x50 cm ivory lappato. Decorative tiles presented on beige and bone backgrounds allowed for installation also with Brezza glass collections.

## RocaKale'den banyonuza alternatif çözümler

Sadece 3 adımda kolayca çıkartılabilen ve yavaş kapanma özelliğine sahip kapağıyla Basics Serisi'nde, klozet kolay temizlenebiliyor.

Taşıldığı sadelik ve işlevsellik ile mimari yaklaşım için zengin çözümler sunan RocaKale Basics Serisi, farklı seçenekler ile ürün gamını genişletiyor. Basics Serisi'ne yeni eklenen universal klozet, alttan ya da yandan çıkışlı olarak monte edilebilme özelliği ile mevcut banyo alanlarının alt yapısına uygun olarak kullanılıyor. Ayrıca 3/6 litre iç takım ile sunulan universal klozet, suyun tasarruflu kullanımı konusunda da büyük bir avantaj sağlıyor.

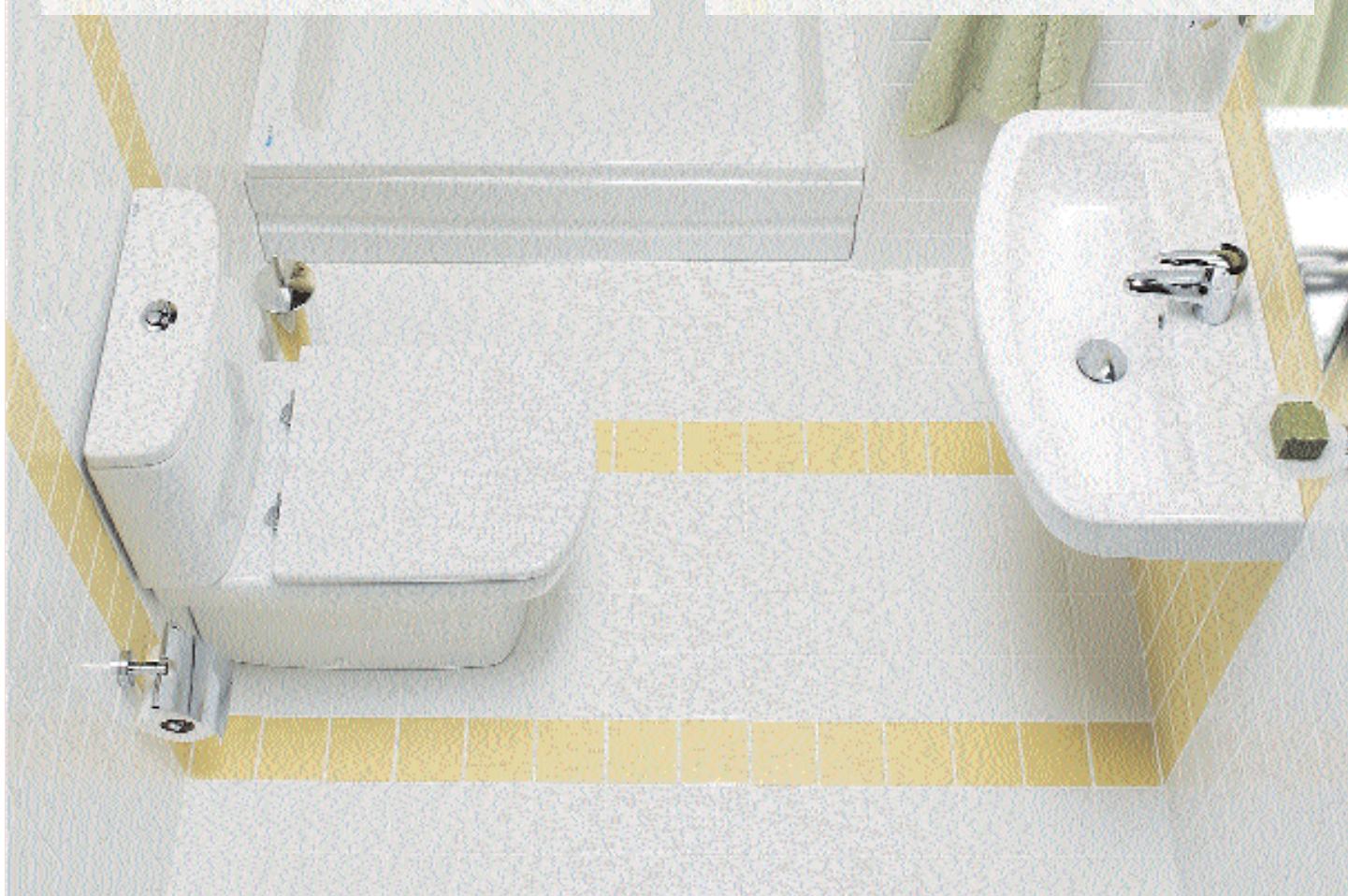
Basics Serisi klozetterde standart klozet kapağının yanı sıra "Smart Klozet Kapağı" seçeneği de bulunuyor. Smart Klozet Kapağı'nda yavaş kapanma ve tak-çıkar özellikleri bir arada sunuluyor. Bu özellikler ürünün sağlamlık ve hijyen gibi konulardaki fonksiyonellliğini artırıyor. Tak-çıkar özelliği, klozet kapağının sadece 3 adımda kolay çıkarılabilmesi sayesinde klozetin tüm yüzeyinin rahatlıkla temizlenmesine olanak tanırken, yavaş kapanma özelliği de amortisör sistemi sayesinde, kademeli ve sessiz kapanma ile uzun ömürlü kullanım sunuyor. Basics Universal Klozet, serinin farklı ebat ve fonksiyonellikteki lavaboları ile kombine edilebiliyor.

## Alternative solutions to your bathrooms from RocaKale

The bowl may be cleaned easily in the Basics series with the slow close lid which may be removed simply only in three steps.

RocaKale Basics Series which offers rich solutions for architectural approaches by its plainness and functionality is expanding its product range through different choices. The universal bowl, newly added to the Basic Series, may be used in harmony with the existing bathroom infrastructure as it can be mounted with either bottom or side outlets. The universal bowl which is offered with 3/6 liter inner sets also affords a major advantage in terms of water savings.

The basic Series bowls also offer the choice of the "Smart Bowl Lid" beside the standard one. The Smart Bowl Lid offers gradual closing and mount-remove features together. These properties enhance the functionality of the product in areas like robustness and hygiene. The mount-remove feature allows the whole surface of the bowl to be cleaned easily, thanks to the only 3-step, simple removal capability of the bowl lid and the slow close feature leads to a long life with stepped and quiet closure thanks to the suspension system. The Basics Universal Bowl may be combined with the wash basins with different sizes and functions in the series.



DURAVIT

Yaşayan banyolar. Vitrifiye, Banyo Mobilyası, Duş Tekneleri, Akrilik Küvetler, Hidromasaj Sistemleri ve Banyo Aksesuarları: bir banyo için gereksiniminiz olan her şey Duravit'le. Bilgi almak istersiniz? Lütfen Duravit'le temas geçiniz. DURAVIT Yapı Ürünleri San. ve Tic. A.Ş., 34956 Tuzla/İstanbul, Telefon +90 216 458 01 51, Fax +90 216 458 01 95, info@tr.duravit.com

Living bathrooms | [www.duravit.com.tr](http://www.duravit.com.tr)

# Ideal Standart ve Jado'nun Türkiye distribütörü Ece Banyo

## Ece Banyo, distributor for Turkey, of Ideal Standart and Jado

Vitrifiye sektörünün en hızlı büyüyen firması Ece Banyo, dünyanın lider firması Ideal Standard International'in tüm markalarının Türkiye'deki tek yetkili satıcısı oldu. Ece Banyo ile Ideal Standard International arasında yapılan anlaşma çerçevesinde, Ideal Standard ve Jado markalarının Türkiye'deki satış hakkı sadece Ece Banyo'ya verildi. Buna göre, Ece Banyo Ideal Standard ve Jado markalarının ithal edilmesi, dağıtıması ve pazarlamasından sorumlu olacak. Ece Banyo ile Ideal Standard International, distribütörlük anlaşmasının yanı sıra bir de işbirliği anlaşması imzaladı. Bu anlaşmaya göre, Ece Banyo, Ideal Standard markasıyla Arcade ve Plain adı verilen iki yeni ürün serisi hazırlayacak. Türkiye'de Ece Banyo aracılığıyla satılacak Arcade ve Plain serileri, diğer ülkelerde Ideal Standard International pazara sunacak.

Ideal Standard International CEO'su John Rietveldt, Ece Banyo ile iki yıldır birlikte çalışıklarını, Ece Banyo'nun Ideal Standard ürünlerinin satış ve pazarlamasındaki başarısının bu anlaşmanın temelini oluşturduğunu söyledi. Ece Banyo'nun Türkiye'de vitrifiye imalatçısı ve dağıtıcısı olarak çok iyi tanındığının altını çizen John Rietveldt, sözlerini şöyle sürdürdü: "Ece Banyo, yenilikçi tasarımlarıyla çok kaliteli bir ürün yelpazesine sahip. Ece Banyo güçlü dağıtım ağı, deneyimli pazarlama ekibi ve ürünleriyle isimizi mükemmel olarak tamamladığı için bu anlaşmayı yapmaktan büyük memnuniyet duyuyoruz. Markalarımızın Türkiye'deki başarısı için Ece Banyo'nun doğru ortak olduğuna inancımız sonsuzdur."

Ece Banyo Yönetim Kurulu Başkanı Erdem Çenesiz ise, on beş yıl önce kurulan sektörünün en yenilikçi firması Ece Banyo'nun Ideal Standard International ile yaptığı anlaşmaya gücünü ve büyümeye hırşını bir kez daha ortaya koyduğunu söyledi. Ece Banyo ve Ideal Standard ürün portföylerinin gerek segment gerekse tasarım açısından birbirini tamamladığını belirten Çenesiz, ortaya çıkan sinerji ile pazarda çok daha geniş bir hedef kitleye hitap edeceklerini ifade etti.

Yenilikçi tasarımlarıyla kaliteli bir ürün yelpazesine sahip olan Ece Banyo, dünyanın lider markası Ideal Standart International markalarının Türkiye'de tek yetkili satıcısı oldu. Firma, bu işbirliğinin ilk meyvelerini de Arcade ve Plain adı verilen iki yeni ürün serisiyle pekiştiriyor.

Ece Banyo, which owns a high quality product range, thanks to its innovative designs, became the sole authorized dealer in Turkey, of all brands of the world's leading brand Ideal Standart International. The firm reinforces the first fruits of this collaboration by two new product series titled Arcade and Plain.



Ece Banyo, the fastest growing firm in the vitreous ware industry, became the sole authorized dealer in Turkey, of all brands of the world's leader Ideal Standard International. Under the agreement entered into by and between Ece Banyo and Ideal Standard International, the right to sell Ideal Standard and Jado brands in Turkey was conferred only to Ece Banyo. Accordingly, Ece Banyo will be responsible for importing, distributing and marketing Ideal Standard and Jado brands. In addition to the distribution agreement, a collaboration agreement was entered into between Ece Banyo and Ideal Standard International. Under this agreement, Ece Banyo will prepare two new product series titled Arcade and Plain under Ideal Standard brand. Archade and Plain series to be sold via Ece Banyo in Turkey will be marketed by Ideal Standard International in other countries.

Ideal Standard International CEO John Rietveldt said that they have been working with Ece Banyo for two years and underlying this Agreement was Ece Banyo's success in the sale and marketing of Ideal Standard products. Underscoring that Ece Banyo is very well known as a vitreous ware manufacturer and distributor in Turkey, said; "Ece Banyo has a very high quality product range with its innovative designs. We are extremely happy to enter into this Agreement as Ece Banyo performs our job perfectly, thanks to its powerful distribution network, experienced marketing team and products. Our belief in Ece Banyo's being the right partner for our brands' success in Turkey is endless".

Ece Banyo Board of Directors Erdem Çenesiz, on the other hand, said that Ece Banyo, the most innovative firm of the industry founded fifteen years ago, has once again revealed its power and enthusiasm for growth by the agreement with Ideal Standard International. Stating that the product portfolios of Ece Banyo and Ideal Standard complemented each other in terms of both segment and also design, Erdem Çenesiz said that they will address a much wider population in the marketplace due to the emerging synergy.



## VitrA MOD ve İstanbul koleksiyonlarına bir ödül daha

Türkiye'de devletin, endüstrinin ve tasarımcıların bir araya gelerek gerçekleştirdiği Design Turkey 2008 Endüstriyel Tasarım Ödülleri'nde VitrA, MOD ve İstanbul Koleksiyonları ile bir ödül daha kazandı.

VitrA'nın, yüzyılın tasarım dehası olarak gösterilen Ross Lovegrove'un imzasını taşıyan MOD ve İstanbul koleksiyonları, "Design Turkey 2008 Endüstriyel Tasarım Ödülleri" kapsamında "Üstün Tasarım Ödüllü"nü kazandı. Türkiye'de ilk kez devlet, endüstri ve tasarımcıların bir araya gelmesiyle gerçekleştirilen yarışmaya, 311 ürün ve 25 kavramsal tasarım projesi katıldı. Design Turkey 2008 Endüstriyel Tasarım Ödülleri, otuz seçkin uzmandan oluşan uluslararası jürinin değerlendirmesi sonucunda sahiplerini buldu. Time dergisinin en iyi yüz tasarım ve tasarımcı listesinde yer alan Lovegrove'un dünya çapında övgü alan İstanbul Koleksiyonu, şimdije kadar Wall Paper, Red Dot, EDIDA ve Good Design ödüllerini de kazandı. İngilizce modern (modern), modular (modüler) ve modest (mütevazı) kelimelerinden esinlenerek tasarlanan ve 2008 yılında satışa sunulan MOD koleksiyonu ise endüstriyel tasarımın iç dekorasyona yansyan modern çizgilerini taşıyor.

## Yet another prize to VitrA's MOD and İstanbul collections

VitrA won yet another award with its MOD and İstanbul Collections at the Design Turkey 2008 Industrial Design Awards organized by the government, the industry and designers coming together.

VitrA's MOD and İstanbul collections bearing the signature of Ross Lovegrove called the design genius of the century, won the superior design award on the occasion of "Design Turkey 2008 Industrial Design Awards". 311 products and 25 conceptual design projects participated in the competition held through coming together of the government, the industry and designers for the first time in Turkey. Design Turkey 2008 Industrial Design Awards went to the winners as a result of the evaluation by an international jury comprising thirty distinguished experts. The İstanbul Collection of Lovegrove who is in the top one hundred design and designers list of Time Magazine which received acclaim worldwide so far won the Wall Paper, Red Dot, EDIDA and Good Design awards. The MODE collection designed under inspiration by the words "modern", "modular" and "modest" launched in 2008 bears the modern lines of industrial design reflected onto interior decoration.

# Elginkan Topluluğu, 2010'a kadar yüz milyon dolar yatırım planlıyor

Sanayi üretimi yapan on fabrikası, yirmi şirketi ve üç bine yakın çalışanı ile ellî beş yıldır Türkiye yapı ve ısı sektörüne öncülük eden Elginkan Topluluğu, E.C.A ve SEREL markaları için 2010 yılına kadar yüz milyon dolar yatırım yapmayı planlıyor. Topluluk, 2012 sonuna kadar Elmor Plus ve Elmor Concept mağazalarının sayısını Türkiye çapında yirmiye, Elmor Shop'ların sayısını da yüze çıkarmayı hedefliyor. Elginkan Topluluğu, mağazacılık alanındaki atılımını Elmor Plus, Elmor Concept ve Elmor Shop olmak üzere üç farklı konsepte tasarladığı mağazalar ile hayata geçiriyor. 2012 yılı sonuna kadar Elmor Plus ve Elmor Concept mağazaları sayısının yirmiye, Elmor Shop'ların ise yüze ulaşması hedefleniyor.

2008'i mağazacılıkta atılım yılı ilan ettiklerini belirten Elginkan Topluluğu Yönetim Kurulu Başkanı Yücel Unan, E.C.A ve SEREL markaları için 2010 yılına kadar yüz milyon dolar yatırım planladıklarını söylüyor. Yücel Unan, sözlerine şöyle devam ediyor: "2007 yılında 600 milyon dolar ciro gerçekleştiren bir sanayi grubuyuz. Elli ülkeye ihracat yapıyoruz. Ürün geliştirmedeki en büyük gücümüz teknolojik altyapımız ve ar-ge birimizin yaratıcı yeteneklerinden alıyoruz. Elli Türk mühendisinin çalıştığı

E.C.A ve Serel markalarıyla yaşam alanlarına kalite ve estetik kazandıran Elginkan

Topluluğu'nun yeni hedefi 2010'a kadar krize inat yüz milyon dolarlık yatırım gerçekleştirmek. Topluluk, bu hedefi için arge çalışmalarına on milyon dolar kaynak ayırıyor.



arge bölümü için ayırdığımız kaynak yıllık bazda on milyon dolar civarındadır. Fonksiyonellik, çevreye duyarlılık ve ergonomi ürün tasarımlarımızda öne çıkan başlıca özelliklerdir. E.C.A bugün yaklaşık 120 ülkede tescilli bir markadır.

## Elginkan Group plans one hundred million dollars of investment by 2010

Elginkan Group, which has been spearheading the Turkish building and heat industry for fifty-five years with its ten industrial plants, twenty companies and close to three thousand employees, is planning to make investments totaling one hundred million Dollars by 2010 with E.C.A. and SEREL brands. The group also aims at raising the number of Elmor Plus and Elmor Concept stores Turkey-wide to twenty, and Elmor shops to one hundred by the end of 2012. The Elginkan Group launches its leap in the store operation line with stores designed in three different concepts as Elmor Plus, Elmor Concept and Elmor Shop. Yücel Unan, Chairman of Board of Directors of Elginkan Group who said that they declare year 2008 as a year of action in store merchandising, says that they have planned investments of one hundred million Dollars un-

The new target of Elginkan Group, which introduces quality and aesthetics to living spaces by its E.C.A. and Serel brands, is to achieve one hundred million Dollars of investments by 2010 in spite of the crisis. The group is allocating funds totaling ten million Dollars to R&D work for this aim.

til 2010 for the brands E.C.A. and SEREL. Yücel Unan adds; "We are an industrial group achieving a turnover of 600 million Dollars in 2007. We export to fifty countries. We get our greatest power in product development from our technological infrastructure and the creative talents of our R&D unit. Funds we allocate to our R&D Department, where fifty Turkish engineers are employed, is about ten million Dollars per year. Functionality, environmental sensitivity and ergonomics are the main features of our designs. E.C.A. is a brand which has been registered in approximately 120 countries today."



Etna Serisi 30X57,5



Zevkler için çeşitlilik...  
Hayal için güzellik...  
Özel olanı vurgulamak için farklılık...  
Mekânlar için yönilik.

5 kıtada, 25 ülkede tercih edilen seramik,  
Bien Seramik.

bien  
seramik



## Duravit Hindistan'da yeni üretim sahaları açıyor

Dünyaca ünlü vitrifiye üreticisi Duravit, yıllık 500 bin parça üretimi yapacağı yeni tesisini Hindistan'da kuruyor. İki yüz elli işçinin çalışacağı ve yüz yetmiş bin metrekarelik alanda üretim yapacak tesisin 2009 sonuna yetişirilmesi planlanıyor.

Türkiye'de de üretim tesisi bulunan dünyaca ünlü vitrifiye üreticisi Duravit, Hindistan'da yeni üretim tesisi kuruyor. Almanya Hornberg merkezli Duravit, 17 Ekim 2008'de Batı Hindistan'daki Gujarat Eyaleti'ndeki Tarapur'da, 170 bin metrekarelik bir alanda üretim yapacak yeni bir seramik fabrikasının temelini attı. Yılda 500 bin parçalık üretim yapılacak tesiste 250 işçinin çalışması planlanıyor.

Tesisi 2009 sonuna yetişirmeye çalışan Duravit'in seksenden fazla ülkede faaliyeti ve farklı ülkelerde üretimi bulunuyor. Hindistan'ın Duravit için muhteşem bir proje pazarı olduğunu ve bu pazarı büyütüceklerini söyleyen Duravit CEO'su Franz Cook, yeni fabrikanın ihracat pazarlarında önemli açılımlar sağlayacağını belirtiyor. 2003'ten bu yana Hindistan pazarında faaliyet gösterdiklerine dikkat çeken Duravit Hindistan Genel Müdürü Asutosh Shah ise yeni yatırımı ile Duravit'in orta fiyat segmenti ürünlerde de şanslı olacağına inanıyor. Hindistan'da ortalama gelir seviyesine ulaşan insanların sayısının artığına işaret eden Shah; "Bu müşteriler ulaşılabilir tasarıma ve kaliteli ürünlerre sahip markalara yatırım yapma eğilimindeler. Uzun yillardır Duravit sadece lüks ürünler satan değil, aynı zamanda çok uygun fiyatlara tasarım ürünleri de sunan bir marka. Bu yüzden ürün gamımızı smokin'den jean pantolon'a diye adlandıryoruz" diyor.

## Duravit opens new fields of production in India

World famed vitreous ware manufacturer Duravit is installing its new facility with 500,000 piece capacity annually in India. The facility, where two hundred fifty workers will be employed on an area of hundred and seventy thousand square meters, is scheduled for end of 2009.

World renowned vitreous ware manufacturer Duravit, which has production facilities in Turkey as well, is installing a new production plant in India. Based in Hornberg, Germany, Duravit paved the foundations for a new ceramics plant to produce on grounds of 170,000 square meters in Tarapur in the province of Gujarat in West India on October 17, 2008. It is planned that 250 workers will be employed at the plant with a production capacity of 500,000 pieces per year.

Duravit, striving to make the plant operational by end of 2009, has operations in more than 80 countries and produces in various countries. Duravit's CEO Franz Cook, who said that India is a magnificent project market for Duravit, which they will enlarge, added that the new plant will ensure new approaches to export markets. Duravit India General Manager Asutosh Shah, who drew attention to the fact that they have been operating in the Indian market since 2003, believes that Duravit will have a chance in the middle price segment products by this new investment. Pointing out that the number of people reaching the average income level in India is growing, said; "These customers are in the trend of investing in brands with accessible design and high quality. Over the years, Duravit has been a brand not selling only luxury items but also offering designer products at very affordable prices. Therefore, we are calling our product range from dinner jacket to jeans."

# Çanakkale Seramik&Kalebodur Kazakistan pazarında atağa kalktı



## Çanakkale Seramik&Kalebodur's campaign in the Kazakh market

Çanakkale Seramik&Kalebodur, the leading entity of the Turkish and global building industry is continuing to grow domestically and internationally in spite of the crisis. The plans for granting sub-dealerships in fourteen provinces of Kazakhstan and the showroom opened in Kazakhstan's capital city Astana show how contentious the company is in this market. Ali Bahadır Erdin, Chairman of Board of Directors of EO Ceramic Stone & Sanitary Co., the founding shareholder of the showroom, who stated that his belief in the building market in Kazakhstan growing well above its

Seramikte dünya markaları yaratan Çanakkale Seramik&Kalebodur, elli milyar doların üzerinde inşaat yatırımlarıyla ön plana çıkan Kazakistan pazarında büyümeyi hedefliyor. Bu amaçla yeni showroom ve alt bayiliklerle Kazakistan ağını genişletiyor.

Türk ve dünya yapı sektörünün öncü kuruluşu Çanakkale Seramik&Kalebodur, krize inat yurtiçi ve yurtdışında büyümeye devam ediyor. Kazakistan'ın başkenti Astana'da açtığı showroom ve Kazakistan'ın on dört eyaletine alt bayilikler verecek olması bu pa-

zarda ne kadar iddialı olduğunu da gösteriyor. Kazakistan'da yapı pazarının bugünkü hacminin çok üzerinde gelişeceğini ve berabерinde inşaat kalitesinin artacağına inandıklarını söyleyen showroom kurucu ortağı EO Ceramic Stone & Sanitary Co. Yönetim Kurulu Başkanı Ali Bahadır Erdin, "Önümüzdeki beş yıl içinde Kazakistan'da inşaat sektörünün Dubai örneğinin çok ötesine geleceğine ve bu gelişmeyi en az yirmi yıl südürecekine inanıyoruz" diyor.

İnşaat sektörünün Kazakistan'ın önde gelen sektörleri arasında yer aldığı ve devam eden ya da planlanan inşaat yatırımları tutarının, elli milyar doların üzerinde olduğunu vurgulayan Erdin, 2007'de Kazakistan'ın 57 milyon dolarlık seramik ithalatıyla Türkiye için önemli bir ekonomik pazar işlevi gördüğünü belirtiyor.

Çanakkale Seramik&Kalebodur, which creates global brands in ceramic ware, aims at growing in the Kazakhstan market which has come to the forefront with construction investments of over fifty billion Dollars. To that end, Çanakkale Seramik&Kalebodur is expanding its Kazakhstan network with new showrooms and sub-dealerships.

present volume, increasing construction quality says; "We believe that the construction industry in Kazakhstan will go well beyond Dubai in the next five years and will continue with this progress for at least twenty years".

Erdin, stressing that the construction industry is among the leading sectors in Kazakhstan and the amount of ongoing or planned construction projects is above fifty billion Dollars, says that Kazakhstan has been a very important economic market for Turkey with imports of 57 million Dollars in 2007.

# Bien Seramik, 2008'de de büyümeyini sürdürdü

Marmara Bölgesi başta olmak üzere tüm bölgelerde altmışa ulaşan yetkili satıcı ile istikrarlı bir büyümeye gösteren Bien Seramik, Bilecik fabrikası'nda güçlü atılımlar için yeni bir yönetim binası yaptı.

Planladığı hedefler doğrultusunda 2008'e iyi bir giriş yapan Bien Seramik, yetkili satıcı ve alt bayileriyle büyümeyini sürdürdü. Sürekli katılımlarla büyüyen ve dolayısıyla da marka tanınırlığı ve talep edilirliği artan Bien Seramik, en hızlı gelişimini Marmara Bölgesi başta olmak üzere tüm bölgelerdeki altmışa ulaşan yetkili satıcı ile gösterdi. Sadece ürün ve ebat çeşitliliği ile değil dış görünümleri ile de Bien Seramik mağazaları dikkat çekti.

UNICERA 2008 sonrası fuardan gelen talepleri karşılamak için yoğun bir çaba sarf eden Bilecik fabrikasında da ihracat ve teknoloji müdürlüğü ile tüm idari kadroların daha verimli çalışabilmeleri için gerekli olan fiziki genişlemeler için bir yönetim binası yapıldı. Büyük bir showroomun da inşa edildiği fabrikayı ziyaret edecek yetkili satıcıların, bundan sonra yeni serilerle döşenmiş banyo mekânlarında ürünlerini görmeleri ve incelemeleri için modern ve rahat bir ortam sağlandı.



## Bien Seramik continues its growth in 2008

**Bien Seramik, displaying a consistent growth with its sixty authorized dealers in all regions**

**lead by Marmara Region, built a new management building for new leaps at its Bilecik plant.**

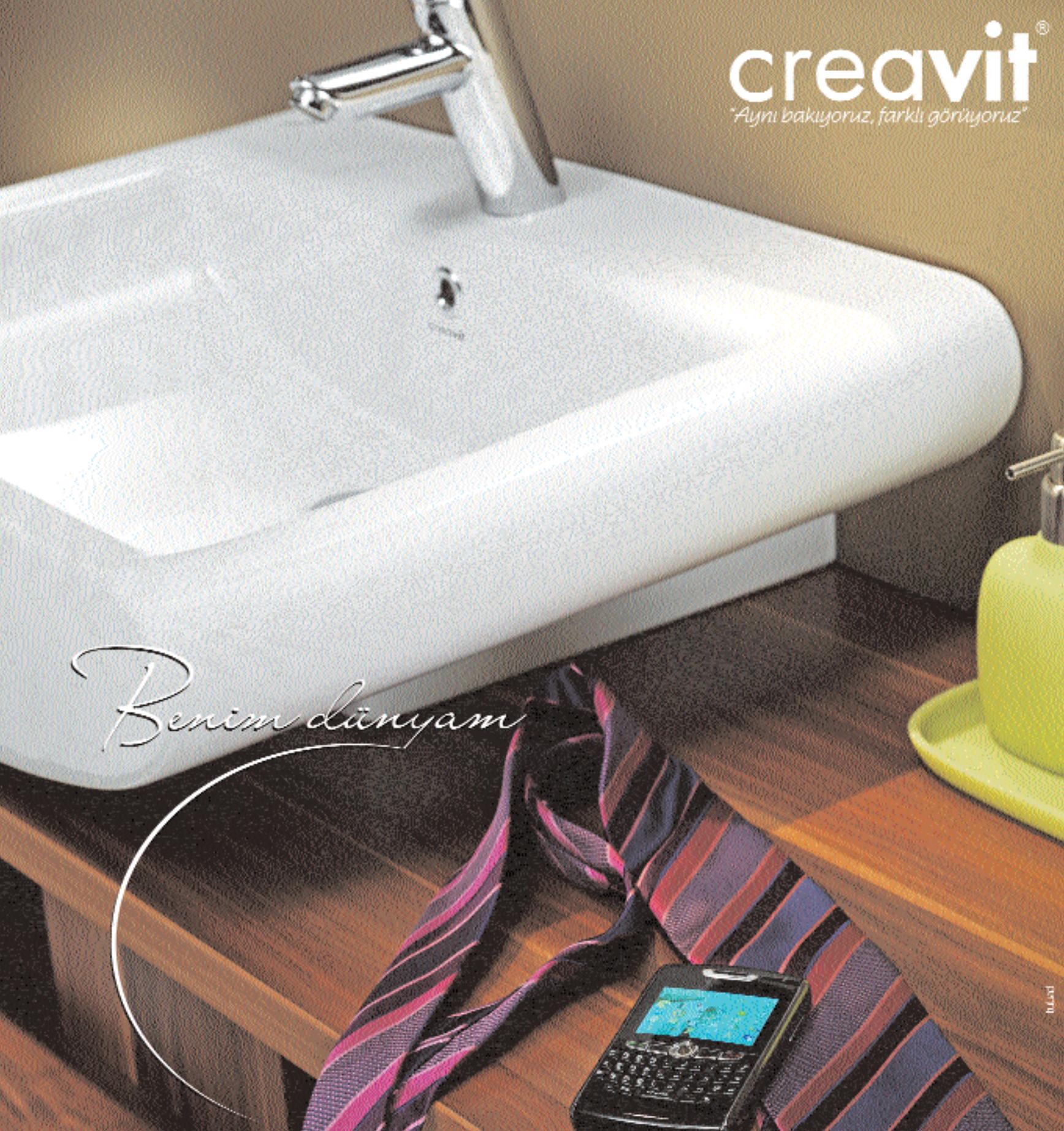


Bien Seramik, which started 2008 strongly in line with its targets, continued its growth with authorized dealers and sub-dealers. Growing through continuous participations with increasing brand recognition and demand, displayed the fastest progress through its close to sixty authorized dealers in all regions lead by Marmara Region. Bien Seramik stores are drawing attention not

only by their product and size diversity but also their external appearance. A management building was built at the Bilecik plant, striving to meet the demand from the UNICERA 2008 trade fair for physical extensions required to allow exports and technology department and all administrative staff to work more productively. A modern and comfortable setting was achieved so that authorized dealers who visit the plant where also a large showroom is constructed, may see and examine the products in bathroom spaces furnished with new lines from now on.

**creavit**  
“Aynı bakıyoruz, farklı görüyoruz”<sup>®</sup>

*Benim dünyam*



*Benim dünyam hep en iyi olmak, her zaman en  
iyiyi sunmak için çalışmayı gerektiren bir dünya...  
Sorumluluğunun bilincinde olan ve empati  
yatma becerisini öne çikaran bir dünya... Kalite  
standartlarının da üstüne çıkmayı hedefleyen,  
ama hedeflerini gerçekleştirmeye yolunda adil olmayı  
başaran bir dünya...*

*Benim dünyam, anlamayı, saygı duymayı,  
yönetmeyi çok iyi bilen bir dünya...*



# Çanakkıclar'dan örnek çevre politikası

Çevre politikalarına duyarlılığıyla bilinen Çanakkıclar Şirketler Grubu, yeni iş sağlığı ve çevre yönetim sertifikalarıyla sorumluluğunu yerine getiriyor. Çeyrek asırlık bir geçmişe sahip Çanakkıclar Şirketler Grubu, kaliteli ve özenli üretim anlayışıyla aydınlatır bir geleceği, izlediği özenli çevre politikası ile devam ettiriyor. Yaşayan tüm canlılara verdiği değeri 2008'de aldığı ve uyguladığı TS-EN ISO 14001 Çevre Yönetim ve TS 18001 İş Sağlığı ve Güvenliği sistemleri ile pekiştiren Çanakkıclar, günümüzdeki küresel isnırma tehditlerini en aza indirmeyi ve gelecek nesillere özenle korunmuş bir çevre bırakmayı hedefliyor. Çanakkıclar, dünyadaki kaynakların sonsuz olmadığı bilinciyle, takip edilen yasal düzenlemeleri, geleceğe özenle korunmuş bir çevre bırakma sorumluluğuyla uyguluyor.

## Model environmental policy from Çanakkıclar

Çanakkıclar Group of Companies known for its concern for environmental policies is fulfilling its responsibility by new occupational health and environmental management certificates. With a history of quarter of a century, the Çanakkıclar Group of Companies continues a bright future under a high quality and diligent production concept by the diligent environmental policy it has been pursuing. Çanakkıclar, strengthening the value it attaches to all living organisms with TS-EN ISO 14001 Environmental Management and TS 18001 Occupational Health and Safety Certificates it has obtained and implemented in 2008 aims at minimizing the current global warming threats, leaving a carefully protected environment to the coming generations. With the awareness of the global resources' not being endless, Çanakkıclar implements the pursued regulations with the responsibility of leaving a carefully protected environment to future generations.



## Dünya tasarım duayenleri Vitra'da

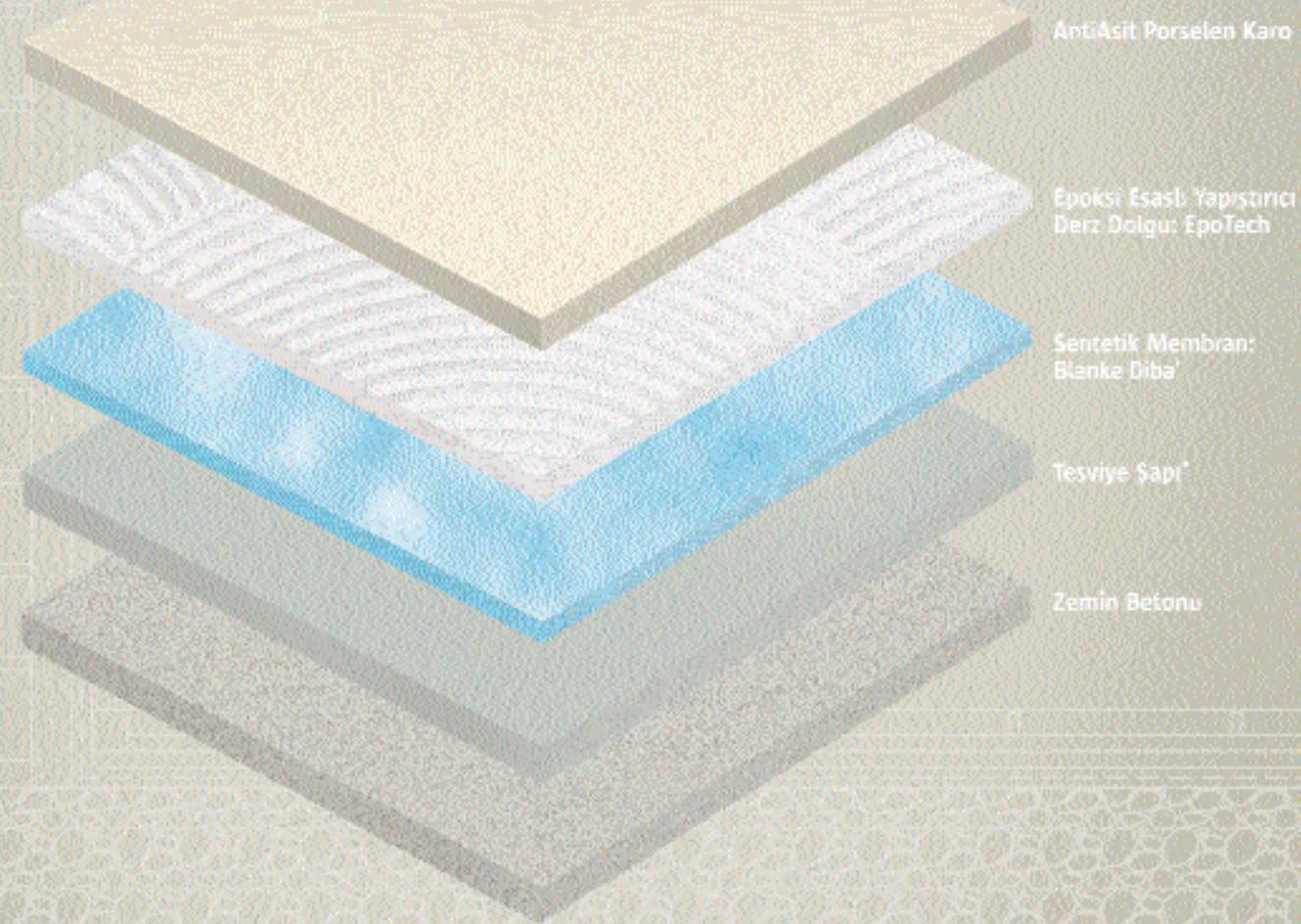
Türk seramik ve banyo kültürünün dünyaya tanıtılmasına öncülük eden markalardan biri olan Vitra, İtalyan tasarım basınının duayenlerini üç gün boyunca İstanbul'da ağırladı. Etkinlikte, İtalya'da yayımlanan, aralarında Domus, Abitare, AD, Elle Decor, Interni gibi ünlü tasarım dergilerinin yer aldığı 26 ayında görev yapan yöneticiler katıldı. 21'inci yüzyılın tasarım dehası olarak gösterilen Ross Lovegrove'la da buluşan basın mensupları, Lovegrove'un Vitra için tasarladığı yeni projeler hakkında bilgi de aldı.

## Doyennes of world design at Vitra

Vitra, one of the brands which pioneer the promotion of Turkish ceramics and bathroom culture all over the world, welcomed the doyennes of Italian design media in Istanbul for three days. Executives serving in 26 publications including famed design magazines like Domus, Abitare, AD, Elle Décor and Interni published in Italy participated in the event. Members of the media, who also met Ross Lovegrove, hailed as the design genius of 21st century, were briefed on new projects Lovergrove is designing for Vitra as well.



## Endüstriyel zeminlerde gerçek kesit : antiasit Taklitlerinden sakının...



AntiSlip Endüstriyel Zemin Çözümleri, yalnızca Kalekim tarafından uzman bayiler aracılığıyla sunulan, uygulama dahil bir hizmet paketidir.\*\*

AntiSlip, hijyen ve kimyasal dayanımının önemli olduğu, ağır yük ve araç trafiğine maruz kalan iş alanları için geliştirilmiş ideal endüstriyel zemin çözümüdür. AntiSlip sistem paketi; AntiSlip porcelan karo, süpürgelikler, iç ve dış köşe parçaları, epoksi esaslı yapıştırıcı ve derz dolgusu EpoTech'ten oluşmaktadır. Uygulama Alanları: Gıda sanayi, sağlık tesisleri, ticari mutfak ve kafeteryalar > Tekstil, boyalı, ilaç, otomotiv, kimya-petrokimya tesisleri > Hipermarket, iş-alışveriş merkezi gibi ticari binalar.



[kalekim.com.tr](http://kalekim.com.tr) \* İhtiyaç halinde kullanılır. \*\* Ayrıntılı bilgi için bayilerinize danışın.

**KALEKİM:antiasit**  
Endüstriyel Zemin Çözümleri



Soldan sağa: Serpuhov Valisi Aleksandr Victoroviç Şestun, Türkiye'nin Rusya Büyükelçisi Halil Akıncı, Eczacıbaşı Yapı Ürünleri Grubu Başkan Yardımcısı Ahmet Yamaner, Eczacıbaşı Yapı Ürünleri Grubu Başkanı Hüsamettin Onanç

## VitrA Karo'nun yeni fabrikası

Eczacıbaşı Yapı Ürünleri Grubu, Rusya'nın Serpukhov bölgesinde kurulacak yeni karo üretim tesisinin temellerini attı. 2010'da üretime geçmesi planlanan tesis, seramik ve porselen karoların yanı sıra, yüzme havuzları için üretilen karo ve aksesuarları içeren 4 bin çeşit ürüne sahip VitrA Karo Sanayi ve Ticaret A.Ş. için üretim yapacak. VitrA markalı ürünlerini, Orta Avrupa, İskandinavya, Britanya Adaları, Kuzey Amerika ve Rusya'da 75'ten fazla ülkeye ihraç eden VitrA Karo'nun yeni tesisinin, halen yıllık 35 milyon metrekare olan seramik kaplama malzemesi üretimini, 36,7 milyon metrekareye çıkarması hedefleniyor. Eczacıbaşı Yapı Ürünleri Grubu'nun 2008 yılı toplam karo satışları 450 milyon ABD Doları civarında bulunuyor. Yeni tesisin üretim kapasitesinin başlangıç için 1,7 milyon metrekare olmasını planlandığını söyleyen Yapı Ürünleri Grubu Başkan Yardımcısı Ahmet Yamaner, tesis için yaklaşık 20 milyon Avro'luk yatırım yaptıklarını söyledi.

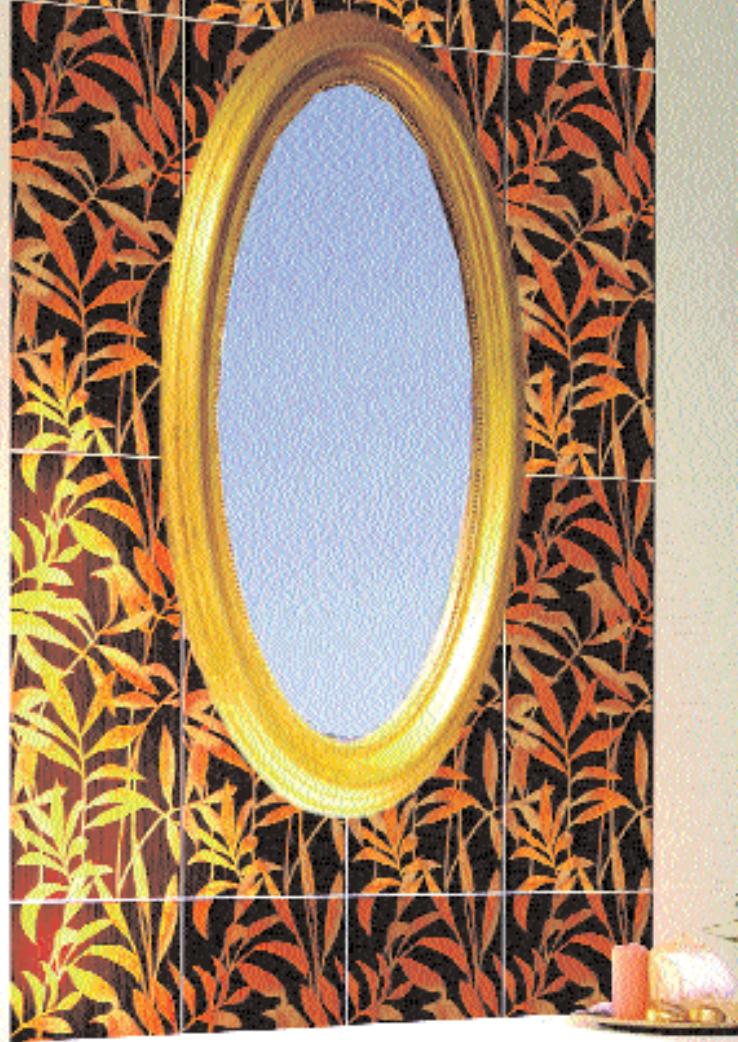
## VitrA Karo's new plant

Eczacıbaşı Building Products Group paved the foundations of its new tile production facility to be installed in the region of Serpukhov in Russia. The plant scheduled to start production in 2010 will produce for VitrA Karo Sanayi ve Ticaret A.Ş. which has 4,000 types of products including tiles and accessories produced for swimming pools in addition to ceramic and porcelain tiles. The target is that this new plant of VitrA Karo which exports VitrA brand wares to more than 75 countries in Central Europe, Scandinavia, British Islands, North America and Russia raises its current ceramic tile production of 35 million square meters per year to 36.7 million square meters. The total tile sales for 2008 of Eczacıbaşı Building Products Group is about 450 million USD. Ahmet Yamaner, Building Products Group Vice-President, who said that the production capacity of the new plant was planned as 1.7 million square meters initially, added that they made an investment of approximately 20 million Euros for the plant.

**termal**  **seramik**

Yaşayan Yüzeyler

[www.termalseramik.com.tr](http://www.termalseramik.com.tr)



www.ermesagency.com

Termal Seramik'in klasik tarzı sevenler için modernize ederek tasarladığı yeni ürünü.

Borneo oldukça zengin bir renk yelpazesine sahip, iki ayrı dekoru hem spor hemde klasik döşemeler için üretildi. Dekorların tarzları çok farklı olmasına rağmen fonlarıyla büyük uyum sağlıyorlar. Tülle dekor ve bordürler klasik tarz sahibi olma şansı da yaratıyor.

Bu şekilde Borneo, alicılara farklı alternatifler sunmakla birlikte mekanlarınıza yeni bir tarz sahibi olma şansı da yaratıyor.

# Çanakkale Seramik & Kalebodur Dünya Mimarlık Festivali’nde

Antoni Gaudi'den Enric Miralles'e dek mimari mükemmellikle birlikte anılan Barselona, Dünya Mimarlık Festivaa'lı'ne ev sahipliği yaptı. Festivale, Çanakkale Seramik&Kalebodur da Türk mimarlar tarafından önerilen Kalesinterflex, Reptile ve Klinker ürünleri ile katıldı.

İspanya'nın Barselona kentinde 22-24 Ekim 2008 tarihleri arasında ilk kez gerçekleştirilen Dünya Mimarlık Festivali'ne Çanakkale Seramik&Kalebodur markaları Türk mimarlar tarafından önerilen Kalesinterflex, Reptile ve Klinker ürünleri ile "mimarların aday gösterdikleri ürün sunumları" galerisine seçildi. Dünya seramik sektöründe seçilen festival toplam yetmiş bir ülkeden gönderilen yüzlerce projenin yer aldığı galeri, finale kalan mimarların canlı sunumları, "olabilirlik ve sorumluluk arasında" başlıklı tematik sergi, canlı öğrenci "charrette'i, mimarların aday gösterdikleri ürünlerin sunumları, kitap satışları ve araştırma turları gibi pek çok etkinliğe ev sahipliği yaptı.

Odağını ödül programının oluşturduğu Dünya Mimarlık Festivali, Barselona'nın en önemli toplantı alanlarından biri olan Uluslararası Kongre Merkezi'nde (Centre Convencions Internacional) gerçekleştirildi. Etkinlik, mimarlığın bölgesel niteliklerine vurgu yaparken, öte yandan da sayıları giderek artan uluslararası mesleki ortaklıklar yansındı. WAF Dünya Mimarlık Festivali Ödülleri'nin (WAF Awards) yanı sıra, Festival kapsamında, mimarlık okulları için canlı bir fikir "charrette'i, tematik sergi, yapı malzemeleri sergisi, şehir turu, sosyal etkinlikler ve çeşitli konferanslar da düzenlendi.

Bütün dünyadan gelen mimar ve ziyaretçilerin izleyebileceği "mimarların aday gösterdikleri ürün sunumları" galerisine, Türk mimarların seçtiği Çanakkale Seramik&Kalebodur'un dünyaca ünlü tasarımcı Can Yalman tarafından tasarlanan Reptile Koleksiyonu, porselein özellikli klinkeri ve yapı sektöründe çığır açacak nitelikteki Kalesinterflex ürünü ile katıldı.

## Canakkale Seramik & Kalebodur at World Architecture Festival

Barcelona, mentioned together with architectural perfection from Antoni Gaudi to Enric Miralles hosted the world's architecture festival. Çanakkale Seramik&Kalebodur participated in the festival with its Kalesinterflex, Reptile and Klinker products recommended by Turkish architects.

Çanakkale Seramik&Kalebodur brands were elected to the gallery of "presentations of products nominated by architects" at the World Architecture Festival held for the first time October 22-24, 2008 in Barcelona-İstanbul with the Kalesinterflex, Reptile and Klinker products recommended by Turkish architects. The gallery containing hundreds of projects sent from seventy-one countries in total, live presentations of finalist architects, the thematic show entitled "Between attainability and responsibility", live student "charrette", presentations of products nominated by architects, book sales and exploration tours were among many events hosted by the festival.

The World Architecture Festival, the focus point of which was the awards program, was held at one of Barcelona's most important meeting places; the International Convention Center (Centre Convencions Internacional). While emphasizing the regional qualities of architecture, the event also reflected the international professional partnerships, the number of which is growing increasingly. Beside WAF World Architecture Festival Awards (WAF Awards) on the occasion of the festival, a live idea "charrette" for schools of architecture, a thematic show, a building materials show, a city tour, social events and various conferences were also held.

Reptile Collection designed by world famed designer Can Yalman, porcelain klinker and Kalesinterflex which will start a new age in the building industry by Çanakkale Seramik&Kalebodur, elected by Turkish architects participated in the gallery of "presentation of products nominated by architects", which could be viewed by architects and visitors from all over the world.

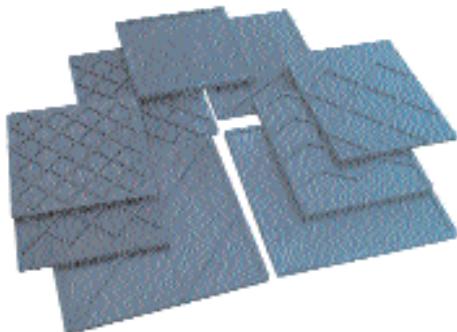


# SERAMİK KESİM MAKİNELERİNDE TEK ADRES

## THE UNIQUE ADDRESS FOR CERAMIC CUTTING MACHINERIES



**TOKSEL**



[toksel@toksel.com](mailto:toksel@toksel.com)  
[www.toksel.com](http://www.toksel.com)

**TOKSEL MAKİNA, TEKNİK MALZEME İMALAT SAN. ve TİC. LTD. ŞTİ.**

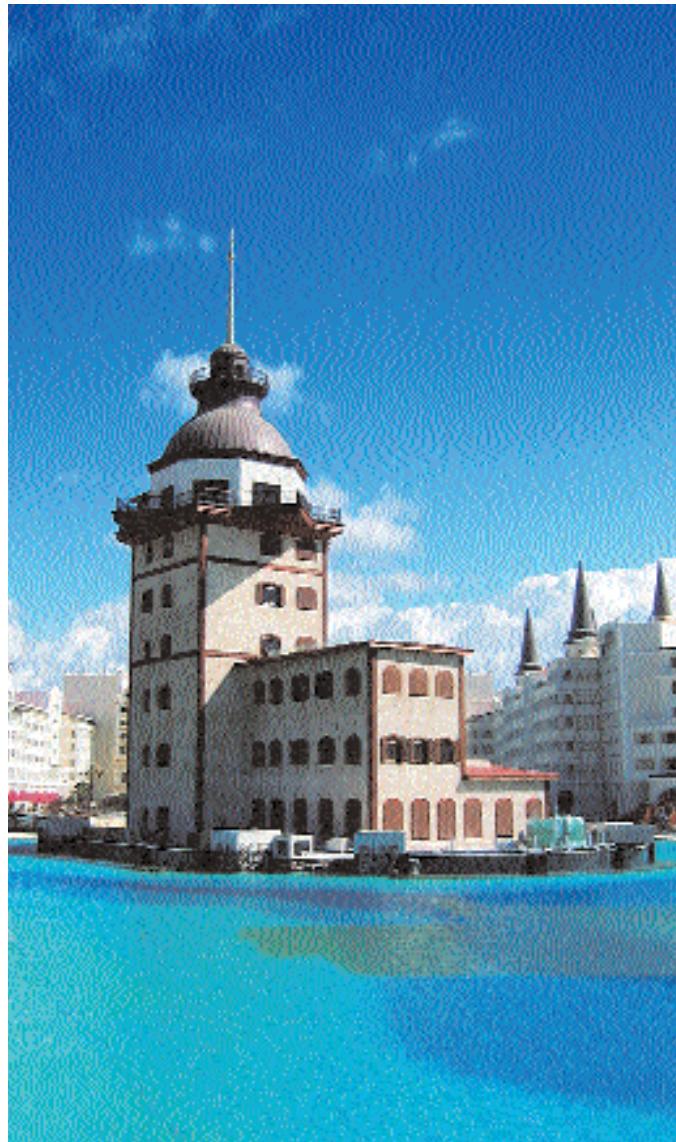
Kimyaçalar Organize Sanayi Bölgesi C-10 Porsel Tepeören - Tuzla / İSTANBUL

Tel : + 90 (216) 593 00 23 pbx / Fax : +90 (216) 593 14 04

# VitrA, İstanbul Boğazı'nın mavisini Antalya'ya taşıdı

İstanbul Boğazı'nın mavisi, VitrA'nın Arkitekt pool Serisi'ne ait mozaik karolar ile Antalya'ya taşındı. Mavinin beş farklı tonu Safisa İstanbul Palace Oteli'nin İstanbul Boğazı'nın andıran havuzunda kullanıldı.

VitrA Karo'nun Arkitekt Pool serisine ait mozaik karolar, Antalya'daki Safisa (Mardan) İstanbul Palace Oteli'nin, İstanbul Boğazı'nı andıran tasarımla dikkat çeken ana havuzunda kullanıldı. Havuzda deniz efektini ortaya koyabilmek için, Arkitekt Ral Color serisinden, mavinin beş farklı tonuna sahip 5x5 cm ebadındaki mozaik karolar özel olarak bir araya getirildi. Havuzun siğ yerlerinde açık mavi tonlardaki karolar tercih edilirken, derin yerlerde daha koyu tonlar kullanılarak orijinal bir etki ortaya çıkarıldı. VitrA Karo'nun uzman mimar kadrosu, VitrA Arkitekt Free Style Pool serisine ait karolarla otelin çocuk havuzunun savaklarını da tasarladı. Otelin mutfaklarında; hijyen, bakım kolaylığı, kaymazlık özelliği ve dayanıklılığıyla sıkça tercih edilen VitrA Arkitekt Porselen serisi kullanıldı. Personel odalarında ise çizilme ve lekelenmeye karşı dayanıklı yapısı, kolay döşeme ve bakım özelliğiyle dikkat çeken VitrA Rezidans serisi tercih edildi.



## VitrA carries the blue of the Bosphorus to Antalya

The blue of the Bosphorus was carried to Antalya with mosaic tiles of VitrA's Arkitekt Pool Series. Five different shades of blue were used in Safisa İstanbul Palace Hotel's pool reminiscent of the Bosphorus.



VitrA Karo's mosaic tiles in the Arkitekt Pool series were used in the main pool of Antalya's Safisa (Mardan) İstanbul Palace Hotel which draws interest with its design reminiscent of the Bosphorus. To bring forward the sea effect in the pool, mosaic tiles of 5x5 cm in five different shades of blue from Arkitekt Ral Color series were joined in a special manner. While light blue tiles were opted for in the shallow areas of the pool, an original effect was achieved using darker shades in deeper places. VitrA Karo's expert architectural staff also designed the weires of the children's pool of the hotel using tiles from VitrA Arkitekt's Free Style Pool line. In the kitchens of the hotel, VitrA Arkitekt Porcelain Series usually preferred due to its hygienic ease of maintenance, non-slip features and robustness were used. In staff rooms, on the other hand, the chosen series was VitrA residence drawing attention for its non-scratch and no stain structure and easy laying and maintenance features.



## Kale Tasarım Merkezi'nin ilk etkinliği

Türkiye'de tasarım farkındalığı yaratacak ve tasarımcılar ile sivil toplum kuruluşları arasında aktif tasarım çalışmalarının gerçekleşmesine yardımcı olacak, bu alandaki bilgi ve tecrübe paylaşımını sağlayacak bir platform olarak ekim ayında hizmete giren Kale Tasarım Merkezi (KTM), dünyaca ünlü İtalyan tasarımcı ve mimar Andrea Branzi'yi ağırladı. Söyleşi, 7 Kasım 2008'de santralistanbul Çağdaş Sanatlar

Merkezi Ana Galeri'de gerçekleştirildi.

1967'den beri endüstriyel ve araştırma tasarımını, mimari, kent planlaması, eğitim ve kültürel tanıtım alanlarında çalışmaları bulunan Andre Branzi halen Milano'da Politecnico Üniversitesi'nin Mimarlık ve Endüstriyel Tasarım Fakültesi'nde profesör olarak görev yapıyor.

## Kale Design Center's first event

Kale Design Center (KTM), which was launched in October for creating design awareness in Turkey and achieving active design work between designers and industrialists, allowing the knowledge and experience in this field to be shared, hosted the world famed Italian designer and architect Andrea Branzi. The conversation was held at santralistanbul Contemporary Arts Center Main Gallery November 7, 2008.

André Branzi, who has worked in the fields of industrial research and design architecture, city planning, educational and cultural promotion since 1967, presently serves as a professor at Faculty of Architecture and Industrial Design of Politecnico University in Milan.



André Branzi

# Türk seramikleri Shaman gösterisi ile Bologna'yı salladı

Türk seramikleri ve Shaman Dans Grubu, İtalya'da düzenlenen CERSAIE 2008'de tüm dikkatleri üzerine çekti. Gösteriyi Türk seramiklerinin dünyada markalaşma faaliyetlerini yürüten "Seramik Tanıtım Grubu (STG)" organize etti. İtalya'nın Bologna Kenti'nin ana meydanı olan Piazza Maggiore'ye gelen üç bin kişi unutamayacakları bir gösteri izledi. Türk seramikleri ve Türkiye tanıtım filmleri üç gün boyunca fuar katılımcıları tarafından izlendi. Düzenlenen bu büyük organizasyonla, Türk seramiklerinin yanı sıra Türkiye'nin de tanıtımının yapıldığını belirten STG Başkanı Bahadır Kayan, "Gösteri İtalya'da büyük ilgi uyandırdı. Global açılımlar yapmadı firmalarımız açısından yeni fırsatlar yaratmaya katkıda bulunacak. Türk seramiklerinin marka değerini yükseltmek için çabalarımızı en yüksek seviyeye çıkarıyoruz. Ülkemiz dünya seramik ticaretinde ilk beşte. Seramik sektörü ülkem için çok büyük bir katma değer yaratıyor. Bundan sonra yapacağımız diğer çalışmalarda da sadece kendi sektörümüzü değil, bir bütün olarak Türkiye markasını da güçlendireceğiz. Zaten birçok sektörde ülke ile sektörler, firmalar hatta markalar özdesleşir hale geldi. Biz de bu global yarışta ne kadar iddiali olduğumuzu göstereceğiz. Artık dünyada birçok sektörde örnek olabilecek çalışmaları, biz Türkler olarak yapıyoruz" dedi.

Dünyanın en kaliteli seramikleri arasında yer alan Türk seramikleri İtalya'yı fethetti. Seramik Tanıtım Grubu'nun üç gün süren İtalya çıkarması Shaman Dans Grubu'nun gösterisiyle doruk noktasına ulaştı.



Shaman Dans Grubu

## Turkish ceramics shook Bologna with the Shaman show

Turkish ceramic ware and the Shaman Dance Ensemble drew all the attention at CERSAIE 2008 held in Italy. The show was organized by Ceramics Promotion Group (STG) conducting the global brand building activities of Turkish ceramics. Three thousand people coming to Piazza Maggiore, which is the main square of Italy's city of Bologna, viewed a show which they could not forget. Turkish ceramic ware and films promoting Turkey were viewed by trade fair participants during these three days. CPG President Bahadır Kayan, who said that beside Turkish ceramic ware, Turkey was also promoted by this major

**Turkish ceramics, which are among the highest quality ceramic ware in the world, conquered Italy. The Italy invasion by the Ceramics Promotion Group lasting three days culminated with the Shaman Dance Ensemble show.**

event, added; "The show drew great interest in Italy. It will contribute to creation of new opportunities for our firms in their opening to the world. We're raising our efforts for enhancing the brand value of Turkish ceramics to the highest level. Our country is in the top five in the global ceramics trade. Ceramics industry creates a very high added value for our country.

We will be boosting the brand Turkey as a whole, not just only our own industry in our upcoming activities. Indeed, in many industries, countries and sectors, firms, even brands became identifiable with each other. We, too, will show how contentious we are in this global race. We, as Turks, have started to carry out activities which may be taken as a model for many industries in the world.

# UNICERA 21. ULUSLARARASI SERAMİK VE BANYO FUARI



[www.unicera.com](http://www.unicera.com)

**1 - 5 Nisan 2009**



**TİMDER**



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

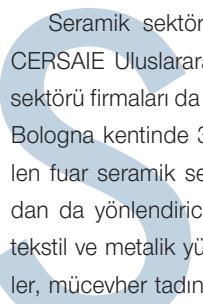


# Türk seramik firmalarının buluşması

# CERSAIE 2008

## Turkish ceramics firms meet at

Seramik sektörünün moda rüzgârları CERSAIE 2008 ile İtalya'nın Bologna kentinde esti. Türk seramik firmaları da yeni ürünlerini ve tasarımlarını dünya markalarıyla aynı podyumda sergiledi. Fuar Türk seramik firmalarının adeta gövde gösterisine dönüştü.

 Seramik sektörünün dünyadaki en önemli fuarlarından olan CERSAIE Uluslararası Seramik ve Banyo Fuarı'nda, Türk seramik sektörü firmaları da yeni ürün ve tasarımlarıyla dikkat çekti. İtalya'nın Bologna kentinde 30 Eylül-4 Ekim 2008 tarihlerinde gerçekleştirilen fuar seramik sektörünün yeni eğilimlerinin belirlenmesi açısından da yönlendirici oldu. Seramik modasının yeni eğilimlerinde, tekstil ve metalik yüzeyler, doğal mermer dokuları, yumuşak yüzeyler, mücevher tadında aksesuarlarla zenginleştirilmiş dekor ve bordürler yılın modasının habercileriydi.

Binin üzerinde firmanın katıldığı 87 bin metrekarelik bir alanda düzenlenen fuar dünyanın çeşitli ülkelerinden yüz bine yakın insan ziyaret etti. Türk seramikçilerinin geçmişte stand alanlarıyla katılmakta zorlandığı CERSAIE 2008'e büyük stand alanları ve ürünleriyle gelen Türk firmaları etkili bir tanıtım yapma imkânı buldu. Çanakkale Seramik&Kalebodur, Kütahya Seramik, Hitit Seramik ve VitrA gibi önemli firma ve markalar yeni koleksiyonlarını dünya seramik kaplama pazarına sundu.

### Türk firmalarının gövde gösterisi

Türk seramik firmalarının yeni ürünlerini dünya pazarlarına sunduğu fuar adeta bir gövde gösterisine dönüştü. Türk firmaları geniş stand alanlarında ürünlerini tanıtmaya imkânı bulurken, yeni trendlerin belirlenmesi ve ülke tanıtımına da katkı sağladılar. Her yıl farklı konseptler geliştirerek çalışmalarını sürdürden Kütahya Seramik de, yeni-

The fashion wins in the ceramics industry blew in the city of Bologna of Italy at CERSAIE 2008. Turkish ceramics firms, too, displayed their new products and designs on the same podium as global brands. The show was almost transformed into statement of Turkish ceramics firms.

**T**he firms in the Turkish ceramics industry drew attention with their new products and designs at the CERSAIE International Ceramics and Bathroom Trade Fair, one of the most important shows in the world for the ceramics industry. The fair held September 30-October 4, 2008 in Bologna, Italy was also important for identifying new trends in the ceramics industry.

Textile and metallic surfaces, natural marble textures, soft surfaces, decor and border elements enriched by accessories in the taste of jewelry were the harbingers of the fashion of the year indicating new trends.

Close to one hundred thousand people from various countries of the world visited the trade fair organized on grounds of 87,000 square meters attended by more than one thousand firms. Turkish firms coming to CERSAIE 2008 which Turkish ceramics firms have difficulty in participating due to stand area restrictions in the past, with large stand spaces and products got the chance to launch effective promotions. Significant firms and brands like Çanakkale Seramik&Kalebodur, Kütahya Seramik, Hitit Seramik and VitrA offered their new collections through the world's ceramics tile market.

### Bold statement by Turkish firms

The trade fair where Turkish ceramics firms presented their new products to world markets turned into almost a bold state-



likçi, modern ve iddialı tasarımlardan oluşan koleksiyonlarını CERSAIE 2008'de sergiledi. Kütahya Seramik'in 2009 yılı ürün koleksiyonlarında, Venus, Dendro, Canvas, Norra, Metropol, Cosmopol serileri yer aldı. Kütahya Seramik Cersaie fuarında, her bir parçanın ayrı ayrı el işçiliği ile cam sanatçıları tarafından özenle üretiltiği Brezza cam koleksiyonlarında doğanın büyüleyici renklerine yer verdi.

Türkiye'nin önde gelen markalarından Hittit Seramik, bu yıl yirmi altıncı düzenlenen fuarın bir başka Türk firmasıydı. Hittit Seramik'in yeni serileri Karun ve Carrelage, renk ve desenleri ile fuarda çok dikkat çekti. Standda sergilenen bu ürünlerin yanı sıra yeni full body ve sırlı porselen serileri de, uygun tamamlayıcı aksesuarları ile özel bir şekilde sergilendi.

### 320 metrekarelük dev stand

Dünya seramik sektörünün nabzının tutulduğu fuara 320 metrekarelük standıyla katılan Çanakkale Seramik&Kalebodur, ünlü tasarımcısı Can Yalman imzalı Orientile Koleksiyonu ile büyük beğeni topladı. Osmanlı ve Selçuklu kültürlerinin zengin formlarının buluştuğu Orientile Koleksiyonu, teknolojisi ve tasarımıyla trend belirlediği için fuarın en beğenilen ürünü oldu. Dünyada sadece iki üretici tarafından üretilen Kalesinterflex ise üç milimetreden inceliği ve 1x3 metre boyutu ile dünyanın tek esneyebilen "en hafif, en ince ve en büyük boyutlu" seramik plakası olma özelliğiyle bu sene de fuara damgasını vurdu.

Bir başka Türk markası olan VitrA da 180 metrekarelük standıyla, uluslararası tasarımcılarının imzasını taşıyan koleksiyonlarını fuarda sergiledi. Ross Lovegrove tasarımları ödülü MOD Koleksiyonu ve İstanbul Serisi, Matteo Thun tasarımları Water Jewels Serisi ve profesyonellerin tüm ihtiyaçlarına cevap veren S50 serileri VitrA'nın fuarda dikkat çeken ürünleriydi. Fuarda İstanbul serisiyle birlikte sergilenen Options Lux'ün geniş banyo tezgâhi, bir yenilik olarak ilgi çekti. ●



Kütahya Seramik-Brezza



Vitra-Water Jewels

ment. Turkish firms got the chance to promote their products in broad stand grounds, contributing also to the identification of new trends and the promotion of the country. Kütahya Seramik, which pursues its efforts for developing different concepts each year, exhibited its collections comprising innovative, modern and aggressive designs at CERSAIE 2008. Kütahya Seramik's 2009 product collections included the Venus, Dendro, Canvas, Norra, Metropol and Cosmopol series. Kütahya Seramik incorporated the enchanting colors of nature in the Brezza glass collections where each piece was built diligently by hand individually by glass artists.

One of Turkey's leading brands, Hittit Seramik, was yet another Turkish firm at the trade fair, the twenty-sixth of which was held this year. Hittit Seramik's new series Karun and Carrelage were very popular at the fair, thanks to their colors and designs. Beside these products exhibited at the stand, the new full bodied and glazed porcelain series were on display together with matching, complementary accessories.

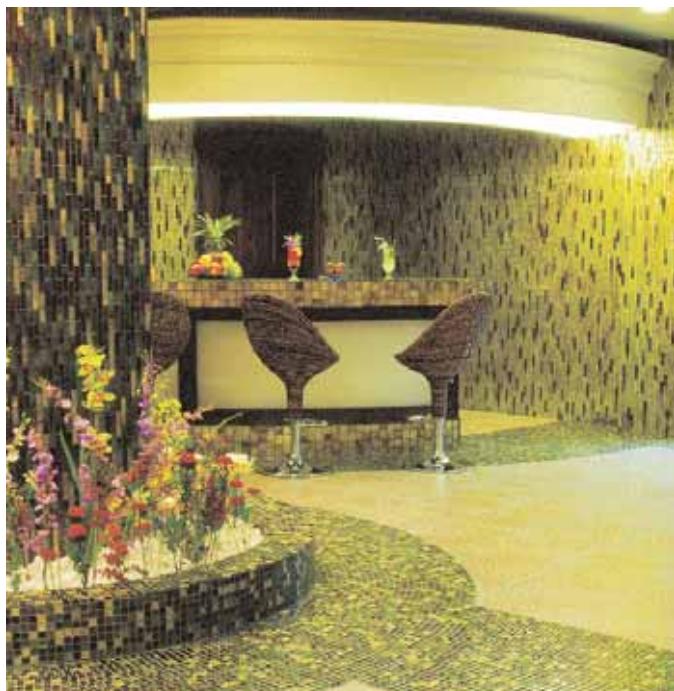
### Giant stand of 320 square meters

Çanakkale Seramik&Kalebodur, which participated in the trade fair which held the pulse of world ceramics industry with a 320 square meters stand, drew great acclaim with the oriental collection bearing the signature of famed designer Can Yalman. The collection, where the rich forms of the Ottoman and Seljuki cultures intersected, was the most appreciated product of the fair as it set a trend with its technology and design. Kalesinterflex, which may be produced only by two manufacturers in the world, made its mark on the fair this year, too, as it is the world's only flexible "lightest, thinnest and largest sized" ceramic plaque with its 1x3 meter dimension. Another Turkish brand, VitrA, exhibited its collections bearing the signature of international designers on a 180 square meter stand. The award winning MOD Collection and İstanbul series designed by Ross Lovegrove, the Water Jewels Series designed by Matteo Thun and S50 series answering to all needs of professionals were VitrA products coming to attention at the exhibition. The broad bathroom counter of Options Lux exhibited together with the İstanbul line at the trade fair drew attention as an innovation. ●

## CERSAIE 2008'e katılan

### Türk firmaları

Dünyanın en önemli seramik ve banyo malzemeleri fuarı olan İtalya'nın Bologna kentinde düzenlenen CERSAIE 2008'e bu yıl 10 Türk firması katıldı. Türk seramiklerinin dünya pazarlarındaki etkinliğini arttıran fuar da bu yıl Türk Seramik Tanıtım Grubu Bologna meydanında "Turkish Ceramics" imajını Shaman Dans Grubu'nun gösterisiyle taçlandırdı. 30 Eylül - 4 Ekim 2008 tarihleri arasında gerçekleşen fuara Türkiye'den Kale Seramik, Ege Seramik, Ercan Seramik (Bien), Graniser, Hittit Seramik, Kütahya Seramik, Seramiksan, Seranit, Termal Seramik ve VitrA katıldı. 230'u yabancı 846 İtalyan firmasının katıldığı fuarda, seramik kaplama malzemeleri sektöründe 533, banyo mobilyaları sektöründe ise 391 katılımcı yer aldı.



## Turkish firms attending CERSAIE 2008

This year, 10 Turkish firms participated in CERSAIE 2008 held in the city of Bologna in Italy, one of the most important ceramics and bathroom trade fairs in the world. This year, Turkish Ceramics Promotion Group crowned the image of "Turkish Ceramics" in the city square of Bologna at the fair which enhanced the effectiveness of Turkish Ceramics in global markets. Kale Seramik, Ege Seramik, Ercan Seramik (Bien), Graniser, Hittit Seramik, Kütahya Seramik, Seramiksan, Seranit, Termal Seramik and VitrA attended the fair which was held from September 30 to October 4, 2008, from Turkey. There were 533 participants from the ceramic tile industry and 391 from the bathroom furniture industry at the fair attended by 846 Italian firms and 230 foreign firms.



## BIG 5 2008 FUARI

Türk seramik sektörünün Körfez Ülkeleri'ne açılan kapısı BIG 5 2008 Fuarı 23-27 Kasım 2008 tarihleri arasında Birleşik Arap Emirlikleri'nin (BAE) başkenti Dubai'de gerçekleştirildi. Fuara, Seramik Sektorü Ortak Tanıtım İşbirliği Projesi Koordinasyon Kurulu kararları doğrultusunda, Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM), Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri (OAİB) Genel Sekreterliği, Seramik Federasyonu (SERFED) ve özel sektör temsilcilerinden oluşan "Seramik Tanıtım Grubu (STG)" faaliyetleri çerçevesinde 48 metrekarelik bir info stand ile katıldı. Türk seramik sektörü temsilcilerinin yetmiş firma ile beşinci kez katıldığı fuarla, Türkiye'yle birlikte 57 ülke 588 firma ürünlerini sergileme fırsatı buldu. Türkiye'nin BAE'ye yönelik seramik sektörü ihracatı 2007'de 11,1 milyon dolar olarak gerçekleşti. BAE'ye, 2007'de 9 milyon dolar seramik kaplama malzemeleri ihracatı, 1,5 milyon dolar seramik sağlık gereçleri ihracatı yapıldı. Buna karşılık 2007'de seramik kaplama malzemelerinde 49 bin dolar ithalat gerçekleştirilirken, seramik sektöründe toplam 1,9 milyon dolar ithalat gerçekleştirildi.

## BIG 5 2008 TRADE FAIR

Turkish ceramics industry's gate opening to the Gulf countries, the BIG 5 2008 Trade Fair was held in the capital city of United Arab Emirates, Dubai, November 23-27, 2008. In line with the Ceramics Industry, in line with the Joint Promotion Collaboration Project Coordination Board, participated in the fair with an info stand of 48 square meters as part of the activities of the "Ceramics Promotion Group (CPG)" comprising the representatives of Undersecretariat of Foreign Trade (UFT), Central Anatolia Exporters Union (OAIB) Secretariat General, Ceramics Federation (SERFED) and the private sector. Together with Turkey, 57 countries and 588 firms had the chance to display their wares at the fair to which the representatives of the Turkish ceramics industry participated in for the fifth time with seventy firms. The ceramics industry exports to UAE of Turkey were 11.1 million Dollars in 2007. Ceramic tile worth 9 million Dollars and ceramic sanitary ware worth 1.5 million Dollars were exported to UAE in 2007. On the other hand, imports of ceramic tile amounted to 49,000 Dollars and the total worth of imports in the ceramics industry was 1.9 million Dollars in 2007.

# Seramik sektörünün kalbi **The heart of the ceramics industry**

Avrupa'nın en büyük üçüncü fuarı UNICERA bu yıl kapılarını yine seramik sektörü temsilcilerine açıyor.

**Europe's third largest trade fair UNICERA once again opens its doors to the representatives of the ceramics industry this year.**



İtalya CERSAIE ve İspanya CEVISAMA fuarlarından sonra İstanbul UNICERA 2009 ile Türk seramiklerinin gövde gösterisine hazırlanıyor. Avrupa'nın üçüncü büyük fuarı olma özelliği gösteren UNICERA, modern iç mimari ve tasarımlarla gün geçtikçe rağbet gören Türk seramiğinin, özgünlüğünü ve kalitesini doğduğu topraklarda sergiliyor. Türkiye Seramik Federasyonu (SERFED), Tesisat ve İnşaat Malzemecileri Derneği (TİMDER) ve TÜYAP'ın işbirliğinde hazırlanan Uluslararası Seramik ve Banyo Fuarı (UNİCERA), 1-5 Nisan 2009 tarihleri arasında TÜYAP Beylikdüzü Fuar Merkezi'nde yirmi birinci kez kapılarını açıyor. Geçen sene 18 ülkeden 215 firma ve firma temsilcisinin katılımıyla hazırlanan fuara bu yıl da yoğun bir katılım bekleniyor.



After CERSAIE in Italy and CEVISAMA in Spain, Istanbul prepares for a statement by Turkish ceramics with UNICERA 2009. UNICERA, the third largest trade fair in Europe, exhibits the originality and quality of Turkish ceramics which are becoming popular each passing day with modern interior decoration and designs on the land they were born. The International Ceramics and Bathroom Trade Fair (UNICERA) prepared under the collaboration of Turkish Ceramics Federation (SERFED), Plumbing and Building Materials Suppliers Association (TIMDER) and TÜYAP opens its doors twenty-first time at Trade Fair Center April 1-5, 2009. Popular participation is expected at the trade fair prepared with the participation of 215 firms and firm representatives from 18 countries last year.

Geçtiğimiz yıl yaklaşık ellı bin kişinin ziyaret ettiği fuar, Küresel Fuar Endüstrisi Birliği'nin (UFI) onayını da taşıyor.

The fair visited by approximately fifty thousand people last year, also bears the approval of the Global Exhibition Industry Union (UFI).

### Bölgesinin en büyük fuarı

Bölgeminin en büyük fuarı olan UNICERA, çevre ülkelerin de yoğun ilgisini çekiyor. Orta Asya ve Avrasya ülkelerini İstanbul'da bir araya getiren fuar, seramik sektöründeki en son teknolojik, tasarım ve model yeniliklerinin sergilenmesinin yanı sıra bu sektörde faaliyet gösteren firmalarla ziyaretçileri ortak bir platformda buluşturuyor.

2008 yılında 800 milyon dolar ihracat gerçekleştiren seramik sektörüne ivme kazandıran fuarlardan biri olan UNICERA, yedi sonda kırk bin metrekarelik bir alanda firmalara ürünlerini sergileme ve uluslararası bağlantılarını güçlendirme fırsatı sunuyor. Geçtiğimiz yıl yaklaşık elli bin kişinin ziyaret ettiği fuar, Küresel Fuar Endüstrisi Birliği'nin (UFI) onayını da taşıyor.

Dünya sıralamasında kaplama malzemeleri üretiminde altıncı, ihracatta beşinci, seramik sağlık gereçleri üretiminde beşinci, ihracatta üçüncü sırada yer alan Türk seramik ve vitriфиye sektörü üreticilerinin buluşacağı UNICERA Fuarı'nda seramik kaplama malzemeleri, vitriфиye ürünler, havuz, sauna, jakuzi, küvet, armatürler, banyo mobilyaları ve aksesuarları, yan sanayi ile ilgili yayınlar sergileniyor.

### Bilgi ve iletişim platformu

Sektör gelişimine paralel olarak sinerji yaratmaya devam eden UNICERA, nihai tüketici ve profesyonel kullanıcı istekleri ile üreticilerin ürün geliştirme yeteneklerine ivme kazandırıyor, katkı sağlıyor. Tasarımcı, üretici firma, tüketici, dış alımcı, ürün ve ustaların bir araya geldiği UNICERA, yalnız ticari anlamda değil, bir iletişim, bilgi ve kültür aktarım platformu olarak da büyük önem taşıyor.

İlk olarak bundan yirmi yıl önce 1987'de "Banyo, Seramik, Mutfak Fuarı" adı altında İstanbul Sergi Sarayı'nda 3 bin 500 metrekairelik alan üzerinde düzenlenen UNICERA Fuarı'na, 28'i yerli, 14'ü yabancı toplam 42 firma katılmış, 8 bin 500 kişi de ziyaret etmiş. 1997'den itibaren TÜYAP ve TİMDER'in işbirliğinde hazırlanan UNICERA Fuarı, 2001 yılında TİMDER, SERKAP ve SERSA işbirliğine dönüyor. 2003 yılında ise derneklerin SERFED çatısı altında toplanması sonucunda UNICERA Fuarı, daha da güçlenerek, geniş bir destek kazanıyor.

2003 yılında 35 ülkeden gelen ziyaretçi sayısı 2004 yılında 51'e yükseliyor ve fuarı 40 bin 305 kişi ziyaret ediyor. 2005 yılında toplam 296 firma ve firma temsilciliğinin katıldığı fuar 44 ülkeden gelen ziyaretçilerle birlikte 53 bin kişi geziyor, 2006'da ise 51 ülkeden 37 bin 320 ziyaretçi, 2007'de 51 ülkeden 54 bin 305 ziyaretçi ve 2008'de ise ABD, Almanya, Avusturya, Bulgaristan, Çin, Danimarka, Hollanda, İtalya, İngiltere, İspanya, İsviçre, Singapur, Belçika gibi ülkelerden gelen ziyaretçilerle birlikte 47 bin kişi UNICERA fuarında Türk seramiklerinin görde gösterisine tanık oluyor.

Fuar kapsamında her yıl olduğu gibi bu yıl da, SERFED'in, sektörün sanat, bilim, sanayi, teknoloji, tasarım ve uygulama ve ar-ge gibi çeşitli katmanlarında öne geçmiş bireylerine verdiği "Seramik Onur Ödülleri" sahiplerini bulacak. Ödülle layık görülecek kişiler, SERFED, TSD, SERKAP, SERSA, SERHAM, SEREF ve TİMDER tarafından belirlenecek ve ödüller törenle sahiplerine takdim edilecek. ●



### The largest trade fair in the region

UNICERA, the largest trade fair in the region, is highly popular with the neighboring countries, too. The fair, bringing together the Central Asian and Eurasian countries in Istanbul, in addition to exhibiting the latest technological design and model innovations in the ceramics industry, brings together the firms operating in this industry and visitors on a common platform.

**AJANDA / AGENDA**

<b>OCAK/JANUARY</b>	<b>MOSBUILD</b>
<b>BAU</b> Annual: 12-17 Ocak/January 2009 Munich, Germany <a href="http://www.bau-muenchen.de">www.bau-muenchen.de</a>	31 Mart/March-3 Nisan/April 2009 The Biggest Building&Interiors Show Moskov, Russia
<b>SUBAT/FEBRUARY</b>	<b>NİSAN/APRIL</b>
<b>CEVİSAMA</b> 10-13 Şubat/February 2009 Valencia, Spain	<b>UNICERA 21. ULUSLAR ARASI SERAMİK VE BANYO FUARI</b> <b>UNICERA 21 th INTERNATIONAL CERAMIC AND BATHROOM FAIR</b> 1-5 Nisan/April 2009 TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi, İstanbul, Türkiye <a href="http://www.unicera.com">www.unicera.com</a> , <a href="http://www.tuyap.com.tr">www.tuyap.com.tr</a>
<b>MART/MARCH</b>	<b>COVERINGS</b>
<b>REVESTIR</b> 24-27 Mart/March 2009 Sao Paulo, Brazil	21-24 Nisan/April 2009 Atlanta, Georgia, USA
<b>İSH</b>	<b>ISH</b> 10-14 Mart/March 2009 Frankfurt am Main <a href="http://www.ish.messefrankfurt.com">www.ish.messefrankfurt.com</a>

UNICERA, which is one of the trade fairs allowing the ceramics industry which made exports of 800 million dollars in 2008 to gain momentum, gives the chance to display their products on an area of forty thousand square meters in seven halls and strengthen their international relationships to the firms. The fair visited by approximately fifty thousand people last year, also bears the approval of the Global Exhibition Industry Union (UFI).

At the UNICERA Trade Fair where manufacturers in the Turkish ceramics and vitreous ware industry which ranks sixth in tile production in world rankings, fifth in exports, fifth in ceramic sanitary ware production and third in exports; ceramic tile, vitreous ware, pools, saunas, Jacuzzis, taps, bathroom furniture and accessories and publication relating to the auxiliary industry are on display.

#### **Knowledge and communication platform**

Continuing to create synergy in parallel with development of the industry, UNICERA brings momentum and contributes to the wishes of the end consumer and professional users and the product development talents of producers. UNICERA, where designers, manufacturers, consumers, importers, products and craftsmen come together, is important not only commercially but also as a communication, knowledge and culture transfer platform.

The UNICERA Trade Fair, which was first organized twenty years ago in 1987 under the title of "Bathroom, Ceramics, Kitchen Trade Fair" in Istanbul Exhibition Palace on an area of 3,500 square meters, was participated in by 42 firms in total, 28 local and 14 foreign and was visited by 8,500 people. UNICERA Trade Fair, which has been organized with collaboration of TÜYAP and TIMDER since 1997, turned into a TIMDER, SERKAP and SERSA joint effort in 2001. As the associations gathered under the roof of SERFED in 1993, the UNICERA Trade Fair started to gain wider supports, strengthening even further.

In 2003, the number of visitors coming from 33 countries went up to 51 in 2004 and the fair was visited by 40,305 people. The fair participated in by 296 firms and firm representatives in 2005, was toured by 53,000 people together with visitors from 44 countries. In 2006, 37,320 visitors from 51 countries, in 2007; 54,305 visitors from 51 countries; and in 2008, 47,000 people together with visitors from USA, Germany, Austria, Bulgaria, China, Denmark, Holland, Italy, England, Spain, Switzerland, Singapore and Belgium witnessed the show by Turkish ceramics at the UNICERA Trade Fair.

This year, too, like every year, the "Ceramics Honor Awards" handed out by SERFED on the occasion of the trade fair, to individuals who have stood out in various levels of the industry like art, science, industry, technology, design, application and R&D will find their owners. The awardees will be determined by SERFED, TSD, SERKAP, SERSA, SERHAM, SEREF and TIMDER and the trophies will be presented to winners at a ceremony. ●

# Seramik sektörü kriz değil, zam kurbanı!



Dünyanın altıncı, Avrupa'nın üçüncü büyük seramik karo üreticisi olan Türkiye, 800 milyon dolarlık ihracatı ile 220 bin kişiye istihdam sağlayan önemli bir sektörre sahip. Ancak, her zamanki gibi kendi bindiği dalı kesiyor. Son doğalgaz ve elektrik zamları ile seramik sektörü üzerindeki maliyetler artıyor, uluslararası pazarlarda rakiplerle rekabet etme şansı azalıyor, istihdam yaratan sektör şimdi istihdam azaltmaya gidiyor.

## Ceramic industry, a victim of price hike, not crisis!

Turkey, the world's sixth largest ceramic tile producer and sixth in Europe, has an important industry providing jobs to 220,000 people with her exports of 800 million Dollars. However, just as always, she is cutting the branch she is sitting on. With the latest natural gas and electricity price hikes, the cost on the ceramics industry is growing, the chance to compete with rivals in international markets is decreasing; the industry which creates jobs, moving towards cutting employment.

Türkiye seramik sektörü yarattığı katma değer ile ülkemiz için stratejik bir önem taşıyor. Türk seramikleri ihracat rakamları, ürün kalite ve tasarımları ile dünya seramik sektörü pazarında rakipleri ile rekabet edebiliyor. Türk seramik sektörünün 800 milyon dolar düzeyindeki ihracatı için yapılan ithalat sadece 50 milyon dolar civarında. Dolayısıyla sektör ihracatının yarattığı katma değer 750 milyon dolar seviyesinde. Bu bakımdan değerlendirildiğinde seramik sektörü ihracatı diğer sektörlerin üç, beş milyar dolar değerindeki ihracatına denk geliyor. 2009 için Türk seramik sektörü ihracat hedefini bir milyar dolar olarak belirlemesine rağmen enerji maliyetlerindeki artış ve küresel kriz bu bekleniyi zora sokuyor. Seramik sektörü, üretim prosesi içindeki pişirme ve kurutma işlemlerinden dolayı oldukça yüksek enerji tüketen bir sektör. Sektörde halen doğalgaz, LPG ve LNG olmak üzere üç ana yakıt tüketiliyor.

Enerjinin maliyetleri de seramikte diğer sektörlerle oranla oldukça yüksek. Seramik kaplama sektöründe yüzde 30, seramik sağlık gereçleri sektöründe ise yüzde 20 oranında bir enerji maliyeti söz konusu. Seramik sektörü bugün Türkiye genelinde sanayide tüketilen doğalgazın yüzde 12,8'ini tüketiyor. Sektörün 2007'de doğalgaz tüketimi bir milyar metreküp, elektrik tüketimi ise 950 milyon kilovat olarak gerçekleşti. Kasım 2009 itibarıyle doğalgaza konutlarda yüzde 22,5, sanayiye ise yüzde 20 oranında yapılan zamlar, bu maliyetleri artıracağından haliyle ihracat rakamları ve üretim düşecek gibi görünüyor. 2008'de yapılan zamların toplamı ise vergiyle birlikte yüzde 82,2 seviyesine ulaşmış durumda. Bu da küresel boyutta sektörün rekabet gücünü azaltıyor.

#### **“Zamlar, sektörü olumsuz etkiliyor”**

Ülke istihdamına yüksek katkısı olan seramik sektöründe 220 bin kişi çalışıyor. Aileleriyle birlikte sektörden geçenen bir milyon insan bulunuyor. Türkiye Seramik Federasyonu (SERFED) Başkanı Zeynep Bodur Okyay, son zamlara dikkat çekiyor ve yetkilileri “Bu zam, sanayimizdeki ve enerji yoğun sektörlerdeki maliyetleri planlanmayan ve satış fiyatlarını bir şekilde artırarak hem iç piyasada hem de ihracatta işlerimizi son derece olumsuz yönde etkileyecetir. Kamu açıklarının kapatılmasına yönelik olduğuna inandığımız bu yaklaşımın, ilerde ülkem için çok daha ciddi sorunlar doğuracağı açıktır” diye uyarıyor. Son yapılan zamların Türk sanayisinin rekabet gücünü, yatırım ve üretim imkânlarını elinden aldığına dikkat çeken SERFED Başkanı Okyay, “Artan maliyetler özellikle durgunluğun yaşandığı kriz ortamında, gelir ve istihdam kaybına yol açacaktır” diyor.

Bir yandan zamların yarattığı yüksek maliyet öte yandan krizin etkisini göstermeye başlaması, sektörün gelecek hedeflerini yeniden gözden geçirmesine ve üretimi kısmasına neden oluyor. Sektörün öncü firmaları bu dönemi en az hasarla atlatabilmek için geçici süreyle iş durdurma veya yüzde 10 ila 25 arasında işçi çıkışma süreçleriyle karşı karşıya kalıyor. Okyay'a göre zammin yükselen dolar fiyatları ile bir ilgisi yok. Sektör temsilcilerinin nabzını çok iyi tutan SERFED Başkanı Okyay, asıl gerekçenin vergi geliri yaratmak olduğunu düşünüyor. Devletin yüksek faiz gideri ile oluşan açığının, doğalgaz kullanıcısı şirketlere yüklemenin adaletsiz bir davranış olduğunu altını çizen Okyay, bu zammin real sektörü zora soktuğunu ve üretim dengelerini alt üst edeceğini ifade ediyor.

The Turkish ceramics industry is of strategic importance for our country with the value added it creates. Turkish ceramics firms are able to compete with their rivals in the world's ceramics sector market with export figures, product quality and designs. The imports made for the 800 million Dollar exports of the Turkish ceramics industry are only about 50 million Dollars worth. Therefore, the value added created by the exports of the industry is at the 750 million Dollar level. Looking from this perspective, the exports of the ceramics industry are equivalent to exports of other industries worth three to five billion Dollars. Although the Turkish ceramics industry has set its export target for 2009 as one billion Dollars, the rise in energy costs and the global crisis make this expectation hard to achieve. The ceramics industry is one consuming rather a high amount of energy due to the firing and drying processes used in production. Presently, three main fuels as natural gas, LPG and LNG are consumed in the industry.

Energy costs in ceramics are also rather high compared to other sectors. There is an energy cost of about 30 percent in the ceramic tile industry and 20 percent in the ceramic sanitary ware sector. The ceramics industry nowadays consumes 12.8 percent of the natural gas used industrially Turkey-wide. In 2007, the natural gas consumption of the industry was one million cubic meters and the electricity consumption was 950 million kilowatts. The price increases of 22.5 percent at residences and 20 percent at industrial plants imposed on natural gas as of November 2009 will definitely raise these costs causing the export figures and output to come down. The aggregate of the hikes introduced in 2008 have reached 82.2 % including tax. This brings down the competitiveness of the industry at the global scale.

#### **“Price hikes affect the industry adversely”**

Two hundred twenty thousand people are employed in the ceramics industry which has a major contribution to the employment in the country. There are one million people making a living out of this industry if we include family members. Turkish Ceramics Federation (SERFED) President Zeynep Bodur Okyay draws attention to the recent price hikes and warns officials, “This price hike will affect our business extremely adversely both in the domestic market and also in exports by increasing the costs in our industry and energy intensive sectors in an unanticipated manner, causing sale prices to go up somehow. Obviously; this approach, which we believe seeks to cover the public deficit will give rise to much more serious problems for our country in the future”. SERFED President Okyay, noting that the recent price hikes have taken away the competitiveness and investment and production capabilities of the Turkish industry, said; “Increasing costs will lead to loss of revenue and employment in this crisis environment where stagnation is at play”.

On the one hand the high cost caused by price hikes and on the other hand the impact of the crisis which started to be felt, are causing the industry to re-examine its targets and trim down production. The leading firms of the industry are facing the options of either suspending production temporarily or laying off workers between 10 to 25 percent, to get through this period with minimum damage. SERFED President Okyay, who holds the pulse of sector representatives extremely well, believes that the real reason is to create tax revenue. Underscoring that it is an unfair action to charge the government deficit caused by high interest expenses onto natural gas consuming companies, she said

**Maliyetler artıyor, rekabet gücü azalıyor**

Seramik sektöründe maliyet kalemleri arasında en yüksek paisi enerji alıyor. Zam öncesinde sektörün maliyetlerinin toplam yüzde 58'ini oluşturan enerji, zamlarla birlikte bu maliyeti yüzde 62'ye çıkıyor. Okyay, zamların sektör üzerinde yaratacağı etkinin Türkiye'nin ihracat gücünü doğrudan etkileyeceğine dikkat çekiyor. Durgunluğun yaşandığı kriz ortamında enerji maliyetlerinin artmasının sektörün rekabet gücünü azalttığını söyleyen Okyay, "Üstelik enerji maliyetlerimiz açısından salt satın alma maliyetinin bulunmadığı; doğalgaz üzerindeki KDV, dünyada örneği olmayan ÖTV ve ÖTV'nin KDV'si gibi diğer maliyet unsurları yer almaktadır" diyor.

Okyay, son zamlarla sektörün sadece enerji maliyetinin arttığını belirterek, ulaşım başta olmak üzere yan maliyetlerinin de sektörü olumsuz etkilediğini söylüyor. Sektörün nakliye ve mazot maliyetlerine bakıldığında, yılda 125 milyon YTL'den fazla vergi ödediği görülüyor. Sonuçta 10 milyon metrekare seramik kaplama malzemesi üreten bir fabrikanın yılda enerjiye ödediği ÖTV 2,7 milyon YTL'ye, yine yılda 1 milyon parça seramik sağlık gereçleri üreten fabrikanın ödediği tutar ise yaklaşık 2,12 milyon YTL'ye ulaşıyor.

Doğalgaza yapılan bu zam ile birlikte, göz arı edilen en önemli hususun; yoğun rekabet ortamında ve uluslararası olumsuz konjonktür içerisinde maliyetlerdeki artışları müşterilere yansıtmanın mümkün olmadığı gerçeği olduğunu belirten Okyay sözlerini şöyle sürdürüyor: "Uluslararası finansal krizin neden olduğu dalgalanma ve daralma neticesinde, İspanya ve İtalya gibi rakiplerimizin yurtdışı pazarlarda yaptıkları düşük fiyatlı satışlar, hali hazırda Türk seramik üreticilerini zor durumda bırakmıştır. Yurtçi girdilerde yaşanan maliyet artışı nedeniyle sektörümüzde karşı karşıya kaldığımız maliyet enflasyonu bizi zor durumda bırakmaktadır."

**"Sipariş iptalleri ile karşılaşıyoruz"**

Enerji fiyatlarının yarattığı maliyet artışı, Türk seramik üreticilerinin son yıllarda üretime, teknolojiye, inovasyona ve markalaşmağa yaptıkları ciddi yatırımları da sektöre ugratıyor. Sektör, ihracat bölgesinde pazar kaybetmemek için zararına satış yapmak zorunda kalmıyor. Bu durumun sürdürülebilir olmadığını özellikle belirten Okyay, şirketlerin mevcudiyetini koruma ve gelişme yolunda önungün tıkandığını söylüyor.

Zamlar sadece şirketlerin maliyetlerini artırmadı, aynı zamanda tüketici ile kurduğu ilişkinin geleceğini de belirsizleştirdi. Okyay'ın bu konuya ilgili görüşleri ise durumun nasıl ince bir çizgiye ilerlediğini anlamamızı yetiyor. "Kısa vade açısından, müşterilerimize eski fiyatlardan vermiş olduğumuz taahhütlerimiz bulunmakta ve taahhütlerimizden geri dönme şansımız bulunmamaktadır. Bir süre önce enflasyon nedeniyle artan maliyetlerimiz, pazar kaybetmemek adına müşterilerimize kısmen yansıtılmıştı, bununla birlikte sipariş iptalleri ile yüz yüze kalınmıştı. Bu zammi kısa vadede müşterilerimize yansıtma olanağımız bulunmamaktadır. Geçmişte yapılan ve uluslararası piyasalarдан kaynaklandığı ileri sürülen bu son zammi müşterilerimize yansittığımızda, özellikle yurt dışı pazarlarda 'bizde bu oranda zam gerçekleşmedi' denilecek tepkiyi, sektör olarak nasıl bertaraf edeceğimizi düşünüyoruz."

that this price increase has undermined the real sector creating havoc on production equilibrium.

**Costs grow, competitiveness falls**

In the ceramics industry, energy has the largest share among cost items. Energy, which accounted for 58 percent in the aggregate, of sector costs prior the price hike, raises this cost to 62 percent with the price increases. Okyay says that the effect of price hikes on the industry will affect the export power of Turkey directly. Stating that in this crisis environment involving stagnation, the increase in energy costs reduces the competitive power of the industry, says; "In fact, our energy costs are not just purchasing costs with the VAT on natural gas; the SCT, which is unique in the world and the VAT on CTV are other cost items".

Okyay, stating that not only the energy cost of the industry has risen due to the latest price hikes, says; "Auxiliary costs lead by transportation also affect the industry adversely. Looking at the transportation and diesel fuel costs of the industry, it is observed that more than 125 million TRY tax is paid a year. So, the SCT paid by a plant producing 10 million square meters ceramic tile for energy, is 2.7 million TRY a year and the amount paid by a plant producing 1 million pieces of ceramic sanitary ware a year is approximately 2.12 million TRY.

Saying that alongside of this natural gas price increase, the most important aspect which is disregarded is the reality that in an intensive competition environment and international adverse conjuncture, it is not possible to pass on the increase in cost to consumers, adds; "The discount sales carried out by our competitors like Spain and Italy in international markets as a result of the fluctuation and contraction caused by the international financial crisis, has put the Turkish ceramic manufacturers in a bind presently. The cost inflation we have faced in our industry due to increase in cost experienced in domestic inputs, has put us in a quandrum".

**"We are facing order cancellations"**

The cost increase caused by energy prices is also undermining the serious investment made by Turkish ceramic manufacturers in recent years in production, technology, innovation and brand building, too. The industry is forced to sell at a loss so that it does not lose its share of the market in export destinations. Specifically emphasizing that this situation is not sustainable; Okyay says that the road to preserving their existence and development for the companies is blocked.

The price hikes not only increase the cost of the companies but also made the future of the relationship established with the consumer uncertain. Okyay's views on this point are sufficient for us to grasp on how a thin line the situation travels". In the short term, we have commitments to our customers at old prices and we don't have the chance to fulfill on these undertakings. Our costs, which rose due to inflation a while back, have been passed on partly to our customers so that we could maintain our markets. Even then, we had faced cancellations of orders. We have no chance to pass this price hike onto our customers in the short-term. If we were to pass this latest price increase alleged to be attributable to international markets onto our customers, we are not sure how we can relieve the reaction we will get especially in international markets, saying 'There was no price increase of this scale here'.



### Dünya enerjiyi ucuz alıyor

Ülkemizdeki enerji fiyatları dünya üzerinde rekabet ettiğimiz Çin, Birleşik Arap Emirlikleri (BAE), Hindistan, Mısır, İran, Meksika ve Brezilya gibi ülkelerden oldukça yüksek görünüyor. Örneğin, Türkiye'de 100 birim olan fiyat Çin'de 58, Brezilya'da 57, Hindistan'da 35, BAE'de 22, İran'da 11. Aynı değer, İtalya ve İspanya ile 2007 sonu itibarıyle karşılaştırıldığında, İtalya'da 103, İspanya'da 106 olarak seyrediyor. Üstelik bu fiyatların 2007 sonu itibarıyle böyle gerçekleştiği göz önüne alındığında, 2008'de gelen zamlarla Türkiye'nin kullandığı enerji fiyatları ile dünyadaki rakipleri arasında makas epey açılmış görünüyor.

Okyay, sektör olarak yaşadıkları durumu net olarak gösteren bir ayrıntıya dikkat çekip, sektörün öününe görebilmesi için taleplerini dile getiriyor. Peki, ne diyor SERFED Başkanı Okyay, "Ayrıca, Avrupali rakiplerimizin kullandığı enerjide otomatik fiyatlandırma uygulaması yer almamaktadır; tam tersine artan kullanım miktarı ile orantılı kademeli fiyat uygulaması bulunmaktadır. Bu meblağın AB üyesi ülkelerde olduğu gibi yıl sonunda şirketlerin ödeyecekleri kurumlar vergisine mahsup edilmesini talep ediyoruz. Oysa küresel kriz döneminde asıl alınacak önlemler, reel sektörü, üretimi ve istihdamı destekleyerek ülkenin çok daha az zararla badillerden geçmesini temin etmektir. Kısa vadede kamu açıklarının katılması yönündeki girişimlerin, orta ve uzun vadede ülkemizde çok daha ciddi sıkıntılar doğuracağı açıklıdır."

Türkiye'nin en önemli ihracat silahı seramik sektörü, son zamanda birlikte krizin yarattığı etkiyle yeni bir dönemece giriyor. Bu dönemde yetkililerden bekledikleri ise uluslararası pazarlarda rakiplerle eşit şartlarda rekabet edecek politikaların uygulanması. ●

### World buys energy cheap

The energy prices in our country appear to be much higher than those in countries we compete with globally like China, United Arab Emirates (UAE), India, Egypt, Iran, Mexico and Brazil. For example; the price, which is 100 units in Turkey, is 58 in China, 57 in Brazil, 35 in India, 22 in UAE and 11 in Iran. Compared to Italy and Spain as of end of 2007, this figure is 103 in Italy and 106 in Spain. In fact, considering that these prices were as of end of 2007, it is obvious that spread between the prices of energy used in Turkey and her global competitors have grown significantly with the price hikes in 2008.

Drawing attention to a detail which reveals the situation clearly as the whole industry, Okyay articulates their requests for allowing the industry to see what is in front of it. Okyay says; "Also, there is no automatic pricing mechanism for energy used by our European competitors. Just to the contrary, there is a stepped price increase in proportion to increased use. We demand that this amount is set off against the corporation tax payable by companies at the end of the year, just as in EU member countries. Actually, the real measures to be adopted in a time of global crisis are supporting the real industry, production and employment, ensuring that the country goes through these debacles with much smaller losses. Obviously, attempts for covering of government deficits in the short term will give rise to much more serious problems in our country in the medium and long-term."

Turkey's most important export weapon, the ceramics industry, is entering a new phase with the impact of the crisis with the latest price hikes. What the sector expects from officials in this period is the implementation of policies, allowing competition with the rivals in international markets on equal terms. ●



# Türkiye seramikte pazarın merkezinde

“Türkiye olarak seramik konusunda da çok önemli bir coğrafyadayız. Çin, ABD ve Kanada'yı saymazsa, seramik üreten ülkelere üç saatlık uçuş mesafesindeyiz. En çok seramik tüketen coğrafyalar (Orta Doğu, Avrupa, İngiltere ve Kuzey Afrika) dikkate alındığında tam da merkezde bir konumdayız”

Dünya üzerinde en büyük seramik üreticisi ve ihracatçısı ilk beş ülkeden biri olan Türkiye, 18 yılda kapasitesini katlayarak artırdı. 1990'da 61 milyon metrekare olan kapasite, bugün 260 milyon metrekareye yükseldi. Çevresinde çok güçlü oyuncularla rekabet eden Türk seramik sektörünün geçirdiği değişim ve dönüşümü Türkiye Seramik Federasyonu Genel Sekreteri Germiyan Saatçioğlu ile konuştuk.

## Türk seramik sektörünün geçmişten bugüne nasıl bir gelişim gösterdi?

Türk seramik sanayi, Anadolu topraklarında sekiz bin yıl önce doğan bir seramik sanatı ve biliminin bugün geldiği noktayı temsil ediyor. Bugün ülkemizin sahip olduğu zengin ve kaliteli seramik malzemeleri, seramik konusunda çok iyi eğitim görmüş insanları, bilim adamları teknisyenleri, inovasyon ile, teknolojik altyapısıyla bir endüstri artık Türk seramikçiliği. Türkiye seramik sanayisi, dünya üzerinde en büyük seramik üreticisi ve ih-

# Turkey at the center of market in ceramics

“We are at a very important geographical location in the field of ceramics too, as Turkey. Disregarding China, USA and Canada; we are at a distance of a three-hour flight to ceramic producing countries. Considering the regions consuming ceramic ware most (Middle East, Europe, UK and North Africa), we are right at the center”

One of the top five ceramic producers and exporters in the world; Turkey has increased its capacity many-fold in eighteen years. The capacity which was 61 million square meters in 1990, rose to 260 million square meters today. We discussed the change and transformation undergone by the Turkish ceramics industry which is competing with very powerful players around it, with Secretary General of Turkish Ceramics Federation Germiyan Saatçioğlu.

## What has been the journey of the Turkish ceramics industry from the past to the present?

The Turkish ceramics industry represents the point reached today by the art and science of ceramics which was born eight millennium years ago on Anatolian soil. Today, Turkish ceramic making has become an industry with the rich and high quality ceramic materials our country has, our scientists, technicians, innovation and our technological infrastructure. The Turkish ceramics industry ranks fifth as the biggest ceramic producer and exporter in the world. The process,

racatçısı konumunda ve beşinci sırada. 1950'lerde başlayan süreç, 1980'lerden itibaren gelişme gösterdi. Bugün Türkiye'de iki milyar Avro değerinde seramik üretilmekte. Bunun bir milyar Avroluk kısmı yurtçında tüketilmekte, bir milyar Avroluk kısmı ise yurtdışına ihraç edilmektedir. Yani seramik üretimin yarısı ihraç ediliyor.

#### **Üretim ve kapasite kullanımındaki gelişimizden bahsederek...**

Seramik sanayisi bugünkü duruma kolay gelmedi. Seramik karo üretimi konusunda 260 milyon metrekarelik bir kapasitemiz var. Bu üretimin 100 milyon metrekaresi yurtdışına ihraç ediliyor, 160 milyon metrekaresi de yurtçında satılıyor. 1990'da 61 milyon metrekare kurulu bir kapasitemiz vardı. 52 milyon metrekare üretip, 8 milyon metrekaresini ihraç ediyorduk. Bugün 100 milyon metrekare ihracatımız, 360 milyon metrekare de kurulu kapasitemiz var. Seramik sağlık gereçleri sektöründe de Avrupa'da birinci sıradayız.

#### **Firmalarımızın teknoloji ve markalaşmaya verdiği önem bu gelişmeye ivme kazandırmış gibi görünüyor.**

Türkiye olarak seramik konusunda da çok önemli bir coğrafadayız. Çin, ABD ve Kanada'yı saymazsa, seramik üreten ülkelere üç saatlik uçuş mesafesindeyiz. En çok seramik tüketen coğrafya-

which started in 1950s, has developed starting from 1980s. Presently, two billion Euro worth of ceramic ware are produced in Turkey. Of this, the one billion Euro portion is consumed domestically, with one billion Euro portion exported. This means that one half of the ceramics output is being exported.

#### **To talk about our advancement in production and capacity utilization...**

The ceramics industry did not get to where it is now easily. We have a capacity of 260 million square meters in terms of ceramic tile output. Of this output, 100 million square meters is exported abroad and 160 million square meters is sold locally. We used to have an installed capacity of 61 million square meters in 1990. We used to produce 52 million square meters, exporting 8 million of it. Today, we have exports of 100 million square meters and an installed capacity of 360 million square meters. We rank first in Europe in the ceramic sanitary ware industry.

#### **The commitment of our firms to technology and brand building seems to have given momentum to this development.**

We are at a very important geographical location in the field of ceramics, too, as Turkey. Disregarding China, USA and Canada; we are

## **Rakamlarla Türkiye seramik sektörü**

Bugün dünyanın altıncı, Avrupa'nın ise üçüncü büyük seramik karo üreticisi olan Türkiye'nin seramik geçmişi sekiz bin yıl öncesine dayanıyor. 20.yy'in ikinci yarısından itibaren de bu geleneksel üretim yerini sanayileşmeye bırakıyor. Türkiye 220 milyon metrekareyi aşan üretimi dünya seramik sektöründe söz sahibi ülkeler arasında yer almıyor. Bu rakamın 104 milyon metrekaresi ihracata dönük kullanılıyor. Türkiye seramik kaplama malzemeleri sektöründe dünya üretiminin yüzde 3,2'sini, Avrupa üretiminin ise yüzde 11'ini karşılıyor. 160 milyon metrekare düzeyindeki yurtçi pazar büyülüğu ile seramik karo tüketiminde dünyanın on birinci büyük pazarı konumunda olan Türkiye, aynı zamanda 17 milyon adet üretimi ile Avrupa'nın en büyük seramik sağlık gereci üreticisi ülkesi. Sekiz milyon adetlik ihracatı ile Avrupa'da en fazla vitrifiye ihracatı yapan ülke de olan Türkiye'nin seramik kaplama malzemesi üreten firmaları 113 ülkeye, sağlık gereci üreten firmaları ise 95 ülkeye ürünlerini ihraç ediyor.

lar (Orta Doğu, Avrupa, İngiltere ve Kuzey Afrika) dikkate alındığında tam da merkezde bir konumdayız.

#### **Aynı zamanda emek yoğun bir sektör. İstihdam ettiği 220 bin kişi düşünülürse...**

Seramik malzeme kaplamaları sektöründe 15 bin kişi, sağlık gereçleri üretiminde de yedi bin kişi çalışıyor. Bu 22 bin kişi, fabrikalarda üretimde ve satışta şirketlerin bünyesinde çalışan kişiler. Fabrikalar pek çok hizmeti dışardan alıyor; ham madde, yardımcı madde, işletme, taşıma, tasarım hizmetleri, ürettiği ürünü satan bir bayi teşkilatı ve bu satılan ürünleri uygulayan uygulayıcılar var. Buların hepsini toplayacak olursanız 220 bin kişiyi seramik sektörü barındırıyor, geçindiriyor. Bu da aileleriyle birlikte bir milyon kişinin bu sektörden karnını doyurduğunu gösteriyor. Katma değeri yüksek,

## **Turkish Ceramics industry with figures**

The ceramics history of Turkey, which presently is the sixth largest ceramic tile manufacturer in the world and third in Europe, goes back to eight thousand years ago. Starting from the second half of 20th century, this traditional production was replaced by industrialization. Turkey is among the leading countries in the world's ceramics industry with its output of over 220 million square meters. One hundred and hundred four square meters of this figure is used for exports. Turkey accounts for 3.2 percent of world's output and 11 % of European output in the ceramic tile industry. Turkey, which is the world's eleventh largest market in ceramic tile consumption with her domestic market magnitude of 160 million square meters, at the same time is Europe's largest ceramic sanitary ware manufacturing country with her output of 17 million pieces. Ceramic tile manufacturing firms of Turkey, which is also the country with largest vitreous ware exports in Europe with 8 million pieces, sell to 113 countries with sanitary ware exporters selling their products to 95 countries.

at a distance of a three-hour flight to ceramic producing countries. Considering the regions consuming ceramic ware most (Middle East, Europe, UK and North Africa), we are right at the center.

#### **At the same time, it is a labor intensive industry. To think of the 220,000 people it employs...**

Fifteen thousand people work in the ceramic tile industry and seven thousand in sanitary ware. These 22,000 people are those working in production at plants and sales in companies. The plants outsource a lot of services. Raw material, auxiliary material, operating, transportation, design services, a dealer organization selling the produced wares and installers who install these sold products. To add these all up; the ceramics industry accommodates 220,000 people, allowing them to make a living. This indicates that together with fami-

yerli hammadde kullanan, ithalata sadece enerji bağımlılığı dışında ihtiyaç duymayan bir sektör. Yüzde 90 yerli hammadde ile üretim yapan bir sektör. Bizim sektörümüz, elektronik ya da otomotiv sektörü ile mukayese ettiğinizde bizim bir milyar Avroluk ihracatımız, onların 5–6 milyar Avrosunun bıraktığı katma değere eşit.

#### Seramik sektörü için enerji ne kadar önemli?

Sektörümüz enerji yoğun bir sektör, özellikle doğalgaz kullanıyor. Doğalgazda, sektörümüzde üretim yapan firmaların yüzde 97-98'ine ulaşmış durumda, kalanlar da LNG ile üretim yapıyor. Sektörün enerjiye bağımlılığı üretim maliyetinin yüzde 55'ini oluşturmuyor. Sektörün enerjiyi kesintisiz bir şekilde temin edebilmesi lazım. Bir de maliyet içindeki payı yüksek olduğu için enerji temin fiyatları da önemli. Geçen aylarda yapılan yüzde 22,5'lük zamla bir yıl içinde doğalgaza gelen zam TYL bazında yüzde 82 oldu. Bunu döviz bazında hesap ederseniz; dolar bazında yüzde 40, Avro bazında yüzde 50 bir artış söz konusu. Bugün KDV hariç bir metreküp doğalgazi temin fiyatımız 40 Avro sent.

#### Avrupa'da enerji fiyat politikaları nasıl uygulanıyor?

Avrupa'da enerji vergisi diye bir şey var. Enerjinin vergilendirilmesi diye bir yasa kapsamında kimi mevzuatlar uygulanıyor. Farklı enerji türleri kullanımına göre farklı uygulamalar söz konusu. Ama esasında AB, üye ülkelerini serbest bırakmış. İsteyen alır isteyen almaz diye... Birtakım AB düzenlemeleri bizi yakından ilgilendiriyor. AB; "Eğer enerji, mineralojik proseslerde kullanılırsa, bunu üye ülkeler vergilenmez. Bu direktif kapsamında değildir" diyor. Mineralallerin işlenmesinde ortaya çıkan proseslerdir. Biz de kıl, silis ve benzeri mineralalleri işliyoruz. Bunlar da birer mineral ve AB, mineralojik prosesler arasında seramik sanayisini kabul etmiş. AB'de enerji vergilendiriliyor ama seramik sanayisi bu vergilendirme dışında tutulmuş. İspanya ve Fransa gibi bazı ülkeler vergi almamayı kararlaştırmış. Almanya ve İtalya gibi ülkeler vergilendiriyor. Ancak bu ül-

lies, one million people are fed by this industry. An industry with high value added which uses local raw materials, which does not require imports, except its dependency on energy. An industry producing with 90 % domestic raw materials. Should we compare our industry to the electronics or the automotive sectors, our exports of 1 billion Euros are equivalent to the value added left by their 5-6 billion Euros.

#### How important is energy for the ceramics industry?

Our industry is an energy-intensive one; using especially natural gas. Natural gas has risen to 97-98 percent of firms producing in our industry, the remaining use LNG. The energy dependency of the industry constitutes 55 percent of production cost. The industry must be able to procure energy without interruption. Energy supply prices are important, too, as its share of total costs is high. With the 22.5 % price hike in recent months, the total price increase of natural gas in one year is 82 percent in TRY. The total price increase of natural gas in one year is 82 percent in TRY. If you calculate this in foreign currency, there is an increase of 40 percent in Dollars and 50 percent in Euros. Currently, our cost of procuring one cubic meter of natural gas VAT exclusive is 40 Euro cents.

#### How are energy price policies implemented in Europe?

In Europe, there is something called the energy tax. There are certain regulations implemented under a law called taxation of energy. There are different applications depending on use of different types of energy. But basically, EU has set member countries free saying whoever wants buys; whoever doesn't, doesn't. Certain EU regulations interest us closely. EU says "If energy is used in mineralogical processes, member countries will not tax this. This is not covered by this directive". These are processes unearthed in processing of minerals. We, too, are processing clay, silica and similar minerals. These are all minerals and EU has recognized the ceramics industry among mineralogical processes. Energy is taxed in EU but ceramics industry has been excluded from this taxation. Certain countries like Spain and France have decided not to collect taxes. Countries like Germany and Italy do tax. However, in those countries, too, those taxes are calculated and deducted in the corporation tax return filed at the end of the year. Therefore, the state returns the tax it collects.



İtalya ve İspanya bu ülke imajını kazanmak için devlet tarafından çok büyük teşviklerle destekleniyor. AB kurulmadan önce bu ülkeler sektörlerini desteklemiş. Şimdi bize, gümüş birliği, AB uyum yasaları, IMF ve Dünya Bankası'ndan gelen sözlerle bu teşvikleri kullanılmıyorlar.

**Italy and Spain are supported by very big incentives by government to gain this country image. These countries have supported their industries before EU was set up. Now, they do not allow us to use these incentives because of the customs union, EU harmonization laws and words of IMF and World Bank.**

kelerde de yıl sonunda beyan edilen kurumlar vergisi beyannamesinde, o vergiler hesaplanarak düşülmüyor. Dolayısıyla aldığı vergiyi iade ediyor.

**Bu durum Türk seramik sektörünün dünya pazarlarında rekabet gücü açısından maça 1-0 yenik başlaması anlamına gelmiyor mu?**

Evet, yenik başlıyoruz. Bugün Fransa ve İspanya'da bir metre-küp doğalgaz 34 Avro sent, biz 40 Avro sent ödüyoruz. Seramikleriniz ne kadar kaliteli ve güzel olsa da ülke imajları da rekabette önemlidir. Üstelik bu durumda rakiplerimiz enerji fiyatları açısından da bizden iyi durumdalar.

**Ülke imajı kavramı çok önemli. Ülke imajı dendiğinde kültür ve tarihi birlikte anlıyoruz ancak siz başka bir şeyleden daha bahsediyorsunuz. Hükümetlerin sektörleri bazı alanlarda destekleme politikalarından...**

İtalya ve İspanya bu ülke imajını kazanmak için devlet tarafından çok büyük teşviklerle destekleniyor. AB kurulmadan önce bu ülkeler sektörlerini desteklemiş. Şimdi bize, gümüş birliği, AB uyum yasaları, IMF ve Dünya Bankası'ndan gelen sözlerle bu teşvikleri kullanılmıyorlar. Şimdi bu teşvikler yok diyorlar. Zamanında almış kulananmış ve bugünkü durumlarına gelmişler. Onların gizli ya da kapalı uyguladıklarını, aslında gizli de uygulamıyorlar ama biz o sayfaları açıp okuyamıyoruz. AB enerji vergilendirme politikalarını ya merak etmiyoruz, ya da işimize gelmiyor.

**Çünkü okuyunca zam yapmanın gereklisi kendiliğinden kalkıyor.**

Şu son yüzde 22,5'lük zammin, en az yüzde

Doesn't this mean that the Turkish ceramics industry starts the game 1-0 behind in terms of competitiveness in world markets?

Yes, we start already behind. Today, one cubic meter of natural gas costs 34 Euro cents in France and Spain. We pay 40 Euro cents. Country images are important in competition too, regardless of how high quality and beautiful your ceramic ware may be. In fact, under these circumstances, our competitors are in better position compared to us in terms of energy prices, too.

**The concept of country image is very important. When one says country image, we understand culture and history together. However, you are talking about something else too. The governments' policies of supporting industries in certain fields...**

Italy and Spain are supported by very big incentives by government to gain this country image. These countries have supported their industries before EU was set up. Now, they do not allow us to use these incentives because of the customs union, EU harmonization laws and words of IMF and World Bank.

Now, they say these incentives are no more. They have taken and used them at the time and have reached their present positions. Their secret or covert practices, actually they are not covert either, but we cannot open and read those pages. We either are not interested in EU energy taxation policies or we just don't want to do it.



15'inin geri alınması lazım. Eğer AB ülkelerinin kullandığı eşit enerji fiyatlarına kavuşmamız isteniyorsa. Ancak bizim rekabet ettiğimiz ülkeler, AB ülkeleri değil. Biz bugün Mısır, BAE, İran, Hindistan, Çin, Meksika ve Brezilya ile dünya üzerinde rekabet ediyoruz. Onlar bizim ülkemize mal satmıyorlar ama yurtdışında ihracat yapmak istediğimizde, AB'ye mal satmaya kalktığımızda bu ülkeler karşımıza çıkıyor. Onların fiyatları ile bizim fiyatlarımız çarşıyor. Onlarda enerji bedava. Tabii ki biz, enerjiyi bedava kullanılm demiyoruz. En azından AB ülkelerinin kullandığı fiyatlar yakını fiyatlar olmasını istiyoruz.

#### Kriz sektörü nasıl etkileyecik ve nasıl bir etki bırakacak?

Seramik Kaplama Malzemeleri üreticileri Derneği olarak Avrupa Seramik Karo Üreticileri Federasyonu'nun (CET) bir üyesiyiz. Toplantılarımıza düzenli olarak katılıyoruz ve edindiğim izlenim seramik sektöründe Avrupa'da sıkıntı olduğu yönünde. Onlar da pazarlarını yüzde 30-40 arasında ülkelerine göre kaybetmiş durumda. İnşaat sektörü tamamen durmuş. 2009 yılı bugünden aratacak diyorlar. Bizde de bankalarımızın yaşadığı ve yaşayacağı sıkıntılar kredi müslüklerinin kesilmesine neden olacak. Bankaların sıkıntısı reel sektörü doğrudan etkileyecik, bugünden etkilemeye başladı bile. Birçoğu üretimlerini kesti, fırınlarını ve üretim bantlarını kapattı, işçilerini izne gönderdi, kimileri de işçi çıkardı. Bizim de, neresinden baksanız piyasa kaybımızın yüzde 30'un altında olmayacağı. Bu kayıp, 2009'un ilk ayında daha da artacak gibi görünüyor.

#### Son yönetim kurulu toplantılarında bu sorunlar mı masaya yatırıldı?

Bankaların kredi vermesi, mevzuat, kümelenme, enerji fiyat artışları ve genel olarak kriz konuşuldu. Aslında kümelenme mevzuatı önemli bir konu. Dış Ticaret Müsteşarı AB mevzuatlarına uyum sağlamak için bir proje başlattı. Türkiye genelinde 10 kümelenme bölgesi tespit edildi. Seramik kümesi içine de Kütahya, Bilecik ve Eskişehir dahil edildi. Bu bölgede, seramik sektörünün yapılanması, iş ortamının iyileştirilmesi, bölge seramiklerinin pazara ulaşım imkânlarının tespit ve teşvik edilmesi amaçlanmıştır. Bu bölge içerisinde, seramik yan sanayinin geliştirilmesi gibi birtakım projeler üzerinde çalışılıyor.

#### Seramik sektörü nasıl bakıyor bu kümelenme projesine, destekliyor mu?

Tabii sektörün yarısı bu kümeye içinde, yarısı bu kümeye dışında kalmıyor. Dışında kalanların birtakım kuşkuları var. "Devlet eliyle haksız rekabet mi yaratılıyor", "küme içinde olanların üretim maliyetleri benimle rekabet edecek düzeye mi gelecek", "ben nasıl rekabet edeceğim" deniyor. Bu kümelenme ile seramik sektörü güçlenecek ve ülke sanayisine hizmet edecek görüşünü savunanlar da oluyor. Genel bir fikir birliği yok, çarşısan fikirler var. Bu devam eden projeye federasyon olarak karşı çıkmamız mümkün değil, doğru da olmaz zaten. Ama endişe duyan kişileri yataştırmamız ve herhangi bir zarar görmeyecekleri konusunda teminat vermemiz gerekiyor. Bu teminatı da projeyi yapan kurumların ve hükümetin vermesi en doğru olanı... ●

#### Because if we read it, then the grounds for price increases would disappear.

At least 15 % of this most recent 22.5 percent price hike must be cancelled. If we are to reach energy prices equal to those used by EU countries. But we are not competing with EU countries; today we are competing with Egypt, UAE, Iran, India, China, Mexico and Brazil globally. They don't sell goods to our country but when we want to export abroad, they try to sell goods to EU, these countries appear before us. Their prices and ours clash. Energy is free in those countries. Of course we are not saying that we should use energy free. We want prices at least close to those used by EU countries.

#### How will the crisis impact the industry and what kind of an effect will it have?

As Ceramic Tile Manufacturers Association, we are a member of European Ceramic Tile Manufacturers Federation (CET). We attend their meetings regularly and the impression I get is that there is a problem in the ceramics industry in Europe. They, too, have lost their markets depending on the country at a scale of 30-40 percent. The construction industry has totally stopped. They say that these days will be missed in 2009. With us, the problems to be experienced by our banks will cause credit taps to be cut off. The problems of banks will affect the real industry directly; it started to be affected as we speak. Some of them closed their kilns and production lines, sent workers on holidays and some laid off workers. From whichever angle you may look, our market loss will not be under 30 % for us either. It looks like this loss will increase even more in the first months of 2009.

#### Were these problems discussed at the most recent meeting of the Board of Directors?

Banks' extending loans, regulations, clustering, energy price hikes and the crisis overall were discussed. Actually, the matter of clustering is very important. Undersecretariat of Foreign Trade started a project for adapting with EU regulations. Ten clustering areas were determined Turkey-wide. Kütahya, Bilecik and Eskişehir were included in the ceramics cluster. Determination and encouragement of the build-up of the ceramics industry, improvement of business environment and facilities for accessing the market, of the ceramics in the region in this area is sought. Work is in progress on certain projects like the development of ceramics auxiliary industry in this area.

#### How does the ceramics industry look at this clustering project; does it support it?

Of course, half of the industry is in this cluster and half is left outside. Those left outside have certain concerns. They say; "Is unfair competition created by government?", "Will the production costs of those in the cluster be competitive with mine?", "How will I compete?". There are also those who argue that by this clustering, the ceramics industry will strengthen and serve the industry of the country. There is no overall consensus; there are conflicting opinions. It is not possible to take a stand against this ongoing project is our Federation. It wouldn't be proper anyway. But we have to calm down those who are concerned and assure them that they will not incur any losses and the most proper way is that this assurance should be given by the institutions preparing the project and the government... ●



Türk Seramik Tanıtım Grubu Başkanı

## Bahadır Kayan

Turkish Ceramics Promotion Group President

# Türk seramikleri marka özüne sahip

**“Turkish ceramics have the essence of a brand”**

“Türk seramik sektörü diğer sektörlerle göre oldukça şanslı. Yurtdışında Türk seramikleri ile ilgili olmuşmuş pozitif bir algı söz konusu. Algılama ve ihracat rakamları olarak İspanya ve İtalya'nın ardından Türk seramikleri üçüncü durumda.”

Türk seramikleri hem ihracat hem de marka algısında Avrupa'da üçüncü durumda. Rakiplerimizin çok eskilere dayanan tanıtım geçmişine Türkiye, son on yıldır Türk Seramik Tanıtım Grubu'nun iyi planlanmış, hatta agresif denebilecek çalışmalıyla karşılık veriyor. Sadece Türk seramiği değil sunulan, aynı zamanda bir ülkenin kültürü ve tarihi de tüketicilere her türlü iletişim dili kullanılarak aktarılıyor. Türk Seramik Tanıtım Grubu Başkanı Bahadır Kayan, Avrupa'da rakiplerimizle nasıl mücadele ettiklerini, ülke imajını tüketicinin zihninde nasıl oluşturduklarını ve gelecekte neler yapacaklarını anlatıyor.

#### Seramik Tanıtım Grubu hangi amaç ve hedefler doğrultusunda kuruldu?

Türk seramiklerinin yurtdışındaki imajını yukarı çekmek hedefiyle 1997 yılında kuruldu. Sektor adına firma temsilcileri Seramik Kaplama Malzemeleri Üreticileri Derneği (SERKAP) ve Seramik Sağlık Gereçleri Üreticileri Derneği'nden (SERSA) üyeleri gelir. Türkiye Seramik Federasyonu (SERFED), Orta Anadolu İhracatçılar Birliği (OAİB) ve Dış Ticaret Müsteşarlığı'ndan (DTM) üye arkadaşlarımız da Türk Seramik Tanıtım Grubu (STG) bünyesinde görev alırlar. Sektörün sivil toplum kuruluşlarının oluşturduğu bir yapı STG Tanıtım faaliyetlerimizi gerçekleştirmek için firmalarımız ihracatlarından binde 2 gibi bir pay ayıriyor. Bu pay STG'de tanıtım faaliyetleri için fonda toplanıyor. Grubun daimi üyesi olan marka iletişim danışmanımız ve dışardan profesyonel reklâm ajansımız var.

#### Türk seramiklerini nasıl bir imaj ve söylem çalışmasıyla tanıtıyorsunuz?

Türk seramiği nedir, ne ifade eder, niçin Türk seramiği alınır, sorularının altını dolduran bir marka özümüz bulunuyor. Bir tarafa teknoloji ve estetik, öte tarafta kalite ve tecrübe söylemimiz var. Türk seramik sektörü diğer sektörlerle göre oldukça şanslı. Yurtdışında Türk seramikleri ile ilgili olmuşmuş pozitif bir algı söz konusu. Algılama ve ihracat rakamları olarak İspanya ve İtalya'nın ardından Türk seramikleri üçüncü durumda. Türkiye'nin algısı, ülke imajı araştırmalarında 30 ile 40 arasında bir yerlerdeyken, seramikte ilk sıraları zorluyoruz. Sektör olarak başarılıyız.

#### Bu söylemler hangi etkenlere göre şekillendiriliyor?

Hedef pazarlardaki insanların ağlısına göre söylemlerimizi özelleştiriyoruz. Hedef pazarlarımıza nasıl bir çalışma yapacağımız anlatan bir marka kılavuzu yarattık. Yılda iki çalıştay düzenliyoruz. Bu çalıştaylara sadece komite katılımcıları değil, tüm üreti-

“Turkish ceramics industry is rather lucky compared to other sectors. There is a positive perception formed as regards Turkish ceramics abroad. In terms of perception and exports figures, Turkish ceramics rank third following Spain and Italy.”

Turkish ceramics is third in Europe in terms of both exports and perception of brand. Turkey is responding to the history of promotion by our rivals going back to a long time ago by the well planned, even aggressive activities of the Turkish Ceramics Promotion Group. What is offered is not only Turkish ceramics; at the same time, the culture and history of a country is conveyed to the consumer, employing all types of communication languages. Bahadır Kayan, Turkish Ceramics Promotion Group President describes how they fight with our competitors in Europe, how they create the image of the country in the mind of the consumer and what they will do in the future.

#### Under what objective and targets was the Turkish Ceramics Promotion Group established?

It was set up in 1997 with the aim of raising the international image of Turkish ceramics. As firm representatives from the industry, Ceramic Tile Manufactures Association (SERKAP) and Ceramic Sanitary Ware Manufacturers Association (SERSA) members met. Our member friends from Turkish Ceramics Federation (SERFED), Central Anatolia Exporters Union (OAIB) and Undersecretariat of Foreign Trade (UFT) also took part in the Turkish Ceramics Promotion Group (STG). STG is a structure formed by the non-governmental organizations in the industry. To achieve our promotion activities, our firms allocate a share like 2 per thousand of their exports collected in the fund for promotional activities at STG. We have a brand communication consultant who is a permanent member of the group and an outside professional advertising agency.

#### By what kind of an image and message effort are you promoting Turkish ceramics?

We have a brand essence which answers the questions of what is Turkish ceramics, what does it mean, why is Turkish ceramic bought. We have a message of technology and aesthetics on the one hand and quality and experience on the other. Turkish ceramics industry is rather lucky compared to other sectors. There is a positive perception formed as regards Turkish ceramics abroad. In terms of perception and exports figures, Turkish ceramics rank third following Spain and Italy. While Turkey's perception is somewhere between 30 and 40 in country image surveys, we are pressing top ranks in ceramics. We are successful as our industry.

#### According to what factors are these messages shaped?

We customize our messages depending on the perception of the people in the target markets. We created a brand guide explaining what kind of an activity we will undertake in our target markets. We

İtalya Bologna'daki CERSAİE 2008'de ortak katılma yönelik bir alan vermedikleri için özel gösterimizi Bologna meydanında yaptık. Üç bin kişi izledi "Turkish Ceramics" logolu Shaman Dans Grubu'nun gösterisini.

**Since we were not allocated an area for common participation in CERSAIE 2008 in Bologna, Italy, we held our special show on the Bologna Square. Three thousand spectators viewed the show of Shaman Dance Group with the logo "Turkish Ceramics."**

ci arkadaşlarımızı davet ediyoruz. Pazarı kontrol ederek, hayat nereye doğru gidiyorsa onu tespit edip, iş planları yapıp, gerçekleştiriyoruz.

#### **Hangi fuarlar Türk seramik üreticileri için önemli ve hangilerine katılıyorsunuz?**

Bizim işimizde çok kritik fuarlar var. İtalya Bologna'da CERSAİ, İspanya Valencia'da CEVİSAM, ABD'de COVERINGS, Almanya Frankfurt'ta ISH sektör olarak önem verdigimiz fuarlar arasında yer alıyor. Bölgesel olarak katıldığımız ve katkıda bulunduğumuz fuarlar da var. Rusya Moskova'daki MOSBUILD ve Dubai'deki BIG 5 bu fuarlar arasında yer alıyor. Bu iki fuarda son zamanlarda çok önemli fuarlar arasında kabul ediliyor. Her yıl bunların hepsine katılıyoruz. 2009'da ilk kez Afrika açılımı oldu. Ceza-yır'de BATIMAD fuarına katılacağız.

#### **"Tanıtımın tutarlı olması lazım"**

##### **Fuarlarda nasıl bir etkinlik ve performans sergiliyorsunuz?**

Geçen sene katıldığımız fuarlarda katılımcılara yönelik "Turkish Breakfast" dediğimiz özel bir etkinlik koymduk. Katılımcıların Türklerde neyi özdeşleştirdikleri sorusunun yanıtını Akdeniz mutfağı ağırlıklı bir kahvaltı ile karşıladık. Tanıtım filmleri, nitelikli reklâm çalışmaları, ortak kurduğumuz stantlar ile katılımcılarda farklı bir algı yaratmayı başardık. Dikkat çekebilmek için bazı fuarlarda özel gösteriler gerçekleştirdik. İtalya Bologna'daki CERSAİ 2008'de ortak katılma yönelik bir alan vermedikleri için özel gösterimizi Bologna meydanında yaptık. Üç bin kişi izledi "Turkish Ceramics" logolu Shaman Dans Grubu'nun gösterisini. Ticari korkudan dolayı Türk seramikleri için ortak alan vermiyorlar. Firmalarımız bile stant alanı bulmakta zorlanıyor. Her yıl İtalya'da ortak stant alanımızı alana kadar bu gösterilere devam edeceğiz. Tanıtımada tüm faaliyetlerinizin tutarlı olması gerekiyor.



organize workshops twice a year. We invite not only committee participants but all our manufacturer peers to these workshops. Controlling the market, determining wherever life is going towards, we achieve our targets making business plans.

#### **Which trade fairs are important for ceramics manufactures and which ones do you participate in?**

There are very critical trade fairs in our business. CERSAIE in Bologna, Italy, CEVİSAM in Valencia, Spain, COVERINGS in USA, ISH in Frankfurt, Germany are among trade fairs we find important as an industry. There are also trade fairs we participate in and contribute to regionally. MOSBUILD in Moscow, Russia and BIG 5 in Dubai are such fairs. These two trade fairs, too, are recognized among trade fa-

**Shaman Dans Grubu**  
**Shaman Dance Group**



#### **Türk seramiklerini tanıtırken zorlanıyor musunuz?**

Ülkemizin çok önemli bir seramik kültürü bulunuyor. Sektörümüzün kullandığı teknoloji ileri düzeyde. Estetik açıdan da iyi ürünler yaratıyoruz. Türk seramiklerinin büyük bir kısmı bugün Avrupa Birliği ülkelerine ihracat ediliyor. Estetik açıdan kendimize Avrupa'nın zevkini norm alıyoruz.

#### **Ünlü tasarımcıların çizgileri Avrupa pazarında tanıtma katkı sağlıyor mu?**

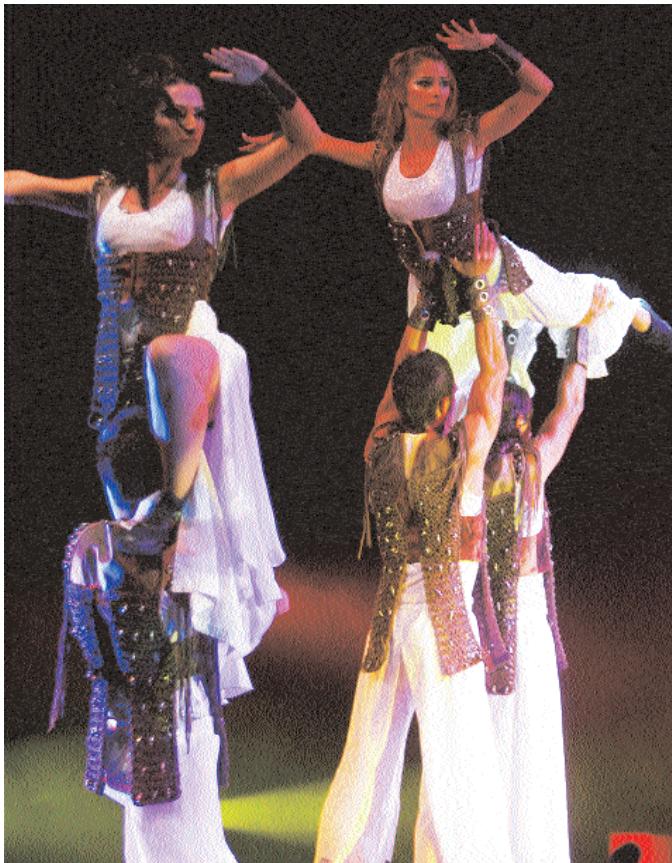
Firma bazında ünlü tasarımcıların yaptığı işler çok işe yarıyor. Ancak bu tek başına yeterli değil. Genel bir algı yaratmak önemli olan. Bu da, nihai tüketici için seramiğin ebatlarından, üretim teknolojisine, ürün kalitesinden sektörün insan kalitesine kadar

irs of top significance in recent times. We participate in all of these every year. We opened to Africa for the first time in 2009. We will participate in the BATIMAD Trade Fair in Algeria.

#### **“Promotion must be consistent”**

**What kind of an activity or performance do you display at trade fairs?**

In the trade fairs we participated in last year, we offered a special event we called Turkish breakfast for participant. We responded to the question of what the participants identified Turkey with a breakfast of predominantly Mediterranean cuisine. We managed to create a different perception in participants by promotional films, high quality advertising work and the stands we set up jointly. We offered



farklı değişkenlerin toplamıyla oluşuyor. Firmalarımız bu toplam sistemi çok iyi çözmüş. Sevkiyat sürelerini de kısaltıp, bu tutarlı çalışmaları devam ettirirsek istedigimiz hedeflere ulaşabiliriz. Ortalama tüketim fiyatları 3,5 dolardan 6-7 dolarlara çıkmış durumda. 2,5 dolarlık bir artış söz konusu. Altı yılda sektör fiyatlarını yüzde 70 oranında artırmış. Bu rakam, tanıtım çabaları sonunda ortaya çıkmış.

#### Rakiplerimiz bu tanıtım çalışmalarını nasıl gerçekleştiriyor?

İtalya ve İspanya bu işi yıllardır yapıyor. Onlar da ülke imajının çok önemli olduğunu bilerek buna oynamış. İtalyan ve İspanyol tarzını algı olarak sunuyorlar. Biz de "Turkish Ceramics" algısını yerleştirmeye çalışıyoruz. Rakiplerimiz tanıtım çalışmalarına çok önce başladıkları, yüksek fonlarla bunu destekledikleri için avantajlı görünüyor. Bizim de bu işlerden korkmadan, daha fazla fon ayırarak ve daha fazla çalışarak ülke imajına oynamamız gerekiyor.

#### "Hedefimiz 1 milyar dolar"

#### Ne kadar bir bütçe ile tanıtım faaliyetlerini gerçekleştiriyorsunuz ve Avrupalı rakiplerimizin bütçesi nedir?

Ortak bir yapı altında yılina göre 2-3 milyon dolar bir fon ayıryoruz. Devletin verdiği destekten de mutlaka maksimum faydalanağaçlıyoruz. Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın (DTM) ve OAİB'nin işin içinde olması avantaj sağlıyor. Avrupalı rakiplerimiz bizim ayırdığımız fonun 5-6 katı ile bu tanıtım faaliyetlerini gerçekleştiriyor. Türkiye'den marka çıkabilmesinin ön koşulu, ülkemizin kendi marka konumlandırmasında bir yererde olmasından geçiyor. Türkiye dendiginde pozitif bir algı oluşmalı. STG, etkinlikleri ile bu al-

special shows at certain trade fairs to draw attention. Since we were not allocated an area for common participation in CERSAIE 2008 in Bologna, Italy, we held our special show on the Bologna Square. Three thousand spectators viewed the show of Shaman Dance Group with the logo "Turkish Ceramics". They do not allocate common space for Turkish ceramics due to fear commercially. Even our firms have a hard time finding stand space. We will continue with these shows until we get a common stand in Italy every year. All your activities must be consistent in promotion.

#### Do you have difficulties when promoting Turkish ceramics?

Our country has a very significant ceramic culture. The technology employed by our industry is at an advanced level. We create good products aesthetically, too. A major portion of Turkish ceramic ware is exported to European countries presently. Aesthetically, we take Europe's taste as our norm.

#### Do the lines of famed designers contribute to the promotion in the European markets?

On firm basis, works by famed designers are very useful. However, this is not enough on its own. What's important is to create a general perception and this is formed with the sum of different variables for the end consumer from the size of ceramics to production technology, from product quality to the human quality of the industry. Our firms have resolved this total system extremely well. If we shorten shipment times and continue with this consistent work, we can reach the targets we have set. Average consumption prices have risen from 3.5 dollars to 6-7 dollars. There is an increase of about 2.5 dollars. The industry has increased its prices by seventy percent in six years. This figure is the result of promotional efforts.





giya katkı sağlıyor. Geçen sene Unicera fuarında 800 katılımcıya 300 Avroluk "welcome paketleri" verdik. Dört gün geçerli olan, değişik yerlerde isme özel kredi kartı gibi kullanabilecekleri paketler. Unicera'yi destekliyor ve önemsiyoruz. Beş altı yıl sonra ülkemizdeki bu fuar, bir CEVISAMA ya da CERSAIE olabilir.

**Seramik sektörü bu yılı 750 milyon dolarlık bir katma değer ile kapatacak. STG olarak siz bu hedefi 1 milyar dolar olarak belirlediniz. İçinde bulunduğu kriz ortamında bu hedefe nasıl ulaşılacak?**

Bu 1 milyar doların aradaki katma değeri geçmesi gerekiyor. Olur mu? Olur bence... Çünkü Türkiye'de kurulu bir kapasite ve sürekli değişen pazar dinamiklerine adapte olacak insan kalitesi var. Önümüzdeki yıl, Türk seramiklerinin mutlaka İspanyollardan Pazar payı çalması gerekiyor. Bütün ülkeler krizden etkilenenecek. Sektör olarak bu şartlarda Avrupa'daki hedefimiz, İspanyolların sattığı pazarlardan fiyatları bir tur daha artırarak pay alabilmek.

**Yaşanan kriz durumu göz önüne alındığında bu hedefe ulaşmak için nasıl bir strateji belirlediniz?**

Sevgili hükümetimiz, doğalgaz zamlarını geri alırsa, bizim bir şey yapmamız gerekmeyecek. O hedef tutacak. Ortalamada olarak, daha büyük ve nitelikli ürünler sattığımız için fiyatlarımız yukarı çıktıği için ister istemez bir milyar dolara ulaşacağız. Kaplamalık malzemede fiyatlarınımız yüzde 10 artırmak seksen milyon dolarlık bir getiri sağlıyor. Önümüzdeki sene çok yaklaşacağız. Miktarlarımıza artmayabilir ama ortalama fiyatlarımız artacağı için hedeflerimiz tutacaktır diye düşünüyorum. Türkiye belki 8-10 yıl önce ucuz bir seramik kaynağıydı, ancak bugün öyle değil. Herkes biliyor ki, Türkiye'den ucuz seramik alamazsınız. ●

**How do our competitors carry out these promotional activities?**

Italy and Spain have been doing this for many years. They have bet on this knowing that the image of the country is very important. They offer Italian and Spanish style as perception. So we try to put in place the "Turkish Ceramics" perception. Since our competitors have started promotional work a long time ago and supported this by large funds; they seem to have the advantage. We, too have to play to the image of the country without fear, by allocating more funds and working harder.

**"Our target is 1 billion dollars"**

**What is the budget you are using for promotion activities and what are the budgets of our European rivals?**

We allocate a fund of 2-3 million dollars depending on the year under a common structure. We also try to utilize at a maximum level from the support provided by the government. It is an advantage that Undersecretariat of Foreign Trade (UFT) and OAIIB are also involved. Our European rivals carry out such promotional activities with funds 5-6 times of our own. The condition precedent for a brand to be formed out of Turkey is that our country is somewhere in terms of the deployment of its own brand. A positive perception must be formed when one says Turkey. STG contributes to this perception by its activities. Last year, we handed out "welcome sets" worth 300 Euro to 800 participants at the UNICERA Trade Fair. Sets valid for four days, which they could use as dedicated credit cards at various places. We support and are committed to UNICERA. In five or six years, this trade fair in our country may become a CEVISAMA or CERSAIE.

**Ceramics industry will close this year with a value added of 750 million Dollars. As STG you have to set this target as 1 billion Dollars. How will this target be met in the crisis environment we are in?**

This one million dollars must surpass the value added in between. Can it happen? I think yes... Because there is an installed capacity and human quality which can adapt to continuously changing market dynamics in Turkey. Next year, Turkish ceramic ware must definitely steal market share from the Spanish. All countries will be affected by the crisis. As our industry, our target in Europe under these conditions is to be able to get a share from the markets the Spanish sell to by increasing prices another round.

**Considering the current crisis, what kind of a strategy did you draw up to achieve this target?**

If our dear government withdraws natural gas increases then we won't have to do anything. That target will be met. Since on the average we sell larger and high quality products, our prices are going up. Even if these levels stay the same, we will reach one billion Dollars regardless since our average prices are going up. Increasing our tile prices by 10 percent, brings a return of eighty million dollars. Next year, we will get very close. Our quantities may not grow but I believe that our targets will be met since our average prices will rise. Maybe 8-10 years ago, Turkey was a cheap source of ceramics, but not today. Everyone knows that you cannot get cheap ceramics from Turkey. ●

VitrA Pazarlama  
Müdüürü

# Berna Erbilek

VitrA Marketing  
Manager

“Tasarımcılarımızın  
hayallerini,  
mühendislerimiz  
gerçekleştiriyor”

“Banyoyu yaşam alanı olarak  
kurgulayacak yenilikler yarattık.  
Banyo kültürünü insanlara  
anlatırken, fonksiyonu, estetiği  
ve mimariyi sunduk. Yatay  
anlamda klozetten küvete kadar  
banyodaki her bir ürünü  
tasarlarken, derinliğine de teknolojiyi  
kullanarak bu alanları geliştirdik. Su  
tasarrufu için az suyla işlem yapan  
klozetler sunduk.”



# “Our engineers make the dreams of our designers come true”

“We created innovations to set up the bathroom as a living space. When explaining the bathroom culture to people, we offered functionality, aesthetics and architecture. When designing each product in the bathroom from the toilet bowl to the bathtub horizontally, we developed these areas using the technology in depth. We presented bowls running on little water for savings.”

Dünyanın kendi alanında en önemli tasarımcılarıyla çalışıyorlar. Yeniliğe, farklılığa ve markalaşmaya inanarak, “banyo kültürü” kavramı ile ıslak mekân tanımını, yaşam alanı konsepti içinde sunan ürünlerle imza atıyorlar. Türkiye'nin 1980'lerde ilk seramik sağlık gereçleri ihracatını yapan, bugün de kendi alanında hizmet ve ürün gamıyla dünya pazarlarında Türk seramik sektörünün gurur kaynağı olan VitrA'nın Pazarlama Müdürü Berna Erbilek ile markanın pazarlama ve ürün stratejisini konuştu.

## 2008, VitrA için nasıl geçti? Genel bir durum değerlendirmesi yapar mısınız?

Bütün dünya için 2008 nasıl geçtiyse VitrA için de öyle oldu. İlk altı ay her şey yolundaydı, ikinci altı ay ise biraz öngördüğümüz ama bu kadar derinden etkileyeyeceği öngörmemiş bir ekonomik krizle karşı karşıya kaldı dünya. Yılın ilk yarısını bizim için gayet pozitif, ikinci yarısını ise sıkıntılı bir dönem olarak değerlendirdiyoruz. Satışlar açısından da durum farklı değil. İlk altı ay olumlu olan satışlar, ikinci yarında etkilendi. Ama yılın tamamını hedeflerimize yakın bir noktada kapatacağız. Esas mesele 2009 ve 2010'a dönük pazarlarda ne gibi gelişmeler olacağdır. Bugünden bunu öngörmek ve reçetesini oraya koymak, hiç kimse için mümkün değil.

## Hedefleriniz neydi, ne kadar yaklaştınız?

Yılın ilk altı ayında gerek yurtçında, gerekse yurtdışında ki hedeflerimizi tutturduk. İkinci dönem ilk çeyrekte İngiltere ve Avrupa pazarlarında etkilenme hissetti. Türkiye'de ise sektör bu durumu son çeyrekte belirgin bir şekilde yaşamaya başladı.

## Hangi pazarlara yoğunlaşıyorsunuz?

Bir kere Orta Avrupa'da, İtalya, Fransa, Almanya, İngiltere ve İrlanda'da kendi ofislerimiz var. Yani bütün Avrupa'da VitrA var. VitrA ve Eczacıbaşı Yapı Ürünleri Grubu sadece satış anlamında değil, organizasyonel anlamda da Avrupa pazarlarında bulunuyor.

## 2010'da nerede olmayı hedefliyorsunuz ve bunlara ne kadar yaklaştınız?

Önümüzdeki üç yıla dönük hedeflerimiz net: VitrA olarak banyo ve seramik alanında stratejik pazarlarımızda ilk üç marka arasında yerimizi almak. Bu stratejimizden geriye dönüş söz konusu değil. Evet, kriz etkiliyor ama bu krize karşı sağlam durmanın iki temel yo-

They are working with the most important designers of the world in their fields. Believing in innovation, being different and brand building, they are authoring products presenting the definition of wet area in the living space concept using the “bathroom culture concept”. We talked about the marketing and product strategy of the brand with Berna Erbilek, Marketing Manager of VitrA which achieved Turkey's first ceramic sanitary ware exports in 1980s, being the source of pride of the Turkish ceramics industry in world markets with its service and product range in its field.

## How was 2008 for VitrA? Could you give us an overview?

2008 was the same for VitrA as for the whole world. During the first six months, everything was fine but in the second six months, the world faced an economic crisis which we envisioned to a certain extent but which was not envisioned to have an impact so deep. We evaluate the first half of the year as quite positive for us and the second half as a problematic period. It is the same thing in terms of sales, too. The sales, which were positive in the first six months, were affected in the second half. However, we will close the entirety of the year at a point close to our targets. The real issue is what kind of developments will take place in 2009 and 2010 in the markets. It is not possible for anybody to foresee this and bring forward a recipe as of today.

## What were your targets; how close did you get?

We met out targets both domestically and also abroad in the first six months of the year. We felt an impact in the UK and European markets in the first quarter of the second half. In Turkey, the industry started to feel this situation concretely in the last quarter.

## What markets are you concentrating on?

First of all, we have our own offices in Central Europe, Italy, France, Germany, UK and Ireland. I mean, VitrA is in all over Europe. VitrA and Eczacıbaşı Building Products Group are in the European markets not just in terms of sales but in the organizational sense as well.

## Where do you aim at being in 2010 and how close are you to these targets?

Our targets for the next three years are clear: As VitrA, to be among the top three brands in our strategic markets in the field of

lu bulunuyor. Birincisi markanız. Bunun için pazarlama yatırımlarını istikrarlı bir biçimde yapacaksınız. Marka yatırınızı yapacaksınız ve nitelikli ürün satışınızı artıracaksınız. Başka türlü, krizlerde ayakta kalmamanız mümkün değil. Bugün nitelikli satışla ayakta durabiliyoruz.

**Bu hedefler ekonomik kriz ve enerji fiyatlarındaki artıştan etkilenmeyecek mi?**

Seramik sektörü yüzde 90 yerli hamadden ile dönen, Türkiye'nin önemli sektörlerinden bir tanesi. Teknolojik anlamda da sektörümüz dünyadaki rakiplerle rekabet edecek bir durumda. Yoğun emek üreten bir sektör olduğu için istihdama da katkısı büyük. Beraberinde başka sektörleri de besliyor. Enerji girdilerini azaltacak önlemlerin alınması, yüzde 90'ın üzerinde enerji bağımlılığı olan seramik sektörü için çok önemli.

**“Dünya pazarımız var”**

**VitrA olarak, rakiplerinizle aynı pazarlarda mücadele ederken nasıl farklılık yaratıyorsunuz?**

Türkiye seramik sektöründe, son derece önemli ve güçlü kaynakları olan bir ülke. Münferit firmaların ötesinde, ülke kendini bir marka olarak konumlandırıyor. İspanya seramiği, İtalya seramiği diye. Bugün Türkiye'den dünyaya banyo ve seramik alanında global bir marka çıkar. Bunu anlatıyoruz biz Avrupa'daki tüketici ve bayilerimize. Elektronik ve otomotiv sektöründe marka çıkartmak zordur ama sekiz bin yıllık bir kültürün beslendiği bu topraklardan seramik markaları çıkar. VitrA olarak iş stratejimizin temelinde de bu var. VitrA 1980'den bu yana, yani otuz yıl yakını bir süredir, “benim dünya pazarım var” diyor. VitrA dünya pazarlarındaki tüketicilerine üretim yapıyor. Ülke ve insan ayırmıyor. Dünya pazarı algısına göre de yapılanıyor. Dış pazarlarda acentalık sistemine değil kendi şirketlerini kurma yoluna gidiyor. Yurtçında nasıl yayındıysa, yurtdışında da kendi şirketleri ile o ülkenin insanı ve kültürüne uygun bir dağıtım ağı yaratıyor.

**VitrA, Avrupa pazarlarında marka olurken nasıl bir pazarlama stratejisi izledi?**

VitrA 1980'lerde Türkiye'nin ilk seramik sağlık gereçleri ihracatını yapan kuruluşudur. Bugün de yüzde 50'den fazlasını VitrA yapıyor. Bu ürünleri Avrupa pazarlarında satmak için daha o yıllarda dünyanın benimsediği standart ve kriterleri uyguladık, onayları aldık. 1990'lara geldiğimizde ürünümüz hazır, fiyatlama politikamız belliymi. 90'larda birlikte ürününü bulunur kılmak için Türkiye'deki dağıtım ağını yurtdışında oluşturmaya başladık. 1990'ların başında kuruldu Almanya ve İngiltere'deki şirketlerimiz. Daha o yillarda VitrA kendi özgün tasarımlarını yapmıştı. Yabancı tasarımcılarla çalışmaya başlamıştı. 2000'li yillarda müşteriye seslenme dönemi başladı. Yoğun yabancı tasarımcıyla işbirliği dönemiymi.

**İlk olarak “banyo kültürü” kavramı o dönemlerde ortaya çıktı galiba...**

Ross Lovegrove ile çalışmaya başlamamız banyo kültürü dediğimiz kavramı geliştirdi. Osmanlı ve Türk mimarisinden esinlenen Ross'un tasarımlarıyla İstanbul Koleksiyonu ortaya çıktı. O yıllar Türkiye'nin de dünyada yükselişte olduğu dönemlerdi. Burhan Öcal,



bathrooms and ceramics. There is no going back from this strategy. Yes, the crisis has an impact but there are two basic ways of to stand tight against this crisis. First one is your brand. For this, you will make your marketing investments consistently. You will make your brand investment and increase your sales of qualified products. Otherwise, you cannot remain alive in crises. Today, we are able to stand up owing to high quality sales.

**Will not these targets be influenced by the economic crisis and the rise in energy prices?**

The ceramics industry is one of the important sectors in Turkey, using 90 percent domestic raw materials. Technologically, our industry is in a state which can compete with its rivals in the world. Its contribution to employment is also great because it is a sector producing intensive labor. Also, it feeds other industries. Adoption of measures to reduce energy inputs is very important for the ceramics industry which is more than 90 percent energy dependant.

**“We have our world market”**

**As VitrA, what kind of a difference do you create when you combat your rivals in the same market?**



özel olarak VitrA müziği yaptı. Her şey düşünülmüştu pazarlama ve iletişim açısından. Marka da kendinden bekleneni yerine getirdi.

### **“Projenin niteliğini biz belirliyoruz”**

#### **Tasarımcılarınızla nasıl bir iletişim dili kuruyorsunuz?**

Tasarımcıyla işbirliğimizde iki temel yolumuz bulunuyor. Birinci si gerçekten markaya yan yana durduğunda kendisinin de bir haber değeri olan, kamuoyu oluşturma yeteneği olan tasarımcılar. Ross Lovegrove, Defne Koz, İnci Mutlu, Aziz Sarıyer böyle tasarımcılar. Bir de belli alanda uzmanlar vardır.

#### **O zaman yapmak istediğiniz ürüne ve ulaşmak istediğiniz farklı hedeflere uygun tasarımcılarla çalışıyorsunuz?**

Banyo dediğiniz alan fonksiyonu ve estetiği önemli ölçüde barındıran bir alan. Tasarımcılarımızı seçerken projelerimizin niteliği önem kazanıyor. Her iki tasarımcı grubu ile çalışırken önemli olan, standartları belirleyen, çıkacak projenin niteliğini belirleyen tabii ki VitrA yönetimidir.

#### **Nasıl gelişiyor bu çalışma süreci?**

Yapacağımız çalışmada, “hangi segmentte, hangi pazarları, han-

Turkey is a country which has extremely important and powerful resources in the ceramics industry. Beyond individual firms, the country positions itself as a brand. Like Spanish ceramics or Italian ceramics. Today, a global brand can emerge out of Turkey before the world in the field of bathroom and ceramics. This is what we explain to our consumers and dealers in Europe. It is hard to produce a brand in the electronics or automotive industries but ceramic brands can emerge out of these soils from which an eight thousand years old culture has been nurtured. This underlies VitrA's business strategy. Since 1980, that is close to thirty years, VitrA says “I have my world market”. VitrA produces for the consumers in world markets. It does not discriminate against countries or people. It is also structured based on the world market perception. It chooses to set up its own companies, not the agency system, in international markets. Just as it becomes widespread in the country; internationally, too, it creates a distribution network fit for the people and culture of that country by its own companies.

#### **What kind of a marketing strategy did VitrA pursue when becoming a brand in European markets?**

VitrA is Turkey's first ceramic sanitary ware exporting firm in Tur-

gi müşteri kitesini hedefleyeceğiz, ürünümüzün ne gibi özellikleri olacak, rakiplerle farklılığı ne olacak" diyerek bir ön çalışma gerçekleştiriyoruz. Ortaya çıkan proje briefine göre de bekłentilerimize yanıt verecek, o konunun uzman tasarımcısını seçerek çalışmaya başlıyoruz. Pazarlama yönetiminin ilk startı verdiği çalışmaya, VitrA'nın gurur duyduğu üretim ekibi de dâhil oluyor. Tasarımcıların kâğıt üzerinde yaratıkları hayalleri, mühendislerimiz gerçekleştiriyor. Çok ciddi teknolojik bilgiye sahip üretim kadrolarımız var. Dolayısıyla biz pazarlama olarak, gerek üretimden, gerek müşteriden ve satıştan gelen bilgilerin birliği bir yer oluyoruz. İki yıllık ürün geliştirme planları var. O planlarda hangi ürünü devreden çıkarıp, hangisini devreye alacağımıza ya da iyileştireceğimize karar veriyoruz.

#### **Hamamdan bano kültürüne geçiş yaşanıyor. Bu geçiş nasıl yakaladınız?**

Biz ilk olarak bano kültürünü kurguladığımızda ve yurtdışında "VitrA bano kültürü ile geliyor" dediğimizde söylediğimiz bir şey var. VitrA olarak geleneksel Türk hamamını bugüne modernize etmek diye bir kaygımız hiç olmadı. Biz başka bir inceliği yansitmaya çalıştık. Türk hamamı gerçekten ciddi bir ritüeller dizisi. 15 ve 16'ncı yüzyılda temizlenme mekâni olan hamam, bir yaşam alanı olarak kurgulanmıştı. Orada yemek yeniyor, eğleniliyor ve sosyalleşiyorlardı. Türk hamamının, bu sosyal yaşam alanı kurgusunu keşfettik. Ayrıca Türk hamamının çok önemli bir mimari yapısında var. Kendi içinde alışkanlıklarından gelen bir yaşam alanı var. Biz 21. yüzyılda bir bano üreticisiyiz, o zaman bu dönemde banyoyu bir yaşam alanı gibi kurgulamalıyız dedik.

#### **Nasıl bir kurgulama yoluna gittiniz?**

Banyoyu yaşam alanı olarak kurgulayacak yenilikler yarattık. Banyoda duş alıyoruz, müzik dinlemek istiyoruz, kitap ya da gazete okuyoruz. "Bütün bunları banyoya ekleyebilir miyiz" dedik. O dönemde bano kültürü dediğimizde bu yaşam alanından bahsediyorduk. Buzdolabını bano mobilyasının içine entegre ettik. "Kozmetik

key in 1980s. Presently, VitrA accounts for more than 50 % of these exports. To sell these products in European markets, we apply the standards and criteria and receive the approvals adopted by the world even then. When 1990s arrived, our product was ready, our pricing policy was set. We started to create the distribution network in Turkey also internationally in 1990s to make the products available. The companies in Germany and UK were established in early 1990s. Already in those years, VitrA had made its original designs, starting to work with foreign designers. In 2000s, the age of addressing the customer started. It was a period of collaboration with foreign designers intensively.

#### **I guess the concept of "bathroom culture" emerged for the first time at that period...**

Our starting to work with Ross Lovegrove developed the concept we call the bathroom culture. The Istanbul Collection emerged with the designs of Ross who is inspired by the Ottoman and Turkish architects. Those years were times when Turkey was rising in the world. Burhan Öcal composed special VitrA music. Everything was planned in terms of marketing and communications. And the brand fulfilled what was expected of it.

#### **"We define the nature of the project"**

#### **What kind of a language of communication do you establish with your designers?**

We have two basic paths in our collaboration with the designer. The first one is those designers who are news themselves when sitting beside the brand, which can create public opinion. Ross Lovegrove, Defne Koz, Inci Mutlu and Aziz Sarıyer are such designers. Then there are specialists in certain fields.

#### **Then you work with designers befitting of the product you want to make and different targets you want to reach...**

The space you call the bathroom is an area which accommodates functionality and aesthetics to a significant extent. The nature of our projects is important when selecting our designers. What's important when working with either designer category is, of course, VitrA management which sets the standards, defining the nature of the project to be produced.

#### **How does this work process develop?**

We carry out a preliminary study saying "What markets, which customer population, in which segment will we aim at; what kinds of characteristics will our product have; what will its differences with rivals be?" And according to the emerging project brief, we start working selecting the specialist designer for that subject, who can respond to our expectations. The production team VitrA is proud of is then introduced to the work for which the marketing management gives the go ahead. Our engineers make the dreams created by designers on paper come true. We have production teams with very serious technological knowledge. Therefore, as marketing, we are some place where information coming from production, the customer and sales are accumulated. We have two-year product



Ross Lovegrove



ürünlerinizi mutfakta değil banyoda saklayın” dedik. Küvetlere müzik dinleme unsurlarını ekledik. Klozetin yanına bir banyo modülü koyarak, “insanlar kitap, dergi ya da gazetelerini koysunlar” istedik. 2000’li yıllarda banyo kültürünü insanlara anlatırken, fonksiyonu, estetiği ve mimariyi sunduk. Yatay anlamda klozetten küvete banyoda ki her bir ürünü tasarlarken, derinliğine de teknolojiyi kullanarak bu alanları geliştirdik. Su tasarrufu için az suyla işlem 2,5 - 4 litrelik klozetleri sunduk. O dönem bütün klozetler altı litre ile işlem yapıyordu. Kolay temizlemeyi sağlayan, bakteriden arındırın ilk yüzey teknolojilerini getirdik.

#### **Çevreye duyarlı tasarım çalışmalarınız nasıl başladı? Hangi projeler üzerinde çalışıyordunuz**

Ross Lovegrove ile yaptığımız çevre ve enerji konulu bir çalışma olan MOD olaya bakış açımızı çok güzel yansıtıyor. MOD gerçekten tasarruf bilinciyle tasarlandı. Üretiminde kullanılan hammadde, ambalajına ve su harcamasına kadar tasarruf sistemiyle geliştirildi. 2,5 ve 4 litreyle işlem yapan dünyada LGA onayı alan ilk klozeti ürettik. Bir litreyle işlem yapan pisuarı devreye alıyoruz. Susuz pisuar çalışmamız devam ediyor. Mart ayındaki Frankfurt Fuarı'nda tanıtımını yapacağız. Önümüzdeki dönemde eğilim, kişisel hijyen ve sağlıktan ödün vermeden, banyolarda suyu daha az kullanmaktır, suyun sirkülasyonunu sağlayarak aynı suyu arındırarak sistemde kullanılacak teknolojileri geliştirmek zorundayız. ●

development plans. In those plans, we decide what product will be eliminated, which one will be activated or improved.

#### **There is a transition from the bathroom to the bathroom culture. How did you capture this transition?**

When we first designed the bathroom culture and we said; “VitrA is coming together with the bathroom culture” abroad, there is something we are saying. We never worried about Modernizing the traditional Turkish bath into today as VitrA. We tried to reflect some other settlements. The Turkish bath actually is a serious series of rituals. The bath, which was a place for cleaning in the 15th and 16th centuries, was set up as a living area. People ate and socialized there. We discovered this social living space set up of the Turkish bath. Also, the Turkish bath has a very important architectural aspect. There is a living area within itself based on habits. We said we are a bathroom producer in the 21st Century; then we have to set up the bathroom as a living space.

#### **What kind of a design system did you pursue?**

We created innovations to set up the bathroom as a living space. We take showers in the bathroom, we want to listen to music, we read books or newspapers. We said “Can we add all these to the bathroom?” At the time we were talking about this living space when one said the bathroom culture. We integrated the fridge into bathroom furniture. We said, “Keep your cosmetic products not in the kitchen but in the bathroom. We added music listening elements to bathtubs. Placing a bathroom module beside the toilet bowl, we wanted people to put their books, magazines or newspapers in it. When we were explaining the bathroom culture to people in 2000s, we presented functionality, aesthetics and architecture. When designing each product in the bathroom from the toilet bowl to the bathtub horizontally, we developed these areas using technology in depth. We offered the 2.5-4-liter toilet bowls running on little water for savings. At the time, all bowls were running on six liters. We introduced the first surface technologies allowing for easy cleaning, eliminating bacteria.

#### **How did your environmentally sensitive design work start? What projects were you working on?**

MOD, which is an environment and energy themed project we undertook with Ross Lovegrove, reflects our perspective very well. MOD was designed truly with saving awareness. It was developed by a saving system from the raw material used in production to its packaging and water consumption. We created the first toilet bowl using 2.5 and 4 liters certified by LGA in the world for the first time. We are launching a urinal using one liter. Our studies on water free urinals are on their way. We will introduce them at the Frankfurt Fair in March. In the upcoming days, the basic trend will be to use less water in bathrooms without compromising personal hygiene and health. We have to develop technologies which will use the same water in the system after treatment, allowing the water to circulate. ●



RocaKale  
Genel Müdürü

## Ahmet Aksu

RocaKale  
General Manager

“YASAMA AİT  
TASARIMLAR  
ÜRETİYORUZ”

“Yaptığımız tasarımların fonksiyonel, estetik, kolay uygulanabilir ve kolay ulaşılabilir olması için gayret ediyoruz. Biz yaşama ait tasarımlar üretiyoruz ve tüketimizin satın almış olduğu ürünü banyosunda her gördüğünde mutlu olsun istiyoruz.”

“WE  
PRODUCE  
DESIGN  
FOR LIFE”

“We endeavor to ensure that our designs are functional, aesthetical, easy to apply and easy to access. We produce designs for life and we want our consumer to be pleased every time he or she sees the purchased product in the bathroom.”



**T**ürkiye vitrifiye sektörünün en önemli markalarından biri RocaKale. Kendi sektörlerinde iki büyük gücün oluşturduğu sinerji ile sekiz yılda on kat büyüyen, tasarımlarındaki özgünlük, estetik ve kalite ile yaşam alanlarını renklendiren RocaKale, 2010'da kendi sektöründe liderlik hedefiyle yeni stratejiler geliştiriyor. Krize rağmen, hedefine konsantr olmuş RocaKale'nin Genel Müdürü Ahmet Aksu da, yol haritalarını, tasarım felsefelerini ve vitrifiye sektöründe markanın konumlandığı yeri Seramik Türkiye Dergisi ile paylaşıyor.

#### Dünyanın sektöründe en iyi iki markası olan Roca ve Kale Topluluğu'nun birleşme öyküsü ile RocaKale markasının ortaya çıkma süreci nasıl gerçekleşti?

Kale Topluluğu seramik alanında yoğun bir bilgi birikimine sahip, Türkiye'de lider, dünya pazarında onde olan ve saygı duyulan bir şirketler topluluğudur. Roca ise yaklaşık kırk milyon adet üretim büyüklüğü ile uluslararası bir marka ve vitrifiye alanında dünya lideridir. Birlikte olmanın Roca'ya faydalari arasında en önemlisi, Kale Topluluğu'nun çok geniş bir dağıtım ve satış kanalına sahip olmasıdır. Hem iç pazarda ve hem ihracatta bu kanaldan istifade ediyoruz. Diğer ise tasarım anlayışıdır. Bugün RocaKale olarak pazara sunduğumuz ürünlerin neredeyse tamamı özgün olarak bizim tasarımlarımızdır. Kale Grubu, 1995 yılında vitrifiye sektörüne yatırım yapmaya başladı. Roca ile ortaklık ise 1999'da gerçekleşti. RocaKale 1999 yılından bu yana sekiz yılda on kat büydü. Vitrifiyede üretim kapasitesini üç kat büyütü, 2003 yılında amatör pazarına girdi, 500 bin adetlik armatür montaj hattı ile Türkiye pazarında önemli bir yere geldi. 2007 yılında başladığı akrilik üretiminde ise yıllık 100 bin adetlik üretim kapasitesi ile pazarda varlığını hızla büyütüyor.

#### RocaKale olarak üretim kapasiteniz nedir?

Vitrifiye için 1,6 milyon adetlik üretim kapasitemiz bulunmaktadır. Üretim kapasitesini 2,2 milyon adede çıkartmak için gerekli yatırımları planladık. Yılda 500 bin adet armatürü üretebilecek bir montaj üretim hattımız var. Akrilik üretimine ise yıllık 100 bin adet kapasite ile geçen yıl başladık.

#### RocaKale olarak 2008 yılı nasıl geçti?

Bu yılın ilk üç çeyreğinde önemli bir olumsuzluk ile karşılaşmadık. Krizin etkisi ile son çeyrekte daralma yaşayacağımızı öngörüyoruz ve önlemlerimizi alıyoruz. Satışlarımızın yüzde 35'ini ihracat satışlarıımız oluşturmaktadır. İhracat pazarlarımızda Kalevit markasını kullanıyoruz. İngiltere ve Ukrayna başta olmak üzere satışlarımızda önemli gelişme sağladık. İhracatta hacimsel bir büyümeye yapmadık. Stratejik pazarlarımızda sistematik bir büyümemiz var ve markamızı geliştirmiyoruz. Dolayısıyla sektörde ihracat yapan firmalar ile kıyalandığında, çok iyi birim fiyatlarımız olduğunu görüyoruz. Küresel krizin etkisi sektörde kendini hissettirmeye başladı. Performansımıza bakıldığından bu yılın ilk üç çeyreği için olumsuz bir gelişme söz konusu olmamakla birlikte son çeyrekte birtakım önlemler almamız gerekmektedir.



#### Ahmet Aksu kimdir?

RocaKale Genel Müdürü Ahmet Aksu 1969 yılında doğdu. İstanbul Atatürk Fen Lisesi ve ODTÜ Elektrik ve Elektronik Mühendisliği Bölümü'nden mezun olan Aksu, aynı üniversitede yüksek lisans ve asistanlık yaptı. Güç elektroniği alanında ABD'de doktora yapmaktan son anda vazgeçen ve akademik kariyerine nokta koyan Aksu, özel sektörde çalışmaya başladı. 1995'te Eczacıbaşı VitrA'da çalışmaya başladı ve farklı bölgelerde görev aldı. Bozüyükköy ve Kartal fabrikalarında üretim ve ürün geliştirme yöneticilikleri ile kalite ve satış müdürlükleri görevlerinde bulundu. Aksu, 2004-2005 yıllarında Boğaziçi Üniversitesi İşletme Bölümü'nde Executive MBA programını tamamladı. Aksu, VitrA'dan 2006'da ayrılarak Eurodecor'da çalışmaya başladı. Mutfak sektöründe Eurodecor markasının yaratılması ve pazarda tercih edilen bir marka olmasında kilit bir rol üstlendi ve aynı firmanın Dubai'de yapılanmasını sağladı. Aksu, 1 Mayıs 2008 tarihinden itibaren RocaKale Genel Müdürü olarak çalışmaktadır.

RocaKale is one of the most important brands of the Turkish vitreous ware industry. Growing tenfold in eight years thanks to the synergy formed by two major powers in their own industries, adding color to living spaces with the originality, aesthetics and quality in its designs, RocaKale is developing new strategies in 2010 with the target of leadership in its own industry. The General Manager of RocaKale, which is focused on its objective despite the crisis, Ahmet Aksu shares his roadmaps, design philosophy and the location of the brand in the vitreous ware industry, with Seramik Türkiye Magazine.



## Who is Ahmet Aksu?

RocaKale General Manager Ahmet Aksu was born in 1969. Aksu, graduate of Istanbul Ataturk Science High School and METU Electrical and Electronic Engineering Department, got his Master's Degree and worked as a teaching assistant at the same University. Aksu, who gave up at the last minute going to USA for his Ph.D. in the field of power electronics, ending his academic career, started to work in the private industry. He started at Eczacibas VitrA in 1995, serving in different departments. He served as production and product development manager and sales manager in Bozuyuk and Kartal plants. Aksu completed the executive MBA program at Boğaziçi University Department of Business Administration in 2004-2005. Leaving VitrA in 2006, Aksu started to work at Eurodecor. He played a key role in the creation of the Eurodecor brand in the kitchen sector and its becoming a brand favored in the market, overseeing the firm's build up in Dubai. Aksu has been serving as RocaKale General Manager since May 1, 2008.

## "2010 liderlik hedefimizi koruyoruz"

### Nasıl bir kriz yönetim stratejisi uygulayacaksınız?

Yönetim felsefemiz iki temel alanda odaklanmanın önemini çok iyi kavramıştır. Birincisi, çalışanlarımızın yeteneklerini geliştirmek ve özellikle kriz dönemlerini birlikte anlayarak birlikte aşmaya çalışmak, en önemli özelliğimizdir. Tedarikten, satış sonrası hizmetlere kadar bulunan süreçlerimiz birbirisine çok yakın konumda çalışıyor, dolayısı ile hızlı kararlar alıyoruz. Bu dönemde sektör ile mukayese edildi-

### How did the story of merging between Roca and Kale Group, the top two brands in their industries in the world and the creation of RocaKale brand take place?

Kale Group is a group of companies with a high store of knowledge in the field of ceramics, a leader in Turkey, spearheading and respected in the world markets. Roca, on the other hand, is an international brand with a production size of approximately forty million pieces and a world leader in the field of vitreous ware. The most important benefit of this union to Roca is the Kale Group's very wide distribution and sales channel. We are exploiting this channel both in the domestic market and also in exports. Another one is the design concept. Today, almost the entirety of products we launch as RocaKale are our original design. Kale Group started investing in the vitreous ware industry in 1995. The partnership with Roca happened in 1999. Since 1999, RocaKale grew tenfold in eight years. It enlarged its vitreous ware production capacity threefold, entering the tap market in 2003; it gained an important place in the Turkish market with a tap assembly line of 500,000 pieces. It is enlarging its existence at the market with a production capacity of 100,000 pieces a year in acrylic production which it started in 2007.

### What is your production capacity as RocaKale?

We have a production capacity of 1.6 million units as vitreous ware. We scheduled the necessary investments for increasing the production capacity to 2.2 million pieces. We have an assembly production line which can produce 500,000 taps a year. We started acrylic production on the other hand last year with a production capacity of 100,000 pieces a year.

### How was year 2008 for RocaKale?

We didn't face any significant adversity in the first three quarters of this year. We envision that we will go through a contraction in the last quarter through the impact of the crisis and we're taking our measures. Export sales comprise 35 % of our sales. We use the brand Kalevit in our export markets. We achieved a significant progress in our sales lead by UK and Ukraine. We didn't have growth volume-wise in exports. We have a systematic growth in our strategic markets and we are developing our brand. Therefore, compared to the exporters in the industry, we have very good unit prices. The impact of the global crisis started to be felt in the industry. Glancing at our performance, we can see that although there is no adverse development for the first three quarters of this year, we have to take certain measures in the last quarter.

### "We protect our target of leadership for 2010"

### What kind of crisis management strategy will you implement?

Our management philosophy has grasped too well the importance of focusing on two basic fields. The first one is our most important characteristic, which is to develop the skills of our employees and especially understanding the crisis periods together, trying

ğinde çok az ve oldukça sınırlı bir işten çıkışma yaşayacağız. İkincisi, müşterilerimize ve tedarikçilere çok iyi konsantre olmuş durumdayız, beklenen ve taleplerini krizin etkisi dahilinde hızlı ve açık bir şekilde yanıtlıyoruz, satış kanallarını geliştirmeye ve pazarda yayılımımızı artırmaya devam ediyoruz. Kriz dönemini çalışanlarımız ve müşterilerimiz ile birlikte aşacağız.

#### Kriz büyümeye hedeflerinizde bir değişiklik açtı mı?

Kuşkusuz yol açmaktadır. 2009 yılı için belirlediğimiz hedefler gözden geçirdik. Kriz öncesi belirlemiş olduğumuz büyümeye hedeflerinde revizyonlar yaptık. 2009 yılının ilk altı ayını yaşamak gerekiyor. İnşaat sektöründe yaşanan durgunluk sektörümüzü elbette olumsuz etkiliyor. Ayrıca yapılan doğalgaz ve elektrik zamları da sektör üzerinde olumsuz bir etki yarattı. Avrupa ile mukayese edildiğinde enerji maliyetlerimiz yüksektir. Firmalar katma değeri yüksek ürünlere yönelmezlerse sadece maliyet tabanlı düşünlürlerse zorda kalacaklardır. Ürünlerimize ve servislerimize bilgi katmak durumundayız. Ancak şartlar nasıl gelişirse gelişsin, 2010 yılı için belirlemiş olduğumuz vitrifiye sektörü liderliği vizyonumuzu koruyoruz.



to overcome them jointly. Our processes from procurement to after-sale services operate very closely and hence we take swift decisions. Compared to the industry, we will experience very little and rather limited layouts during this period. Secondly, we are very well concentrated towards our customers and suppliers. We answer their expectations and demands rapidly and openly under the impact of the crisis continuing to develop sales channels and increase our share in the market. We will overcome the crisis period together with our employees and customers.

#### Did the crisis lead to any change in your growth targets?

Undoubtedly it does. We reviewed the targets we set for 2009. We revised the growth targets we had set prior to the crisis. We just have to live through the first six months of 2009. The stagnation in the construction industry indeed affects our sector adversely. Also, the natural gas and electricity price increases created an adverse impact on the industry. Compared to Europe, our energy cost is high. Unless firms move towards products with high added value, thinking cost based only, they will have difficulty. We have to add knowledge to our products and services. However, regardless of what the conditions may be, we maintain our vision of leadership in the vitreous ware industry we had set for year 2010.

#### What kind of a strategy are you developing for this target?

We concentrated in R&D activities in four fields. We are developing our production technologies. Because if we are to offer our designs to the consumer at reasonable prices and service them healthily, we have to set forth a successful process in these areas. We are working on materials a lot. We are endeavoring to offer materials in different colors and textures to the consumer. We are emphasizing product development activities; we wish to launch different designs. And lastly, we are trying to spread and diversify in the market and distribution channels.

#### “Dreams and targets must merge”

**There is a widespread consumer belief that the trends in the industry are always set abroad. Couldn't we reach the position of setting trends with all these technological infrastructure and design work?**

Actually, our firms in the industry took very important steps in the field of design. Many brands are working with significant designers. For example, the German Design Group is one of the series we rely upon. We work with our Turkish designer Can Yalman, believing that the Basics line we have developed together is a different design approach and will be preferred by consumers.

#### What are the elements you considered in your designs? In what kind of an interaction do you work with your designers?

First of all, as an undertaking, we have dreams. We share everything which excite us and inspire us with our designers. Our designers, on the other hand, work freely, creating synergy for the long-term journey of our company with their own original concepts. I see that we

### Bu hedef için nasıl bir strateji geliştiriyeceksiniz?

Dört alanda arge çalışmalarına konsantr oluyoruz. Üretim tekniklerimizi geliştirmeye odaklanıyoruz. Çünkü biz makul fiyatlarla tasarımlarımızı tüketiciye sunacaksak ve bunları da sağlıklı bir şekilde servis edeceksek buralarda başarılı bir süreç ortaya koymamız gerekiyor. Malzeme üzerine çok çalışıyoruz. Farklı renk ve dokularda malzemeleri tüketiciye verebilmenin uğraşı içindeyiz. Ürün geliştirme çalışmalarına ağırlık veriyoruz, farklı tasarımları pazara sunmak istiyoruz. Son olarak ise pazarda ve dağıtım kanalında yaygınlaşmaya ve farklılaşmaya çalışıyoruz.

### "Hayaller ve hedefler kaynaştırılmalı"

**Sektörde trendlerin hep yurtdışında belirlendiği yönünde yaygın bir tüketici inancı vardır. Bütün bu teknolojik altyapı ve tasarım çalışmalarıyla trend belirleyeceğ konuma gelemedik mi?**

Aslında sektörde firmalarımız tasarım konusunda çok önemli adımlar attı. Birçok marka önemli tasarımcılar ile çalışıyor. Örneğin, Alman Tasarım Grubu ile çalıştığımız Babel serisi, güvendiğimiz serilerden birisidir. Türk tasarımcımız Can Yalman ile çalışıyoruz ve birlikte geliştirmiş olduğumuz Basics serisinin farklı bir tasarım yaklaşımı olduğuna ve tercih edileceğine inanıyoruz.

### Tasarımlarınızda dikkat ettiğiniz unsurlar nelerdir? Tasarımcılarınızla nasıl bir etkileşim içinde çalışırsınız?

Öncelikle kuruluş olarak bizim hayallerimiz var. Bizi heyecanlandıran ve bize ilham veren her şeyi tasarımcılarımız ile paylaşırız. Tasarımcılarımız ise özgür bir şekilde çalışmalarını yapar, kendi özgün anlayışları ile kuruluşumuzun uzun dönemli yolculuğuna sinerji yaratırlar. Kuruluşumuzun farklılıklarından ve tasarımcılarımızın özgünlüğünden markamızın gelişiminde çok iyi istifade ettiğimizi görüyorum. Yaptığımız tasarımların fonksiyonel, estetik, hem kolay uygulanabilir ve hem kolay ulaşılabilir olması için gayret ediyoruz. Biz yaşama ait tasarımlar üretiyoruz ve tüketicimizin satın almış olduğu ürünü banyosunda her gördüğünde mutlu olsun istiyoruz. Tasarımlarımızın fonksiyonel olmasına ve kolay monte edilebilmesine önem veriyoruz. Ürünlerimizin sık ve estetik olması ise önem verdigimiz diğer unsurlar. Tüketicilerin ürünlerimizi aldıında mutlu olması ve banyosuna girdiğinde, "iyi ki bu ürünü aldım" demesi önemlidir.

### Tasarım ve marka bazen birbirile yarışıyor. Özellikle tasarımcıların, tasarladıkları ürüne kattıkları alt metinler ya da imaj diylem bazen markanın önüne geçebiliyor...

Kuruluşun ne yapmak istediği önemli bu durumda. Yönettiği marka ile neyi başarmak istiyor. RocaKale markası ile iç pazarda ve Kalevit markası ile ihracatta büyümemizi sağlıyoruz. Bunu ise genç, yaratıcı, fonksiyonel, sık ve makul fiyatlandırılmış ürünlerle başardık. Dolayısıyla markanız ile yol haritanızı belirlediğinizde ve bunu tasarımcılarınız ile paylaştığınızda, tasarımcılarınız bu felsefeye katkı sağlayacaktır. Tasarımcıların hayalleri ile markanın hedeflerini kaynaştırmak gerekiyor. Tasarımcılarımız özgürdür ve zaten özgür değilse tasarımcılarla çalışmanızdan fayda sağlayamazsınız, ancak markamızın daha önemli olduğunu ise kesinlikle unutmayız. ●



exploit the differences of our company and the originality of our designers in development of our brand very well. We endeavor to ensure that our designs are functional, aesthetical, easy to apply and easy to access. We produce designs for life and we want our consumer to be pleased every time he or she sees the purchased product in the bathroom. We are committed to our designs being functional and easy to mount. Other elements we emphasize are that our products should be elegant and aesthetical. It is important that consumers are pleased when they purchase our products and say "Good thing I bought this product" when they enter their bathrooms.

**Sometimes design and brand compete with each other. The sub-texts or let's say the image especially designers add to the product they design, sometimes may take over the brand...**

In such a case, what's important is what the company wants to do. What does it want to achieve with the brand it manages. We ensure that we grow in the domestic market with RocaKale and in exports with Kalevit. We achieve this with young, creative, functional, elegant and reasonably priced products. Therefore, when you set your roadmap with your brand and share it with your designers, they will contribute to this philosophy. You have to merge the dreams of designers with the targets of the brand. Our designers are free and in fact, if they are not, you cannot benefit from your work with designers but we never forget that our brand is more important. ●

# Anadolu kültürü kokan bir buluşma



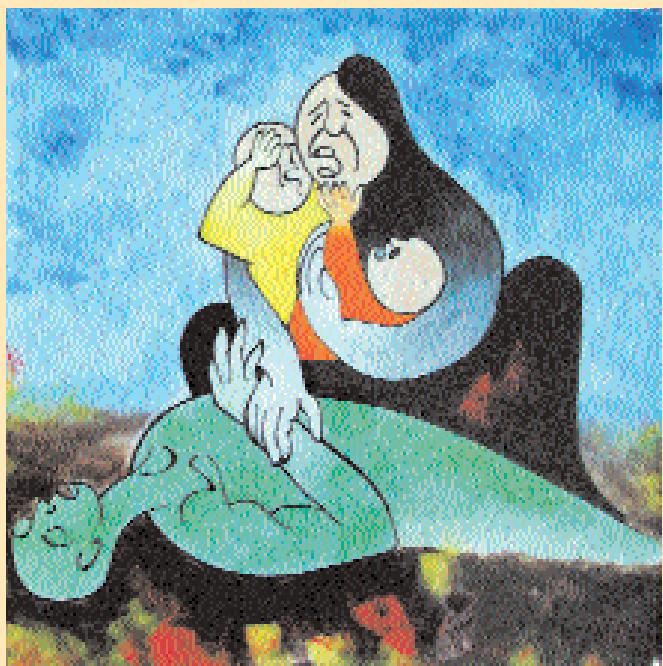
Hep Anadolu insanını anlattı ressam İbrahim Balaban. Onun resimleri hep Anadolu kokuyordu. Üç arkadaş kurdukları atölye ile Balaban'ın resimlerini İznik Mavi Çinisi ile buluşturdu.

"Konu bir özdür, her öz kendi kabuğunu, yani sanatsal biçimini oluşturur" kuramını ortaya koymaktan sonra yaptıklarını sanat olarak değerlendirmiştir "Anadolu insanların yaşamından ve halk efsanelerinden yola çıkarak toplumsal gerçekçi yapıtlar üreten" ressam İbrahim Balaban. Sanat hayatını Dağınık, Nakışçı, Ağır Aksak, Oyuncaklı, Tutsak, Özgürlik gibi dönemlere göre ayıran İbrahim Balaban'ın resimleri Anadolu kokusunu taşırlar. Önceleri köy yaşamının yoksulluğunu, köylü üretim araçlarını resmeder Balaban.

Resimleri giderek destanlara, halk inançlarına, kahramanlarına, söylencelere, mitolojiye uzanır. Giderek kente göçü, kentteki yaşam ve demokrasi mücadeleşini ele alır. Son dönemde Anadolu Erenleri ve Bereket Anaları'nı resimler. İşte İbrahim Balaban resimleri bugünden İznik çinilerinde yaşatılıyor. 2002'de mesleğinde yetkin üç arkadaşın bir araya gelmesiyle kurulan atölye, geleneksel yöntemlerle ürettiği İznik çinilerine Balaban'ın Anadolu konu resimlerini işliyor.

Atölye'nin kurucularından Mahmut Çalışkan'ın 2006'da İbrahim Balaban'la tanışıp, onun denetiminde çalışmaya başlamasıyla şekillenir yeni çalışmanın özü. Hedef, mimari projelerin dekorunda kullanılan İznik çinilerini farklı bir boyuta taşıyarak, kalıcı olmak ve Balaban resimlerini İznik çinisinde buluşturup, tarihe bir dip not düşmek.

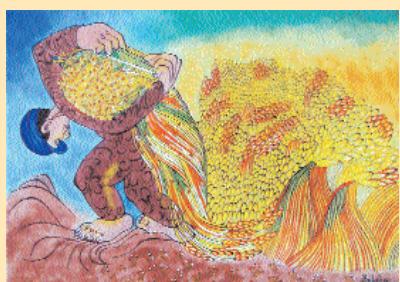
Ve bu dip notu sanatseverlerle paylaşmak. Atölye kurucuları bugünden oldukça mutlu. Çünkü 1,5 yıl süren çalışma sonunda 27 adet Balaban resminden oluşan özel koleksiyonu sanatseverlerle 2008'de buluşturdular. Her resimden 15 adet üretilen özel koleksiyon önce şubat ayında İstanbul'da, sonra da haziran ayında Bursa'da sergilendi. Serginin yeni hedefi ise 2009'da Türkiye'nin değişik illerinde Balaban resimleri ile İznik Mavi Çinisi buluşmasını daha geniş sanatseverlere ulaştırmak.



# A meeting smelling of Anatolian culture

Painter Ibrahim Balaban has always talked about the Anatolian man. His pictures always smelled of Anatolia. Three friends brought Balaban's pictures together with Iznik's Blue Tile with the workshop they set up.

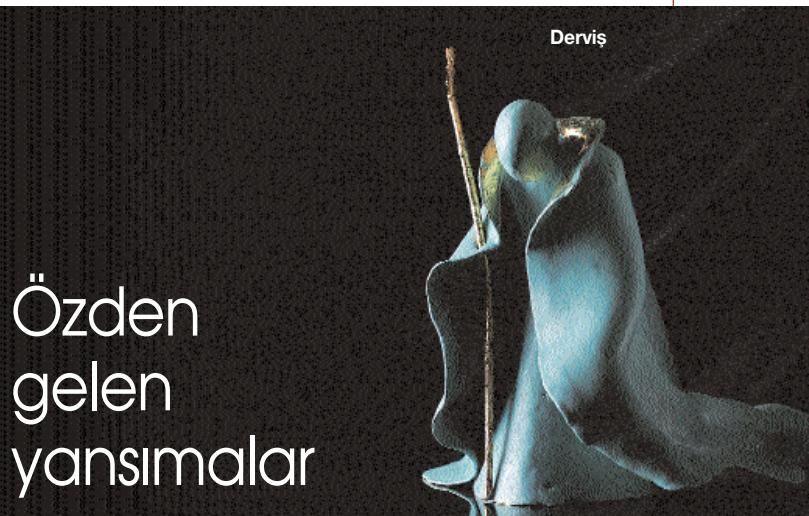
Ibrahim Balaban; "the painter producing socially realistic works starting from the life of the Anatolian man and folk legends" had called what he did as art after setting forth the theory "The theme is an essence, each essence forms its own shell, that is, its artistic form". The paintings of Ibrahim Balaban, who divided his art life into periods like Scattered, Nakış-like, Ağır Aksak, Toy-like, Slave and Freedom, smell of Anatolia. In early times, Balaban drew the poverty of village life, the villager's tools of production.



In time, his paintings extended to legends, folk beliefs, heroes, sayings and mythology. In time, they addressed migration to the city, the life and democracy struggle in the city. In the most recent period, he painted Anatolian Wise Men and Mothers of Fertility. Yes, Ibrahim Balaban's paintings are kept

alive in Iznik china these days. The workshop set up by coming together in 2002 of three friends competent in their professions, applies Balaban's paintings smelling of Anatolia on Iznik china produced by traditional techniques.

The spirit of the new endeavor was formed when one of the workshop founders, Mahmut Çalışkan, met Ibrahim Balaban in 2006, starting to work under his supervision. The aim is carrying the Iznik tiles used in the decors of architectural projects to a different dimension, gaining permanence and bringing Balaban's paintings together with Iznik china, placing a footnote to history and sharing this footnote with art lovers. The founders of the workshop are quite happy these days because as a result of the effort lasting one and a half years, they presented the special collection comprising 27 Balaban paintings to art fans in 2008. The special collection, of which each painting was produced in 15 copies, was exhibited first in Istanbul in February, then in Bursa in June. The new objective of the exhibition is to take the meeting of Balaban's paintings and Iznik Blue Tile to a wider segment of art lovers in different provinces of Turkey in 2009.



Özden  
gelen  
yansımalar



Mevlevi

## Reflections from Self

The high fired glazed sculptures and panels by ceramic fine artist Tuba Önder Demircioğlu were presented to viewers November 1-9, 2008 at TÜYAP 18th Istanbul Art Fair in Yurt ve Dünya Art Gallery. The artist participated in the fair with 2 works from her Istanbul Collection she produced only as 50 pieces; her sculpture series "Reflections from Self" and murals from "Dancer". Demircioğlu, shaping her works which drew great interest by freestyle technique, firing them at high temperature initially, shaped her glazed works at 1200 degrees and the gilding, at 800 degrees.



Tuba Önder Demircioğlu



## Fütüristler Zirvesi'ne özel seramik sergisi

Seramik sanatçısı Ali Konbal, Fütüristler Zirvesi 2008'e özel bir seramik sergisi ile katıldı. "Future Eğretelemesi" ve "Gönderi" isimli eserleri fütüristler tarafından beğenileye karşılandı.

Fütüristler Zirvesi 2008, sanatseverleri de buluşturdu. İstanbul Lütfi Kırdar Uluslararası Kongre ve Sergi Sarayı'nda 21 Kasım 2008'de gerçekleştirilen zirveye seramik sanatçısı Ali Konbal'da, "Future Eğretelemesi" ve "Gönderi" isimli iki eseriyle katıldı. Konbal'ın zirve için özel olarak tasarladığı "Future Eğretelemesi", yeni şehircilik anlayışını sorgularken, "Gönderi" insanlardaki tek tipleşmeyi ele alıyor. "Future Eğrete-

lemesi" adlı eserinde geleceği bugünden yaptığımız düşüncesiyle hareket ettiğini belirten Ali Konbal, yeni şehircilik anlayışının öncekilerden farklı olmadığını ve dikeyde yoğunlaşma getirdiğini söyledi.

"Gönderi" adlı eserinde ise tek tipleşme üzerinden gelecek insanların yaratılmasına kuşkulu bir bakışla yaklaşlığını aktaran Konbal, "Tek tipleşme, insanı kendi ekseniinden, yaratıcı kimliğinden uzaklaştırır. Bu durum insanın özgün kimliğine açık saldırıdır ve sonunda bir parçalanma yaratır. Bu parçalanma özgün, yaratıcı, uzun vadede insanı değerler üreten bir toplum yaratma şansını ortadan kaldırır. Tek tipleştirilmiş birey, parçalanmış kimliğiyle yozlaşmanın da merkezine yerleşir. Ben de 'Gönderi' adlı eserimde gelecekte insanların tek tipleşmeden kurtulması gerektiğini anlatmaya çalıştım" diyor.

## Special ceramic show for the Futurists summit

Ceramic fine artist Ali Konbal participated in the Futurists Summit in 2008 with a special ceramic show. His works titled "Future Eğretelemesi" and "Gönderi" drew acclaim from futurists.

Futurists Summit 2008 brought art lovers together, too. Ceramic fine artist Ali Konbal participated in the summit held November 21, 2008 at Istanbul Lütfi Kırdar International Convention and Exhibition Palace with his two works titled, "Future Eğretelemesi" and "Gönderi". While Future Eğretelemesi Konbal designed specifically for the summit questions the new urban planning concept, "Gönderi" addresses the trend of uniformity among people. Ali Konbal,

stating that he started from the idea that we build the future today in his work titled "Future Eğretelemesi" said that the new urban planning concept is not different from previous ones and that it brings vertical concentration. Konbal, stating that he approached creation of the man of the future through uniformity in his work titled "Gönderi", from a stoic perspective, said "uniformity removes the person from his own axis, his creative identity. This is an open attack on the specific identity of man and will eventually lead to fragmentation. Such fragmentation eliminates the chance of creating an original and creative society forming human values in the long term. A uniform individual settles at the center of degeneration with his fragmented identity. So I tried to explain that people must be safe from uniformity in the future in my work titled 'Gönderi'!"

# Plastik Sanatlar Ödülleri sahiplerini buldu

Sanat Kurumu tarafından her yıl verilen "Plastik Sanatlar Ödülleri"ne değer bulunan sanatçılar açıklandı.

Sanat Kurumu Başkanı İlker Çetin, seçici kurul üyeleriyle düzenlediği basın toplantısında resim, heykel, seramik, baskı resim, fotoğraf dallarında sanatçılardan yapıtlarını değerlendirdiklerini söyledi. Ödüllerin kurumsal olarak 1964'ten bu yana verildiğini anlatan Çetin, plastik sanatlar dalında da 1986'dan beri ödül dağıttıklarını belirtti. Ödülleri verirken sanatçılardan yurt içi ve yurt dışında katıldıkları sergileri dikkate aldığından ifade eden Çetin, ayrıca plastik sanatlar alanında seçkin örnekler verilmesini de ölçü olarak kabul ettiklerini söyledi. Seçici Kurul üyelerinden Prof. Zafer Gençaydın da Ankara'da özellikle son yıllarda plastik sanatlara karşı ilgisinin azalmasını eleştirdi. Atatürk'ün bir kültür başkenti oluşturma idealiyle yola çıktığını belirten Gençaydın, "Ancak şimdilik biz seksen yıl öncesini özler duruma geldik. Bunda Ankara'daki sanatçı dostlarımızın artık İstanbul'a giderek burada çalışmalarını sürdürmelerinin de büyük etkisi var" dedi. Gençaydın, bu sanatçılardan Ankara'yı metropol kent olarak görmedikleri için bu seçimi yaptıklarını, ancak bunun çok yanlış olduğunu ifade etti. Prof. Mürşide İçmeli, Prof. Zafer Gençaydın, Prof. Hüsnü Dokak, İbrahim Demirel, Doç. Turhan Çetin, Sanat Kurumu Başkanı İlker Çetin, Nurkut İlhan ve Atilla Gürçay'ın katılımıyla gerçekleşen seçici kurul; şu sanatçıları ödüle değer buldu:

**Resim kategorisinde:** Canan Atalay ile Cezmi Orhan (Övgüye değer)

**Heykel kategorisinde:** Birnur Eraldemir (Yılın sanatçısı), Ayşe Sibel Kedik (Övgüye değer)

**Seramik Kategorisinde:** Burcu Öztürk Karabey (Övgüye değer)

**Baskı Resim Kategorisi:**

Ercan Gülen (Yılın sanatçısı)

**Fotoğraf Kategorisi:** Gökhan Bulut (Yılın sanatçısı), AN-KARE Grubu (Övgüye değer)

**Juri Özel Ödülü:**

Mustafa Ayaz Müzesi ve Kültür Merkezi



# Plastic Arts Awards find their winners

Artists deemed worthy of the "Plastic Arts Awards" handed out each year by Art Institution were announced.

Art institution Chairman İlker Cetin in the press meeting held together with the members of the elective committee, said that they evaluated the works of artists in the disciplines of printing, sculpture, ceramics, serigraphy and photography. Çetin, who said that the awards have been handed out institutionally since 1964, added that they have been handing out awards in the field of plastic arts since 1986. Stating that while handing out the awards, they took into consideration the exhibitions artists participated in domestically and internationally, said that also production of distinguished examples in the field of plastic arts was a criteria. Prof. Zafer Gençaydın, a member of the elective committee, criticized the decrease in interest in plastic arts in recent years. Stating that Atatürk started with the ideal of forming a culture capital, said; "Yet, now we are missing eighty years ago. The fact that our artist friends in Ankara are now going to Istanbul, pursuing the work there, is a big factor

Gençaydın said that these artists made this choice as they didn't see Ankara as a metropolitan city but that this was very wrong. The elective committee comprising Prof. Mürşide İçmeli, Prof. Zafer Gençaydın, Prof. Hüsnü Dokak, İbrahim Demirel, Assoc. Prof. Turhan Çetin, Art Institution Chairman İlker Çetin, Nurkut İlhan and Atilla Gürçay found the following artists worthy of the awards:

**Paintings category:** Canan Atalay

and Cezmi Orhan (worthy of praise)

**Sculptures category:** Birnur

Eraldemir (Artist of the Year),  
Ayşe Sibel Kedik (Worthy of  
praise)

**Ceramics category:** Burcu

Öztürk Karabey (worthy of praise)

**Serigraphy category:** Ercan

Gülen (Artist of the year)

**Photography category:** Gökhan

Bulut (Artist of the year),  
AN-KARE Group (Worthy of  
praise)

**Jury Special Award:**

Mustafa Ayaz Museum and  
Culture Center.

# Tek çiçek, iki kültür

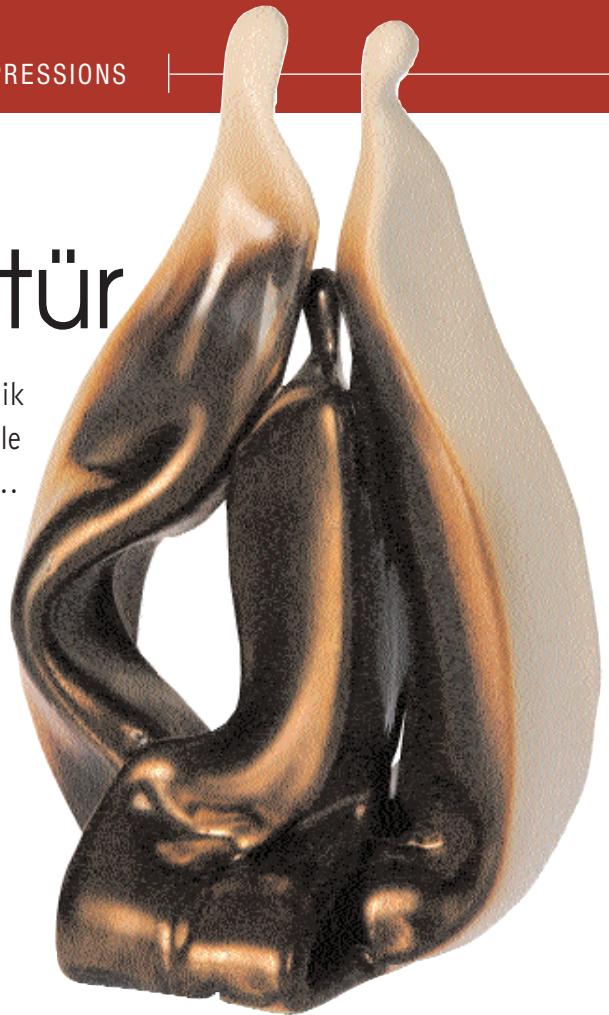
Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi (AÜGSF) Seramik Bölümü, "50.Yılda Açılan Laleler" sergisinin koleksiyonuna "Lale Zamanı"nı ekliyor. Tabii ki yeni sanatçılardan ve yeni çalışmalarla...

Osmanlı İmparatorluğu'nun 17.yüzyılı "Lale Devri" olarak anılır. Lale çiçeğinden adını alan Lale Devri, Osmanlı İmparatorluğu'nun barışçı Osmanlı sarayının aydın ve sanatsal açıdan yenilikçi dönemi, yerelleşme, yeni konulara yöneldiği sanatsal bir dönemini temsil eder. Hollanda kültürü ise Tulipomania adındaki, zevkle başlayıp büyük bir ekonomik çöküntü ile biten tarihi dönemi aynı yüzyılda geçirmiştir. İki farklı kültür içinde kritik tarihi dönemler ve kültürel pratiklerin ortak noktası olan bir çiçek üzerine dört aşamalı sergiler silsilesi düzenleyen Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi (AÜGSF) Seramik Bölümü, "50.Yılda Açılan Laleler" sergisinin koleksiyonuna "Lale Zamanı"nı ekliyor. Tabii ki yeni sanatçılardan ve yeni çalışmalarla...

## **Sanat ve dostluk köprüsü kurulan laleler**

Serginin amacı, Türk seramik kültüryle ilgili sanatsal çalışmaların canlandırılması ve uluslararası ilişkilerde sanatsal etkinlıkların bir dostluk köprüsü kuracağına olan inanç... Lale ile ilgili seramik çalışmalarında en çok önemsenen konulardan biri de sergiye katılan sanatçılardan kendi özgün tavırlarıyla laleyi yeniden yorumlamaları...

Ankara Devlet Resim ve Heykel Müzesi'nde 8-22 Ekim 2008 tarihlerinde açılan "Lale Zamanı" sergisi, AÜGSF Seramik Bölümü'nün la-



Kemal Uluçay

leyi konu alan sergilerinin ikinci aşamasını oluşturdu. Sergi organizasyonu; AÜGSF Seramik Bölümü öğretim üyelerinin ve beş Hollandalı sanatçının seramik çalışmaları, Anadolu Üniversitesi Rektörlüğü ve Hollanda Büyükelçiliğinin desteği ile gerçekleştirildi. Bu sayede Türk ve Hollanda kültüründe önemli bir yer edinmiş olan lale çiçeği ile ilgili kültürel bir dostluk köprüsü kuruldu.

# One flower, two cultures

Anadolu University Faculty of Fine Arts Ceramics Department ads "Tulip Time" to the collection of the exhibition "Tulips Blooming in year 50". Of course, with new artists and new works...

The 17th Century of the Ottoman Empire is known as the "Tulip Period". The Tulip Period, taking its name from Tulip flower, represents a period of innovation intellectually and artistically, of the Ottoman Empire's peaceful Ottoman palace, an artistic period where it was focused on locality and new topics. The Dutch culture, on the other hand, has gone through a historical period in the same century named Tulipomania which started with a joyful period and resulted in a major economic collapse. Anadolu University Faculty of Fine Arts Ceramics Department ads "Tulip Time" to the collection of the exhibition "Tulips Blooming in year 50". Of course, with new artists and new works...

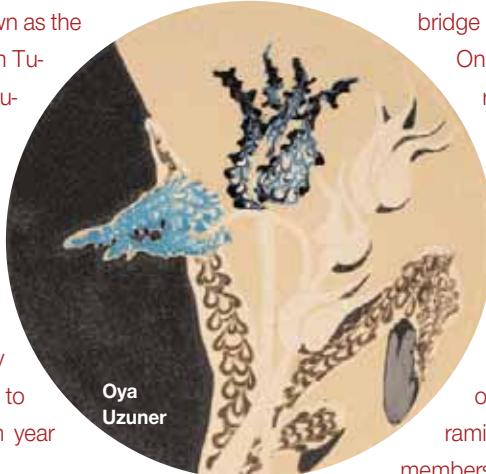
## **Tulips setting up a bridge of art and friendship**

The purpose of the exhibition is revitalization of artistic works on the Turkish ceramics culture and the belief that art events will build a

bridge of friendship in international relations...

One of the topics mostly emphasized in tulip related ceramic works is re-interpretation by participating artists, of the tulip, with their own attitudes...

The exhibition "Tulip Time" held October 8-22, 2008 in Ankara State Paintings and Sculptures Museum formed the second phase of AUFFA Ceramics Department's tulip themed exhibitions. The exhibition was organized with ceramic works of AUFFA Ceramics Department members of faculty and five Dutch artists and the support of Anadolu University President's Office and the Dutch Embassy. Hence, a cultural friendship bridge was built relating to the tulip flower which has gained an important place in the Turkish and Dutch cultures.



## Muammer Çaklı Uluslararası 2008 Seramik Yarışması

Genç yaşta yitirdiğimiz öğretim üyesi ve seramik sanatçısı Muammer Çaklı'nın ismini ve sanatını yaşamak, genç seramik sanatçı adaylarını desteklemek ve çağdaş seramik sanatına yeni eserler kazandırmak amacıyla Anadolu Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi Seramik Bölümü'nün düzenlediği "6. Muammer Çaklı Uluslararası Seramik Yarışması" sonuçlandı. Yarışmaya yurtçi ve yurtdışından çok sayıda üniversite öğrencisi katıldı. Yarışmada derece alan öğrencilere ödülleri 23 Aralık 2008 tarihinde Anadolu Üniversitesi Kütüphane Sergi Salonu'nda gerçekleştirilen törenle verildi. Yarışma sonucunda sergilemeye ve ödüle değer bulunan eser sahiplerinin isim listesine

<http://www.gzs.anadolu.edu.tr/duyurular/mcaki2008.doc>  
adresinden ulaşmak mümkün.

Malgorzata  
Wodysnka



## Muammer Çaklı International 2008 Ceramic Contest

The "6th Muammer Çaklı International Ceramic Contest" organized by Anadolu University Faculty of Fine Arts Ceramics Department to make the name and art of member of faculty and ceramic artist Muammer Çaklı whom we lost at a young age, to support young ceramic artist candidates and to introduce new works into the contemporary ceramic arts, was concluded. A large number of university students, local and international, participated in the contest. Trophies were handed out in a ceremony held in Anadolu University Library Exhibition Hall on December 23, 2008, to award winning students. The list of names of owners of works found worthy of exhibition and awards as a result of the contest may be accessed from <http://www.gzs.anadolu.edu.tr/duyurular/mcaki2008.doc>.



## Küba Seramik Sempozyumu

Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Seramik Bölümü Başkanı Prof. Sıdıka Sibel Sevim ve Yard. Doç. Cemallettin Sevim, Küba Kültür Bakanlığı, Küba Sanatçılar ve Yazarlar Birliği ve Küba Hükümeti tarafından gerçekleştirilen Uluslararası Küba Seramik Sempozyumu'nda Türkiye'yi temsil ettiler. Altıncı gerçekleştirilen sempozyuma Latin Amerika ülkelerinden Arjantin, Bolivya, Dominik Cumhuriyeti, Meksika, Şili, Brezilya, Avrupa'dan da; Hollanda, Türkiye, Danimarka ve Avusturya gibi ülkeler katıldı.



## Cuba Ceramics Symposium

Cuba Ceramics Symposium: Anadolu University Faculty of Fine Arts Ceramics Department Head Prof. Sıdıka Sibel Sevim and Asst. Prof. Cemallettin Sevim represented Turkey at the International Cuban Ceramics Symposium held by Cuba Ministry of Culture, Cuban artists and Authors Society and the Cuban government. From Latin America; Argentina, Bolivia, Dominican Republic, Mexico, Chile, Brazil, from Europe; Holland, Turkey, Denmark and Austria were among the countries participating in the symposium, the sixth of which was organized this year.



# Seramik köyü Kınık'ta güzel şeyler oluyor

Yüz yıllık bir kültürü devam ettiren seramik köyü Kınık'ta akademisyenler ve öğrenciler el ele vererek anlamlı bir proje üzerinde çalışıyorlar. Kınık'ta seramik sanatı bu elbirliğiyle yeniden doğuyor.

Belki birçoğumuz bilmez, yolumuz geçerken uğramışsa bile dikkat etmemiştir, Kınık Köyü ve köylülerine... Oysa o köy ki, seramik köyü olarak anılmıştır tarihinde... Bilecik'in Pazaryeri'ne bağlı Kınık Köyü çömlekçiliğinin yüz yıllık bir geçmişi vardır. O kadar önemlidir ki Kınıklılar için çömlek yapmak, Bulgaristan'dan uzanıp gelen kültür, bugünlerde tek geçim kaynağıdır köylünün. Köyün dokusunu taşır Kınık'ın seramikleri de, kendine özgü nitilikleri vardır. Seramikler üzerine uygulanan dekorlar; akitma tekniği ile yapılan bayrak deseni ve "Ağlayan Kınık" olarak adlandırılan desenlerdir. Köydeki erkeklerin ellerinde şekillenen çamur, bayanların elinde renk bulur. Seramikler, güzel dekorları ile ayrıcalık kazanırlar Kınık köylüsünün elinde.

Kınık'ta güzel olan şeye gelince; yüz yıllık bir geleneki yaşatmak için çeşitli projeler düzenleniyor, akademisyenler öğrencileriley el ele verip "Kınık'ta güzel şeyler oluyor" dedirtiyor. Gazi Üniversitesi Seramik Eğitimi Anabilim Dalı Araştırma Görevlileri ve öğrencileri yaratıyor bu güzel şeyleri. Projenin amacı yeni tasarımlar üreterek Kınık'ta seramik piyasasını yeniden canlandırmak ve köylünün nicedir geçim kapısı çömlekçiliğin bir yüz yıl daha yaşamاسını sağlamak.



## Tasarımlar köyde seri üretime alındı

Akademisyenlerin öğrencileri ve köylülerle birlikte el ele verecek gerçekleştirdikleri proje ilk meyvelerini veriyor. Yapılan tasarımların beğenilmesiyle köyde seri bir üretime geçiliyor. Üniversitenin Seramik Eğitimi Anabilim Dalı Araştırma Görevlisi Emrah Pek ve Aysegül Çetin'le birlikte üçüncü sınıf öğrencileri Kevser Deveci, Esma Panlı ve Burcu Bayar çalışmaya başlıyor. Milli Produktivite Merkezi'nin hazırlamış olduğu bu projede yer alarak çeşitli tasarımlarla köy atölyelerine destek sağlıyorlar.

Bu çalışmalarını bir adım daha öteye taşıyarak, Gazi Üniversitesi Öğretim Görevlisi Yüksel Öcal'ın da katkılarıyla 30 Ekim 2008'de üniversitelerinde düzenlenen "2.Seramik Köyü Kınık'tan İzlenimler" seminerinde sunma imkânına kavuşuyorlar. Bunca güzel şeyi destekleyenlere öğrencilerin bir de teşekkürü bulunuyor. "G.Ü.M.E.F Dekanı Prof. Sevil Kişoğlu, Bölüm Başkanı Prof. Atıla İlkyaz, Öğr. Gör. Yüksel Öcal, Arş. Gör. Emrah Pek ve Aysegül Çetin'in biz öğrencilere ve torna gösterisi yaparak seminerimize renk katan seramik ustalarımız Osman Menteş ve Selim Çolak'a katılım sertifikalarını vererek destekledikleri için teşekkürlerimizi sunarız."

# Good things are happening in ceramic village Kınık

Academicians and students are hand in hand working on a meaningful project at the ceramic Village Kınık continuing a culture of hundred years old. The art of ceramics is reborn in Kınık through this collaboration.

Maybe most of us don't know it. Maybe we have stopped by but not paid attention on our way to Kınık Village and villagers... And that village has been known as the ceramic village through its history. The pottery of Kınık Village of Pazaryeri district in Bilecik has a hundred-year-old history. Pottery making is so important for Kınık people that the culture extending from Bulgaria is the only way to make a living for the villager these days. Kınık ceramics bear the texture of the village. They have their original properties. The decorations applied on ceramic ware are the flag pattern applied by slip technique and designs called "Crying Kınık". The clay shaped in the hands of village men finds its color in the hands of the women. Ceramic ware gains a privilege through nice decorations in the hands of the Kınık villager.

The good thing that is happening in Kınık is that various projects are being organized to make a hundred-year-old tradition live and academicians collaborate with their students make one say "Good things are happening in Kınık". These good things are created by Gazi University Ceramics Education Main Scientific Discipline Researchers and students. The aim of the project is to revitalize the ceramic market in Kınık, producing new designs, and to ensure that pottery, which has been the source of income for the villagers for so long, lives yet another hundred years.

## Designs in mass production in the village

The project carried out hand in hand by academicians, students and villagers is bearing its first fruits. Mass production is starting at the village as the designs created find approval. Together with Emrah Pek and Ayşegül Çetin, Ceramics Education Main Scientific Discipline Research Assistants at the University and junior year students; Kevser Deveci, Esma Panlı and Burcu Bayar are starting this project. Taking part in this project prepared by the National Productivity Center, they are providing support to village workshops by different designs.

Carrying this activity one step further with the contribution, also of Gazi University Member of Faculty Yüksel Öcal, they get the chance to present them in the "2nd Impressions from Ceramic Village Kınık" seminar organized at their University on October 30, 2008. The students offer their thanks to those who have given support all these nice things. "We thank G.U.V.E.F. Dean Prof. Sevil Kişioğlu, Department Head Prof. Atilla İlkyaz, Instructor Yüksel Öcal, Res. Asst. Emrah Pek and Ayşegül Çetin as they gave their support handing out participation certificates to us and our ceramic craftsmen Osman Menteş and Selim Çolak who added color to our seminar by a wheel show".



## Troyan Seramik Sempozyumu

Bulgaristan'ın en önemli geleneksel seramik üretim merkezlerinden biri olan Troyan, "Art-Ceramic 2008" sempozyumuna ev sahipliği yaptı. 1-10 Eylül 2008 tarihleri arasında gerçekleşen sempozyum, 1993'ten bu yana her yıl aralıksız devam ediyor. Sekiz ülkeden yirmi sanatçının katıldığı sempozyumda Türkiye'yi Mersin Üniversitesi Taki Teknoloji ve Tasarımı Yüksekokulu'ndan seramik sanatçısı Öğr. Gör. Serkan Gönenç temsil etti. Sempozyum sırasında Gönenç, şamotlu çamur kullanarak elle şekillendirdiği parçaları bir araya getirip, iki parça-dan oluşan "Light House" adlı projesini gerçekleştirdi.



Serkan Gönenç

## Trojan Ceramics Symposium

Troyan, one of the most important traditional ceramics production centers of Bulgaria hosted the "Art-Ceramic 2008" symposium. The symposium held September 1-10, 2008 has been continuing uninterruptedly since 1993. Turkey was represented at the symposium participated in by twenty artists from eight countries by Ceramic Artist Serkan Gönenç, Instructor at Mersin University Jewelry Technology and Design Higher School. During the symposium, using chamot clay, Gönenç brought together hand shaped pieces, building the project titled "Light House" made up of two pieces.



# Çamurun sanata dönüştüğü Goshogawara Odunlu Pişirim Festivali

Yıllarını çömlekçiliğe adamış bir Japon sanatçının, kaybolmaya yüz tutmuş bu sanatı yeniden canlandırmak için, 2002'de uluslararası bir çağrı yaparak başlattığı festival, bugün çamurun sanata dönüştüğü dostluğun adı olmuş.

Sevim Çizer, geçtiğimiz temmuz ayında, Kuzey Japonya'da, Amori kenti yakınılarında Goshogawara Kasabası'nın Kanayama Köyü'nde, Ryoji Matsumiya tarafından, kendisinin kurduğu "el üretimi" ağırlıklı seramik fabrikasında düzenlenen bir "Odun Yakılı Pişirim Şenliği"ne katıldı. Sevim Çizer dostu ve seramik sanatçısı Maro Kerassioti tarafından önerilerek, şenliğe katılım davetini aldığından; uzun yıllardır ilgi duyduğu ama seramikçilik yaşamı boyunca bir türlü vakit yaratamadığı bir konuda, "Uzakdoğu'nun Yüksek Derece Odun Fırınları ve Pişirimi" konusunda bilgi ve deneyim edinmek için güzel bir fırsat yakaladığını hissetti.

Bu bölge yüzyıllardır geleneksel Japon seramik üretim merkezlerinden biri olmuştu. Bunun için gerekli ham madde olan yüksek derece pişirime dayaklı Kanayama çamuru önemli bir etkendi. Uzun yıllarını çömlekçilik sanatına vermiş Ryoji Matsumiya bu bölgede kaybolmaya yüz tutmuş bu sanatı yeniden canlandırmak ve tüm dünyaya duyurmak için 2002 yılında tüm uluslararası seramikçi ve çömlekçilerine bir çağrı yaparak, onları Kanayama köyündeki fabrikasına davet etti. Bu etkinlik, bu tarihten beri her yıl temmuz ayında dünyanın farklı ülkelerinden, onlarca seramik sanatçısı ve çömlekçinin katılımı ile sürüyor.

Bu yılın katılımcıları; ABD'den Lee Middleman, John Baymore, Kanada'dan Laura Maclean, Kore'den Kang Hwa-su, Ryu Nan-ho,



Kim Se-wan, Pakistan'dan Raania Azam Khan Durrani, Malezya'dan Yeow Seng Cheah, Hindistan'dan Meyyavelar Rengasamy, Ramiah Thangiah, Avustralya'dan, Rowley Drysdale, Belçika'dan Joelle Swannet, Romanya'dan Ciprian Ariciu ve Türkiye'den Sevim Çizer'di.

Kanayamaki fabrikasında düzenlenen atölye çalışmaları yaklaşık bir ay sürdü. Bu sürede yapılan çalışmalar farklı özellikler taşıyan üç ayrı fırında pişirildi. Bunlardan birincisi; ABD'nin New Hampshire Üniversitesi'nden Prof. John Baymor tarafından tasarlanıp inşa edilmiş, tek odalı bir Noborigama, ikincisi; Ryoji Matsumiya'nın geliştirdiği Hai Kaburi (Kül Kaplama) fırını, üçüncü fırın ise; Fred Olsen tarafından tasarlanıp inşa edilmiş bir deneyel fırın (çapraz olarak birbirine geçen bir Anagama ile bir Noborigama'nın oluşturduğu) idi. Her fırın tasamı ve yakma biçimine bağlı olarak işler üzerinde farklı renk ve efektler oluşturdu. Çalışmalarda yerli Kanayama çamurunun yanı sıra, Japonya'nın ünlü geleneksel seramik üretim merkezi Shigaraki çamuru, porselen ve bu çamurların karışımı kullanıldı. Tüm bu çamurlar inanılmaz ölçüde kolay biçimlenme ve tüm üretim ve pişirim aşamalarında en az hatalı sonuç verme özelliğine sahiptiler. Özette kumaş gibi kesip biçimlendirdiğiniz çamur levhalar, çubucak sertleşip kuruyor, fırından da çatlaksız ve düzgün olarak çıktıyordu.



## Goshogawara Wood Firing Festival where Clay Turns into Art

The festival, started by a Japanese artist who has dedicated his years to pottery making by announcing an international invitation in 2002 to revitalize this art which was on the way to becoming obsolete, has become the name of the friendship where clay turns into art.

Last July, Sevim Çizer attended a wood firing festival held at the ceramics plant set up by Ryoji Matsumiya where predominantly "hand built" works are produced at the village of Kanayama of Goshogawara near the city of Amori in North Japan. Sevim Çizer felt that she had a good chance to gain knowledge and experience on a subject she had been interested in for a long time but could never spare time during her life as a ceramicist on "High Temperature Wood Kilns and Firings of the Far East". When she received the invitation to participate in the festival upon recommendation by her friend and ceramics artist Maro Kerassioti.

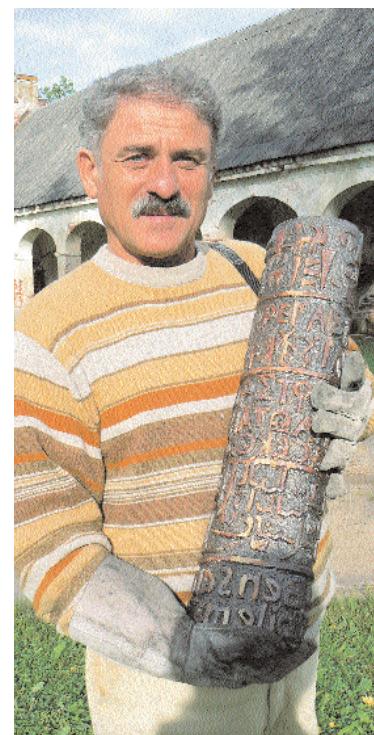
This region had been one of the traditional Japanese ceramic production centers through centuries. The Kanayama clay resistant to very high temperature firing which is the necessary raw material for this was a major factor. Ryoji Matsumiya, who had dedicated many of his years to the art of pottery, sent an invitation in 2002 to the ceramicists and pot makers of all nations, asking them to come to his plant in the village of Kanayama to revitalize this art which was on the way to becoming obsolete and to make it known all over the world. This event has been continuing since then every July with the participation of tens of ceramic artists and pot makers from different countries of the world. This year's participants were : From USA, Lee Middleman, John Baymore; from Canada, Laura Maclean; from Korea Kang Hwa-su, Ryu Nan-ho, Kim Se-wan; from Pakistan , Raania Azam Khan Durrani; from Malaysia, Yeow Seng Cheah; from India, Meyyavelar Rengasamy, Ramiah Thangiah; from Australia, Rowley Drysdale, from Belgium, Joelle Swanet; from Romania Ciprian Ariciu and from Turkey, Sevim Çizer.

The workshop organized at the Kanayamaki plant lasted approximately a month. The works created during this period were fired in three different kilns, bearing different properties. The first one was a single-chamber Noborigama designed and built by Prof. John Baymor from USA's New Hampshire University, the second was the Hai Kaburi (Ash Covering) kiln developed by Ryoji Matsumiya and the third one was an experimental kiln designed and built by Fred Olsen (formed by diagonally intertwined Anagama and Noborigama kilns). Each kiln created different colors and effects on the works, depending on their design and firing method. Beside the local Kanayama clay, the clay from Shigaraki, Japan's famed traditional ceramics production center, porcelain and combination of these clays were used in the works. All these clays had the property of incredible easy forming and giving the least defective results in every production and firing stage. In summary, clay plates cut and shaped like fabric were hardened and dried rapidly, coming out of the kiln crack-free and smooth.

## Uluslararası Sanat Sempozyumu "Diyalog 2008"

Letonya Güzel

Sanatlar Akademisi ile Letonya Sanatçılardır Birliği tarafından düzenlenen ve altıncısı yapılan sempozyuma, sekiz ülkeden kırk bir sanatçı katıldı. 18 Ağustos ve 30 Eylül 2008 tarihlerinde Zvartava Kalesi'nde yapılan sempozyuma her ülke sanatçısı özgün eserleri ile katıldı. Türkiye'yi ise sempozyumda Akdeniz Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Seramik Bölümü Başkanı Yrd. Doç Selahattin Pekşen temsil etti.



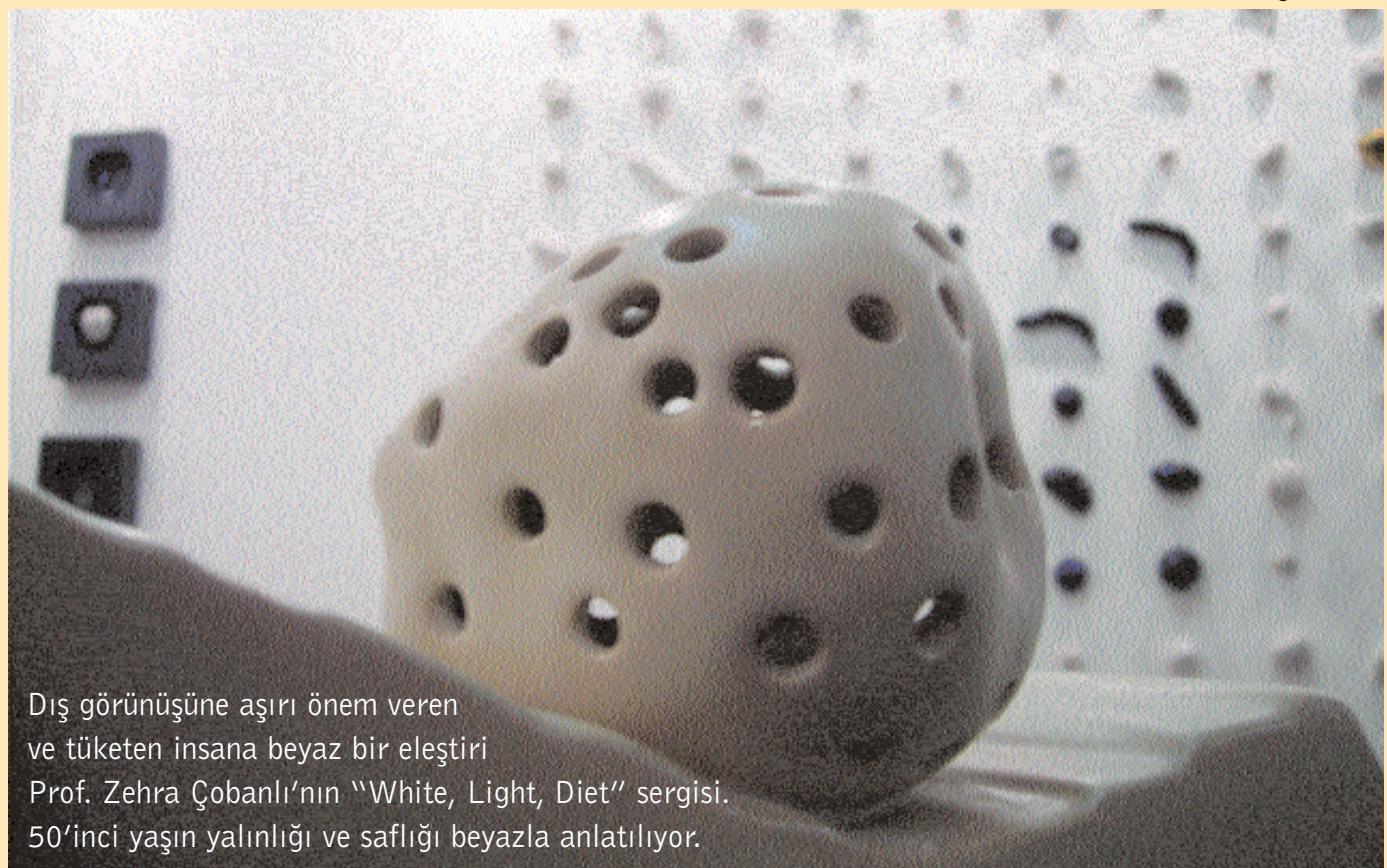
Selahattin Pekşen

## International Art Symposium "Dialogue 2008"

The symposium organized by Latvia Fine Arts Academy and Latvia Artists Society was participated in by forty-one artists from eight countries. Artists from each country participated with their own works in the symposium held at the fort of Zvartava August 18 - September 30, 2008. At the symposium, Turkey was represented by Akdeniz University Faculty of Fine Arts Ceramics Department Head Asst. Prof. Selahattin Pekşen.



# Tüketen insana "beyaz" bir eleştiri



Seramik sanatçısı Zehra Çobanlı, 10 yıl aradan sonra yeni çalışmalarını Anadolu Üniversitesi Kütüphane Sergi Salonu'nda sanatseverlerle buluşturdu. "White, Light, Diet" sergisi 7–22 Ekim 2008 tarihleri arasında sergilendi. Sanatçı daha önce aynı galeride on yıl önce kırkinci yaşı nedeniyle gerçekleştirdiği sergisinde Anadolu'da kullanılan "kırkı" deyimlerini yorumladığı enstelasyonları (yerleştirme) ile beğeni toplamıştı. Yeni sergisi "White, Light, Diet" de 50'inci yaşıını kutlayan Çobanlı, ele aldığı konularla yaşadığımız yüzyılda, kişilerin dış görünüşlerine gösterdiği aşırı hassasiyeti, gereksiz tüketimi ve gösterisi eleştirdi. Bunun için de organik objeleri geometrik formlarla bütünlüğe getirerek, yalın bir anlatımla sundu. Sergide doğumu ve ölümü animsatılan, saflik, yalınlık ve temizliği simgeleyen "beyaz" rengin sanatçının eserlerinde yıllarca kullandığı "mavi" rengin yerini aldığı da dikkatlerden kaçmadı.

Yurt dışında ve yurt içinde müze, kurum ve özel koleksiyonlarda eserleri bulunan sanatçı Japonya, Yeni Zelanda, İngiltere, Bahreyn, Meksika, Çin, Kore, Fransa, Kenya ve Amerika gibi pek çok ülkede çalışmalarını sergiledi. Çeşitli ulusal ve uluslararası ödülleri bulunan seramik sanatçısı Prof. Zehra Çobanlı, halen Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dekanı olarak görev yapıyor. Merkezi Japonya'da bulunan Uluslararası Seramik Sanat Eğitimi ve Değişimi Birliği'nin (ISCAEE) kurucu üyesi ve başkan yardımcısı olan Çobanlı,



Zehra Çobanlı

"White, Light, Diet" sergisinin çevre illerde sanat eğitimi alan öğrenciler için de bir fırsat olduğunu vurguluyor.



## A “white” criticism to the consumer human being

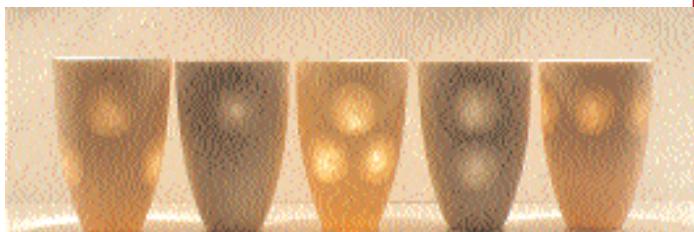
Prof. Zehra Çobanlı’s “White, Light, Diet” exhibition is a white criticism of the human being who is over concerned about his external appearance and who consumes excessively. The plainness and purity of age 50 is told in white.

Ceramic fine artist Zehra Çobanlı presented her new works at Anadolu University Library Exhibition Hall to art enthusiasts after a break of 10 years. The show “White, Light, Diet” was exhibited October 7-22, 2008. The artist had drawn appreciation by her installations where she interpreted the phrases containing “forty” used in Anatolia in her show she held on the occasion of her fortieth year of age ten years ago at the same gallery previously. Celebrating her 50th year of age in her new show “White, Light, Diet” with the subjects she addressed, criticized the over concern people had on their external looks the unnecessary consumption and flamboyance in the century we live in. To that end, she presented organic objects, integrating them with geometrical forms plainly. It was noted that the color “white” reminiscent of birth and death, symbolizing purity, plainness and cleanliness, took the place of the color “blue” which the artist had used in her works through the years at the exhibition.

The artist, whose works are in museums corporate and private collections abroad and domestically, has exhibited her works in countries like Japan, New Zealand, England, Bahrain, Mexico, China, Korea, France, Kenya and U.S.A. Ceramic fine artist Prof. Zehra Çobanlı, who has received a number of national and international awards, presently serves as Dean of Anadolu University Faculty of Fine Arts. Çobanlı, who is the founding member and vice-president of International Society for Ceramic Art Education and Exchange (ISCAEE) based in Japan stresses that the exhibition “White, Light, Diet” is also an opportunity for students receiving art education in neighboring provinces.

## 28. Uluslararası Alcora Seramik Yarışması

İspanya'nın Alcora kentinde Alcora Seramik Müzesi tarafından düzenlenen yarışmada 33 ülkeden seramikçinin çalışmaları sergilendi. Yarışmada, Maria Regina Rodrigues seramik yapımı birincilik ödülüne, Natasha Sedej ikincilik ve Silvia Mornati'de üçüncülük ödülüne'nin sahibi oldu. Türkiye'den ise Burcu Karabey ve Ömür Tokgöz'ün yapıtları 51 finalist arasında yer alarak sergilemeye değer göründü.



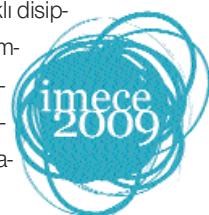
Ömür Tokgöz

## The 28th International Alcora Ceramic Competition

Works of ceramicists from 33 countries were exhibited at the exhibition organized by Alcora Ceramics Museum in Alcora, Spain. Maria Regina Rodrigues's ceramic work got the first prize at the contest with Natasha Sedej receiving the second prize and Silvia Mornati, third. From Turkey, works by Burcu Karabey and Ömür Tokgöz, who were among the 51 finalists, were deemed worthy of being displayed.

## Uluslararası Katılımlı Güzel Sanatlar, Tasarım Sempozyumu

Anadolu Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi tarafından 18-24 Ekim 2009 tarihleri arasında “Uluslararası Katılımlı Güzel Sanatlar ve Tasarım Sempozyumu” gerçekleştiriliyor. 25'inci yılını dolduracak olan üniversitede düzenlenecek sempozyum farklı disiplinlerden ulusal ve uluslararası sanatçıları, tasarımcıları, akademisyenleri, düşünürleri, araştırmacıları, öğrencileri ve geleneksel ustaları biraraya getirecek. Ayrıntılı bilgiye <http://www.imece2009.anadolu.edu.tr> adresinden ulaşmak mümkün.



## The International Fine Arts and Design Symposium

“International Fine Arts and Design Symposium” will be held by Anadolu University Faculty of Fine Arts December 18-24, 2009. The symposium, which will be organized at the University which will complete its 25th year, will bring together local and international fine artists, designers, academicians, philosophers, researchers, students and traditional craftsmen from various disciplines. Further information: <http://www.imece2009.anadolu.edu.tr>.

# Sanatta evrensel buluşma

ArtForum Ankara Sanat Fuarı, uluslararası kimliğiyle sanatçıları ve eserlerini 19-23 Kasım 2008 tarihleri arasında Atatürk Kültür Merkezi'nde sanatseverlerle buluştu. Otuz altı galeri bünyesinde, iki yüz sanatçının iki bini aşan eseri beş gün süreyle sanatseverlerin ilgisine sunuldu. Türkiye ve dünyadan çok sayıda sanatçının eserini bir arada görme fırsatı sunan ArtForum Ankara 4.Sanat Fuarı, bu yıl da Slovakya, Meksika, Bulgaristan, Rusya, Venezuela, Çin ve Suriye'den birçok sanat galerisini buluşturdu. Sanatın daha geniş kitlelerce paylaşımına katkıda bulunmak amacıyla gerçekleştirilen fuarda; resim, heykel, seramik ve fotoğraf gibi sanatın her dalından eserler yer aldı. Seramik sanatçısı Yüksel Boz Öcal'da, günümüz yaşamını doğa ve insan ilişkileri bazında ele alan yapıtlarıyla fuara katıldı.



Yüksel Boz Öcal

## Universal meeting of arts

ArtForum Ankara Art Fair brought artists and their works together with art lovers at Atatürk Culture Center November 19-23, 2008 by its international identity. In thirty-six galleries, over two thousand works by two hundred artists were on display for five days for art enthusiasts. The ArtForum Ankara 4th Art Fair which offered the opportunity to see the works of a large number of artists from Turkey and all over the world together, this year brought together a number of art galleries from Slovakia, Mexico, Bulgaria, Russia, Venezuela, China and Syria. Works from every discipline of arts like paintings, sculptures, ceramics and photographs; were on display at the fair held seeking to contribute to sharing art by larger masses. Ceramic fine artist Yüksel Boz Öcal participated in the fair with works addressing today's life on the basis of nature and human relationships.



## Kubad Abad Kadınları

Kubad Abad Sarayı Çinileri'ne ve o dönemin kültürüne duyduğu hayranlığı Ayça Eren, Kubad Abad Kadınları sergisyle yarıştı. 21-28 Kasım tarihleri arasında Sasav Sanat Galerisi'nde sanatseverlerle buluşan sergi hakkında Eren şunları söyledi: "Duvar bezemesi olarak betimlenmiş semboller dünyasıyla birlikte, saray yaşantısı hakkında bilgi veren bu masalımsı figürleri, kendi iç dünyamda üç boyutlu olarak seramik heykellere dönüştürmek istedim. Bir bütünü parçaları gibi birbirini tamlayan figürlerimde, Kubad Abad Sarayı Çinileri'nde olduğu gibi cenneti ve bereketi simgeleyen nar, haşhaş, balık gibi sembollerini kullandım".

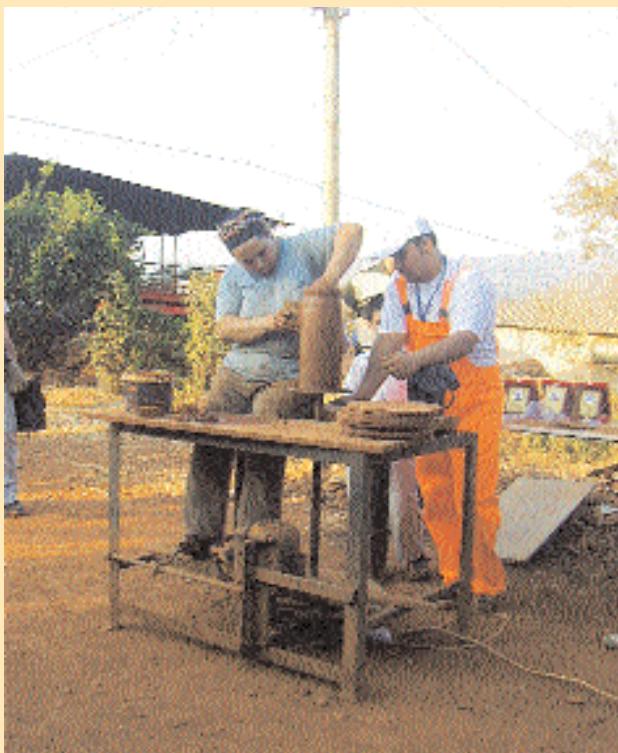
Ayça Eren



## Kubad Abad Women

Ayça Eren reflected her admiration of Kubad Abad Palace china and the culture of that period in exhibition titled "The Kubad Abad Women". On the exhibition held in Sasav Art Gallery from November 21 to 28; "I wanted to transform these fairy tale-like figures which provide information on the life in the palace alongside of the world of symbols depicted as wall decorations into three dimensional ceramic statues in my inner world. I used symbols like pomegranate, opium and fish, symbolizing paradise and fertility in my figures, complementing each other like the parts of a whole just as in the Kubad Abad Palace China" Eren said.

Zehra İlgili



## Karacasu Seramik Yarışması

Aydın'ın Karacasu ilçesinde bu yıl 21'inci düzenlenen Afrodisyas Kültür, Sanat ve Tanıtım Festivali kapsamında gerçekleştirilen Karacasu Seramik Yarışması'nda ilk kez bir bayan seramikçi Zühra İlgili ödül aldı. İki kategorideki yarışmaya 7 seramik ustası katıldı. Bu iki kategori, iki kilogramlık Karacasu çamuru ile en uzun silindir ve en geniş çanak çekme olarak belirlenip değerlendirildi. Yarışma da Erhan Öztürk birinci, Ümit Öztürk ikinci ve Zühra İlgili de üçüncü oldu. Bu yarışmaya ilk defa bir bayan usta katıldı ve ödül aldı.

## Karacasu Ceramics Competition

For the first time, a lady ceramicist, Zühra İlgili, received an award at the Karacasu Ceramics Competition held on the occasion of the Aphrodisias Culture, Art and Promotion Festival, the 21st of which was held this year in the Karacasu district of Aydın. Seven ceramic craftsmen participated in the contest which was held in two categories. These two categories were set and evaluated as drawing the longest cylinder and the widest bowl with two kilograms of Karacasu clay. Erhan Öztürk was first, Ümit Öztürk second and Zühra İlgili third at the contest. It was the first time in the contest that a craftswoman participated and won an award.

## 2.Uluslararası Seramik Bienali

Köklü bir seramik geleneğine sahip Mallorca adasının Marratxi kasabası, bu yıl ikinci kez düzenlenen 'Uluslararası Seramik Bienali'ne ev sahipliği yaptı. 200'e yakın yapının başvurduğu bienalde 29 eser Museu del Fang Seramik Müzesi'nde sergilenmeye değer görüldü. Bienale Türkiye'den katılan Mutlu Başkaya, Burcu Karabey ve Melahat Öztürk'ün yapıtları sergilenmeye değer görüldü.



## The 2nd International Ceramic Biennale

The town of Marratxi of the Island of Mallorca which has a deep rooted ceramic tradition hosted the 'International Ceramic Biennale' held second time this year. Twenty-nine works were found worthy of being displayed at Museu del Fang Ceramic Museum at the biennale which received applications for close to 200 works. The works of Mutlu Başkaya, Burcu Karabey and Melahat Öztürk, participating in the biennale from Turkey, were found worthy of display.

## Yaşamın özündeki sırlar

Bahariye Sanat Galerisi'nde 18 Aralık- 6 Ocak 2009 tarihleri arasında seramik sanatçısı Deniz Toraman'ın seramikleri sergiledi. Eserlerinde doğada ve günlük yaşantıdaki formları yalın, fonksiyonel bir şeke dönüştüren sanatçı seramik aşkınu şu sözlerle dile getiriyor. "Bir 'sır'dır seramik, yaşamın özündeki 'sır' gibi..."

## The secret in the essence of life

Ceramic fine artist Deniz Toraman's ceramic works were on display at Bahariye Art Gallery from December 18 to January 6, 2009. The artist, transforming the forms in nature and daily life in the displayed works into a plain, functional form, says; "Ceramic is a 'secret', like the 'secret' in the essence of life..."



Mutlu Başkaya

## Karacasu'nun kırmızı toprağından geleneksel çömlekler

Geleceğin seramik sanatçılarını yetiştirmek, yeni teknik ve uygulamaları öğretmek amacıyla Adnan Menderes Üniversitesi Karacasu Memnune İnci Meslek Yüksekokulu, Karacasu Geliştirme ve Eğitim Vakfı ve Karacasu Seramikçileri Dayanışma Derneği işbirliği ile gerçekleştirilen "Tralleis'den Karacasu'ya Terra Sigillata Çalıştayı" başarıyla gerçekleştirildi. 18- 29 Ağustos 2008 tarihleri arasında Karacasu'da gerçekleştirilen çalıştaya, Türkiye'de seramik eğitimi alan; ön lisans, lisans, yüksek lisans ve doktora programında okuyan, geleceğin seramik sanatçı adayları katıldı. Batı Anadolu'da antik dönemde kullanılan geleneksel odunlu fırının benzerinin inşa edildiği çalıştaya öğrenciler, Karacasu'yun meşhur kırmızı toprağıyla geleneksel Karacasu çömleklerinin pişirilmesinde kullanılan yöntemle çalışmalarını gerçekleştirdi.

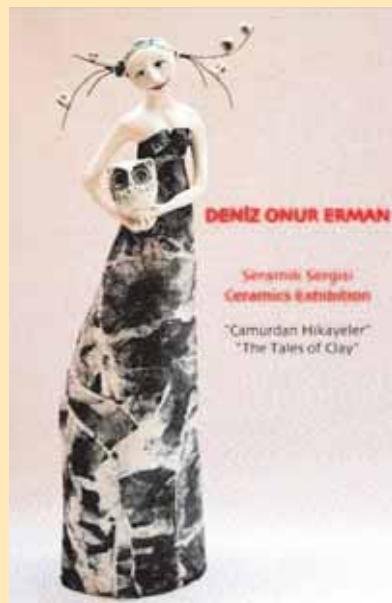
### Traditional pots from Karacasu's red clay



The "From Tralleis to Karacasu Terra Sigillata Workshop" held with collaboration of Adnan Menderes University Karacasu Memnune Inci Vocational Higher School Karacasu Development and Education Foundation and Karacasu Ceramicists Solidarity Association for developing the ceramic artists of the future and teaching new techniques and applications was held successfully. The workshop held in Karacasu from August 18 to August 29, 2008 in Karacasu was attended by the ceramic artist candidates of the future who received ceramics education in Turkey, studying in pre-undergraduate, undergraduate, graduate and Ph.D. programs. The students performed their work by the technique used in firing of the traditional Karacasu pottery, employing the famed red clay of Karacasu at the workshop where a wood kiln was used similar to the traditional ones used in the antique age in Western Anatolia.

## Çamurdan hikâyeler ABD'de

Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Araştırma Görevlisi Deniz Onur Erman, 13 Ekim-1 Kasım 2008 tarihleri arasında davetli misafir sanatçı olarak ABD Harvard Üniversitesi tarafından "Harvard Üniversitesi Sanat Programları/Seramik Bölümü'ne (Office For The Arts at Harvard / Ceramics Program) davet edildi. "Çamurdan Hikâyeler 2008" (Tales of Clay - 2008) başlıklı bir seminer de veren sanatçı, ayrıca 2004'ten bugüne üzerinde çalıştığı yeni bir tekniği "Demir Talaşının Porselen Bünye İle Birlikte Kullanımı" (Use of Iron Spangles on Porcelain Body) uygulamalı bir çalıştaya sundu. Sanatçının ürünlerinden bir tanesi de, üniversitenin Aralık ayında Boston'da gerçekleştireceği 'Sonbahar-Kış Karma Seramik Sergisi'ne seçildi.



## Tales of clay in USA

Gazi University Faculty of Fine Arts Research Assistant Deniz Onur Erman was invited to Office For The Arts at Harvard / Ceramics Program by Harvard University, USA as a guest artist, from October 13 to November 1, 2008. The artist, who presented a seminar entitled "Tales of Clay - 2008", also presented a new technique she has been working on since 2004 in an applied workshop titled "Use of Iron Spangles on Porcelain Body". One of the works of the artist was selected for the "Fall-Winter Mixed Ceramic Show" to be held by the University in Boston in December.

## 7.Mashiko Seramik Yarışması

Yirminci yüzyılın en önemli seramik sanatçılarından biri olan Shoji Hamada'nın yaşadığı ve çalıştığı yer olan Japonya'nın Mashiko kentinde düzenlenen 7'inci Mashiko Seramik Yarışması sonuçlandı. En büyük ödülüne Shoji Hamada adına verildiği yarışmada 437 sanatçının 555 adet çalışması değerlendirildi. Japonya dışından da, sekiz farklı ülkeden 22 eser yer aldı. Bunlardan yalnızca beşinin yer aldığı 94 eser çeşitli ödüllere layık görüldü. İki adet birincinin olduğu yarışmada Hikaru Momoda, "Square plate" isimli işiyle Shoji Hamada ödülüne, Taku Suzuki, "Flower bowl" isimli işiyle Shoji Kamoda ödülüne layık görüldü. Türkiye den katılan Ömür Tokgöz' ün de "juri takdir ödülü" aldığı yarışmanın sergisi 12 Ekim-07 Aralık 2008 tarihleri arasında Mashiko Museum of Ceramic Art'da gerçekleşti.

Ömür Tokgöz



## 7. Mashiko Ceramic Contest

The 7th Mashiko Ceramic Contest held in the city of Mashiko in Japan where Shoji Hamada, one of the most important ceramic fine artists of the twentieth century lived and worked. Five hundred fifty-five works of 437 artists were evaluated at the contest where the grand prize was handed out in the name of Shoji Hamada. Also, there were 22 works from eight different countries other than Japan, of which only five were among the 94 works which received prizes. At the contest where there were two first prize winners, Hikaru Momoda received the Shoji Hamada award with his work named "Square plate"; Taku Suzuki received the same prize with the work "Flower bowl". The exhibition of the contest where Ömür Tokgöz from Turkey received "jury special award" was held at Mashiko Museum of Ceramic Art, from October 12 to December 07, 2008.

## Düşünen kafalar enstelasyonu

Düşünen kafalar enstelasyonu: TÜYAP 2008 Sanat Fuarı'na Koridoor Çağdaş Sanatlar Programı Sınırsız Sergisi'ne Elhan Ergin 'Düşünen Kafalar' enstelasyon çalışmasıyla katıldı. Dokuz adet pişmiş terracotta seramik heykel ve metal konstrüksiyondan oluşan enstelasyon 1-9 Kasım 2008 tarihlerinde Koridoor Sanat standında sergilendi.

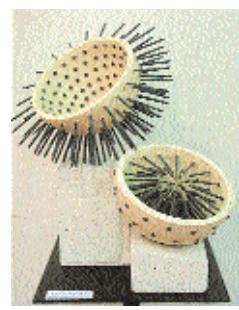


## Thinking heads installation

Elhan Ergin participated in the Koridoor Contemporary Arts Program-No Boundaries Exhibition in TÜYAP 2008 Art Fair with the 'Thinking Heads' installation work. The installation, comprising nine fired terracotta ceramic statues and metal construction work was on display at Koridoor Art stand November 1-9, 2008.

## Grup Sır'dan alternatif seramikler

Yurtçi ve yurtdışındaki sergi, bienal ve çeşitli etkinliklere alternatif seramik çıkışlı işler yaparak çağdaş Türk seramik sanatını paylaşan Grup Sır, 1- 9 Kasım 2008 tarihlerinde 18'inci düzenlenen ARTİST 2008/Istanbul Sanat Fuarı'na katıldı. 2007'de Damla Yeşiloğlu tarafından kurulan, Zuhal Bilginalp, Ata Öztürk, Tülin Özyurt, Fatma Sağı, Korkut Sönmez ve Ebru Zarakolu'dan oluşan Grup Sır, her biri bağımsız seramik işler yapan Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitü çıkışlı sanatçılarından oluşuyor.



## Alternative ceramic ware by Group Sır

Group Sır, sharing the contemporary Turkish ceramic art by producing alternative ceramic based works for exhibitions, biennales and various events locally and internationally, participated in the ARTİST 2008/Istanbul Art Fair, 18th of which was held November 1-9, 2008. Group Sır started by Damla Yeşiloğlu in 2007, comprising Zuhal Bilginalp, Ata Öztürk, Tülin Özyurt, Fatma Sağı, Korkut Sönmez and Ebru Zarakolu, is constituted by artists from Marmara University Fine Arts Institute, who all individually produce independent ceramic works.



Ebru Zarakolu

Damla Yeşiloğlu

Zuhal Bilginalp

# 2008 Uluslararası Seramik Sanat Forumu

28 Eylül – 10 Ekim 2008 arasında Çin'in Zibo şehrinde yapılan Uluslararası Seramik Sanat Forumu, Çinli Usta Li Ziyuan ve Shandong Eyaleti Zibo Seramik Sanat Derneği sponsorluğunda gerçekleştirilen iki haftalık bir sergi, çalıştay ve sempozyumu. Türkiye, Yunanistan, Arjantin, ABD ve Kore'den 16 ziyaretçi sanatçı, özgün eserler yaratma, pişirme, seramik beceri ve tekniklerini paylaşma konusunda Çinli sanatçılar ile birlikte çalıştı. Türkiye'den M.Tüzüm Kızılcan, Mutlu Başkaya, Feyza Özgündoğdu ve Doğan Özgündoğdu davetli idiler. Bu foruma katılan diğer sanatçılar; Li Zyuan, Kim Yong Moon, Lee Middleman, Kerri Le Buxton, Chen Yimo, Tom Decker, Kim Yong Yoon, Maro Kerasioti, Josifina Kosma, Li Kechang, Lee Bock Kyou, Bob Pool, Qu Yong, Elisabeth Le Retif, Jae Cheon Sim, Brian Snapp, Brad Evan Taylor, Christos Tsimpourlas, Vilma Villaverde, Wang Yijun ve Yan Xiangong idi.

2008 Forumu, başlangıçta Koreli seramik usta Kim Yong Moon'un Çin ve Kore'de düzenlediği önceki çalıştaylarından doğdu. Resmi sunumlar, bir geleneksel Çin "moto-gama" fırının yapımı ve "Uluslararası Ustalarlardan Seçilmiş Seramik Eserler" başlıklı sert kapaklı bir kitap 2008 Forumu'nun parçaları idi. Sanatçıların sunuş konuları onların stil ve eserleri kadar değişkenlik gösteriyordu. Eserleri, pişirme ve öğretim teknikleri konusundaki sunușlar yanında katılımcılar, kendi ülkelereinde seramik sanatının durumunu, ortamlarını ve kültürlerini de irdelediler. Başarılı etkileşimin sonucunda Li Ziyuan, hem Asya'da hem de diğer kıtalarda bu forumların sürdürülmesini sağlayacak yeni bir dünya seramik derneğinin – Uluslararası Seramik Sanatı Derneği – kurulmasını önerdi. Bir sonraki forumun planlanan tarihi 2010. Forum ayrıca Li Ziyuan Sanat Merkezi Müzesi'nin açılışına da vesile oldu. Katılan sanatçılar ülkelerinden iki veya daha fazla sayıda eserlerini sergilediler. Bu eserler müzenin yeni koleksiyonuna bağışlandı. Shandong Teknoloji Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi'ne yaptığı bir ziyarette Kim Yong Moon, resmen bir seramik sanat yardımcı profesörü olarak tayin oldu. Kitabın önsözünde usta Li Ziyuan "Seramik sanatının muazzamlığına kıyasla kitap, sadece bir buzdağının ucudur. Biz çabalarımızla daha fazla seramik sanatçısı arasında anlayış ve görüş değiş-tokuşu oluşturmayı ve seramik sanatının gelişmesini hızlandırmayı ümit ediyoruz" diyor. Bu forum, bu hedefe doğru atılmış mükemmel bir adımdı.

**Lee Middleman, seramik sanatçısı, ABD**

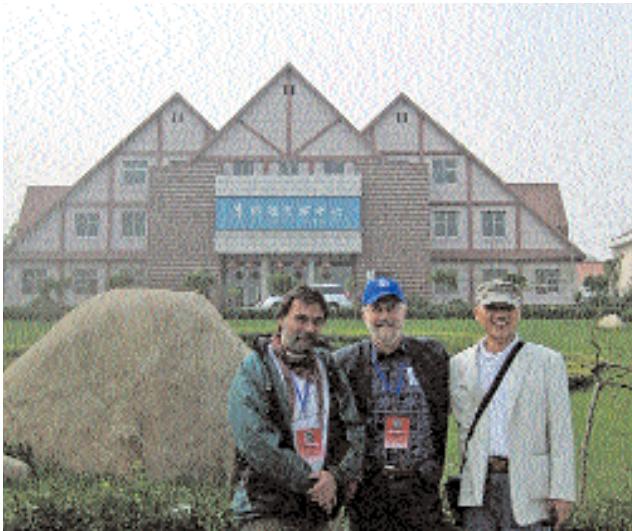
# 2008 International Ceramic Art Forum

Held in Zibo City, China from September 28 to October 10, 2008, The International Ceramic Art Forum was a 2-week exhibition, workshop, and symposium sponsored by Chinese Master Li Ziyuan and the Ceramic Society of Art of Zibo, Shandong Province. 16 artists visiting from Turkey, Greece, Argentina, United States, and Korea worked with Chinese artists to create and woodfire original works and to share ceramic skills and techniques. M.Tuzum Kızılcan, Mutlu Baskaya, Feyza Ozgundogdu, and Dogan Ozgundogdu were invited from Turkey. Other artists who participated in this Forum were Li Zyuan, Kim Yong Moon, Lee Middleman, Kerri Le Buxton, Chen Yimo, Tom Decker, Kim Yong Yoon, Maro Kerasioti, Josifina Kosma, Li Kechang, Lee Bock Kyou, Bob Pool, Qu Yong, Elisabeth Le Retif, Jae Cheon Sim, Brian Snapp, Brad Evan Taylor, Christos Tsimpourlas, Vilma Villaverde, Wang Yijun, Yan Xiangong,

The 2008 Forum was an outgrowth of several earlier workshops in China and Korea originally organized by Korean Master Potter Kim YongMoon. The 2008 Forum was enhanced by formal presentations, construction of a traditional Chinese "moto-gama" kiln and the publication of a 150-page, hardcover book entitled "Selections of Ceramic Art From International Masters." The artists' presentation topics were as varied as their styles and works. In addition to lectures on their works, firing and teaching techniques, participants discussed the status of ceramic art in their country, their environment and culture. As a result of the successful interaction, Mr. Li Ziyuan proposed founding a new world ceramic association - the International Ceramic Art Association - to continue these forums, hopefully on other continents as well as Asia. The next forum is tentatively set for 2010.

The Forum was the occasion of the opening of the Li Ziyuan Art Center museum. Attending artists displayed two or more of their works from their home country. These works were donated to the museum's new collection. During a visit to the School of Fine Arts at the Shandong University of Technology, Mr. Kim YongMoon was formally appointed an adjunct professor of ceramic art. In the preface to the book, Master Li Ziyuan wrote, "Compared to the immensity of ceramic arts, the book is merely the tip of an iceberg. We hope, with our effort, to bring understanding and exchanges among more ceramic artists, and to accelerate the development of ceramic art." This forum was an excellent step toward this goal.

**Lee Middleman, ceramic artist, United States of America**





Germiyan Saatçioğlu

Taner Kavas

# Türk Seramik dünyası Afyon'da buluştu

## World of Turkish Ceramics meet in Afyon

VII. Uluslar arası Katılımlı Seramik Kongresi 26–28 Kasım 2008 tarihlerinde Afyonkarahisar'da gerçekleştirildi. Afyon Kocatepe Üniversitesi ve Türk Seramik Derneği tarafından düzenlenen kongre; seramik sanatı, bilimi ve endüstrisini bir araya getirdi. Seramik alanında Türkiye'deki en önemli organizasyonlardan biri olan Kongreye yerli ve yabancı 30 davetli konuşmacı katılırken, çok sayıda sanatsal ve bilimsel bildiri sunulup, poster sunumlar yapıldı. Kongrenin başarılı organizasyonu; adını Kurtuluş Savaşı'nda Türk ulusunun düşmanlara karşı koyma iradesinin simgesi olan Kocatepe'den alan ev sahibi üniversitenin adına yaraşır bir düzeyde gerçekleştirildi.

Kongre kapsamında jüri karma seramik sergisi de düzenlendi. Sergiye yerli ve yabancı birçok sanatçı eserleriyle katkıda bulundu. Güngör Güner'de, Türkiye'de işlenen töre cinayeti kurbanları ile geçtiğimiz yıl Gebze'de öldürülen İtalyan barış elçisi Pippa Bacca anısına yaptığı "İsimsiz" adlı eseriyle katıldı. Sergide ayrıca, Türkiye'den Beril Anılanmert, Halil Yoleri, Hamiye Çolakoğlu, İsmail Yardımcı, M.Tüzüm Kızılcan, Ömer Görkem, Sevim Çizer, Soner Genç, Zehra Çobanlı ve 29 genç sanatçının eserleri yer aldı. İngiltere'den David Jones, Gareth Mason, Hollanda'dan Deirdre McLouglin, Bulgaristan'dan Hristo Yonkov ve Maria Yonkova'da katılan yabancı sanatçılardı.



Güngör  
Güner

The 7th Ceramics Convention with International Participation was held November 26-28, 2008 in Afyonkarahisar. The convention organized by Afyon Kocatepe University and Turkish Ceramics Association brought together the art, science and industry of ceramics. Local and foreign, 30 guest speakers participated in the convention which is one of the most important organizations in the field of ceramics in Turkey, where a large number of artistic and scientific papers and posters were presented. The successful convention organization was held at a level befitting of the name of the host University which gets it from Kocatepe which is the symbol of the Turkish nation's will to resist the enemies in the War of Independence.

A juried group ceramic show was organized on the occasion of the convention. Local and foreign, many artists, participated in the show with their works. Güngör Güner participated with a work called "Untitled" built in the name of the victims of honor killings committed in Turkey and in the memory of Italian peace ambassador Pippa Bacca who was murdered in Gebze last year. Also, works by Berin Anılanmert, Halil Yoleri, Hamiye Çolakoğlu, İsmail Yardımcı, M.Tüzüm Kızılcan, Ömer Görkem, Sevim Çizer, Soner Genç, Zehra Çobanlı and 29 young artists were featured at the show. Participating foreign artists were David Jones and Gareth Mason from Britain, Deirdre McLouglin from Holland, and Hristo Yonkov and Maria Yonkova from Bulgaria.

# “MİMARLIĞIN SIRRI ALMADAN VERMEKTİR”



“Yaşadığımız dönemdeki teknik olnaklardan en üst düzeyde yararlanarak, daha önce yapıldan ileri, daha sonra yapılacağı öncü projeyi yapmayı amaçlıyorum. Önümüzdeki dönemde, doğaya uyumlu tasarım düşüncesi ile gelişmiş teknolojinin optimum uyumu konusundaki çalışmalar öne çıkacaktır. İyi bir mimarın yetişmesinde, en önemli etken kültür birikimi. Türkiye'de mimarlıkla ilgili eşsiz bir birikime sahibiz”

**Ayşe Hasol Erktin:**

**The secret of  
being an architect  
is giving without  
taking**

“I'm aiming to do the project which is the vanguard of, which is to be done later, more advanced than previously done, making use at the highest level, of the technical capabilities of our period. In the upcoming periods, work on the concept of design in harmony with nature and optimum harmony of advanced technology will come forward. The most important factor in development of a new architect is accumulation of culture. We have a unique accumulation in connection with architecture in Turkey”

## Serife Deniz Ulueren

Ayşe Hasol Erktin HAS Mimarlık Ltd. çatısı altında geçirdiği yirmi yıllık dönemde, aralarında Anadolu Sağlık Merkezi ile Swissotel Grand Hotel Efes projelerinin de olduğu ve küresel uzmanlıklar içeren çeşitli konut, ofis, otel ve sağlık projelerini yönetiyor. Erktin, HAS'ın dünyaca ünlü mimarlık firmaları olan Skidmore, Owings and Merrill (SOM) ile 1993 yılında, Rees Associates, Inc. ile 1999 yılında, NBBJ ile 2003 yılında, Pei Cobb Freed & Partners ile 2006 yılında, Llewelyn Davies Yeang ile 2007 yılında başarılı iş ortaklıkları kurmasında etkin rol alıyor. Harvard University Graduate School of Design'dan yüksek lisansını alan Ayşe Hasol Erktin, daha önce sırasıyla, Boğaziçi Üniversitesi İşletme Bölümü yüksek lisans, İstanbul Teknik Üniversitesi Mimarlık Bölümü ve Robert Kolej'i tamamıyor. Urban Land Institute (ULI) Türkiye İcra Kurulu üyesi olup, 2000-2001 döneminde İstanbul Proje Yönetim Derneği başkanı, 1997-2002 döneminde de Harvard Mezunlar Derneği başkan yardımcısı olarak görev yapıyor. Erktin'in yazı ve konferansları, yaratıcılığın yönetimi ve tasarımın değeri üzerinde yoğunlaşıyor.

### **Yapılaşma ve kentleşmenin sürdürülebilir olması için neler yapılmalı veya planlı bir gelecek için mimarlara düşen görevler nelerdir?**

Sürdürülebilirlik için önkoşul, gerek fiziksel, gerekse doğal çevreden "almadan vermek"... Yani yarattığınız projenin, eski mevcut durumdan daha iyi bir ürün olması; doğayı, teslim aldığından daha iyi bir durumda teslim etmesidir.

### **Mimarlık mesleği size neyi ifade ediyor, Türk mimarisinin geçmişini, bugünü ve yarısını değerlendirecek olursanız...**

Mimarlık eğitimi kişiye geniş ve sonsuz bir ufuk kazandırıyor. Yaşama çok yönlü bakılmayı, aynı anda birden çok etkeni bir arada değerlendirme yetisini sağlıyor. Yenilik ve ilerleme dürtüsünün yanısıra, somut bir ürün yaratmanın tatminini yaşıyor. Kazanılan bütün bu yetileri, toplumun yaşam niteliğini belirlemek için kullanmanız bekleniyor. Bu, çok ağır bir sorumluluk. Bu ciddi sorumluluğu bilinçli kullanmak gerekiyor. Üretilen her projenin, sözünü ettigim gibi, gerek fiziksel gerekse doğal çevreden "almadan verme"si gerekiyor.

Üzülerek belirtmeliyim ki bugün, devlet eliyle yapılanlar dahil üretilen pek çok yapı, değil "almadan vermek", göz göre göre geleceğimizi çalışıyor. Öte yandan, geçmişten gelen eşsiz bir mimarlık kültürümüz var. Günümüzde bu kültürü başarıyla temsil eden, dünyadaki meslektaşlarından hiç de geri kalmayan, yetenekli bir kuşak var. Ne yazık ki hızlı nüfus artışı, göçler ve buna

Mimarlık eğitimi kişiye geniş ve sonsuz bir ufuk kazandırıyor.

Yaşama çok yönlü bakılmayı, aynı anda birden çok etkeni bir arada değerlendirme yetisini sağlıyor.

Ayşe Hasol Erktin, in the period of twenty years she spent under the roof of HAS Mimarlık Ltd., directed various residential office, hotel and medical projects including Anadolu Health Center and Swissotel Grand Hotel Efes projects which involve global expertise. Erktin has played an important role in HAS's establishing successful business partnerships with world famed architectural firms Skidmore, Owings and Merrill (SOM) in 1993, Rees Associates, Inc. in 1999, NBBJ in 2003, Pei Cobb Freed & Partners in 2006 and Llewelyn Davies Yeang in 2007. Ayşe Hasol Erktin, who received her Master's Degree from Harvard University Graduate School of Design, previously has studied in reverse chronological order, at Boğaziçi University Business Administration graduate program, İstanbul Technical University School of Architecture and Robert College. She is a member of Urban Land Institute (ULI) Turkish Executive Board and has served as Istanbul Project Management Association President in 2000-2001 and Vice-President of Harvard Alumni Association in 1997-2002. The articles and conferences of Erktin concentrate on the management of creativity and value of design.

### **What should be done so that build up and urbanization be sustainable or what are the duties of architects for a planned future?**

The precondition for sustainability is "giving without taking" from either the physical or natural environment... This means that the project you create is a product better than the former situation, delivering the nature in a state better than when it took delivery of it.

### **What does the profession of architect mean for you? Could you assess the past, present and tomorrow of Turkish architecture?**

Architectural studies bring a broad and endless horizon to the individual. It affords one the capability to have a multi-directional look at life and to evaluate multiple factors together at the same time. In addition to the urge for innovation and advancement, it gives you the satisfaction of creating a concrete product. You are expected to use all these gained capabilities for determining the quality of life of society. This is a very strong responsibility. This strong responsibility must be used consciously. As I said, each generated project must "give without taking" from both the physical and also the natural environment. Unfortunately, I have to say that including those done by government, many buildings created, let alone giving without taking, steal our future in front of our eyes. On the other hand we have a unique culture of architecture coming from the past. There is a talented

Architectural studies bring a broad and endless horizon to the individual. It affords one the capability to have a multi-directional look at life and to evaluate multiple factors together at the same time.

bağlı sorunlar, toplumun mimarlık bilincinin aynı hızda gelişmesini engelledi. En basit alışverişte bile “en ucuz” değil, “en iyi” aranırsak, mimarlık söz konusu olduğunda, “en ucuz”un tercih edilmesini anlamakta güçlük çekiyorum. Sözünü ettiğim yetenekli kuşak, geniş kitlelerin “ucuzluk karşılığında sıradanlık” bekłentilerini karşılayamazdı. Gündümüz mimarlığıyla ilgili, zaman zaman umutsuzluğu kapılmamızın nedeni budur. Türkiye’de, en basit alışverişte bile “iyiyi” aramak için gösterilen özen, mimarlık için de gösterildiği zaman, mimarlığın geleceğinin çok parlak olacağına inanıyorum.

**Ekolojik tasarım, ekolojik mimari artık alanınız.. Sizin ekolojik mimarlık ile vermek istediğiniz mesaj nedir?**

Çevrenin ve teknolojinin azami uyumunu gerektiren “yeşil tasarım” araştırma-geliştirme, etkinliklerimizin başında yer alıyor. HAS

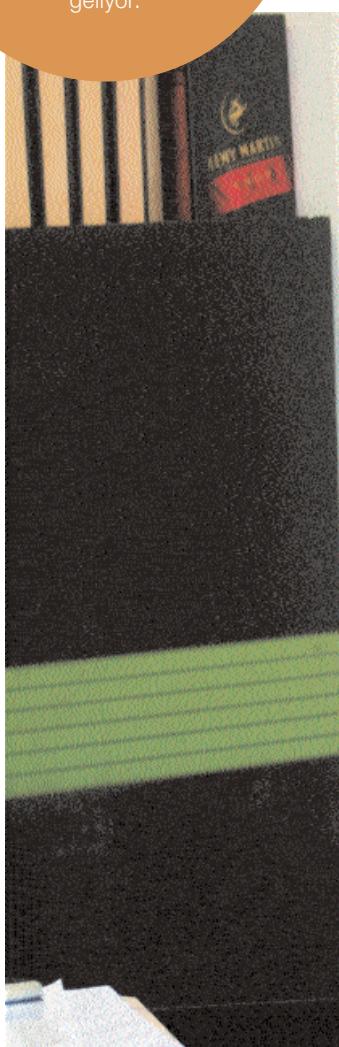
Mimarlık’ta, 2000’li yılların başında, ekolojik tasarımın geleceğin belirleyicisi olacağını düşünerek, bir çekirdek mimar grubunu, bu konuya araştırmakla görevlendirdik. İki kişilik ekip işe öncelikle, ABD’deki ve Avrupa’daki sertifikasyon sistemlerini inceleyerek başladı. O tarihlerde, gelişmiş ülke

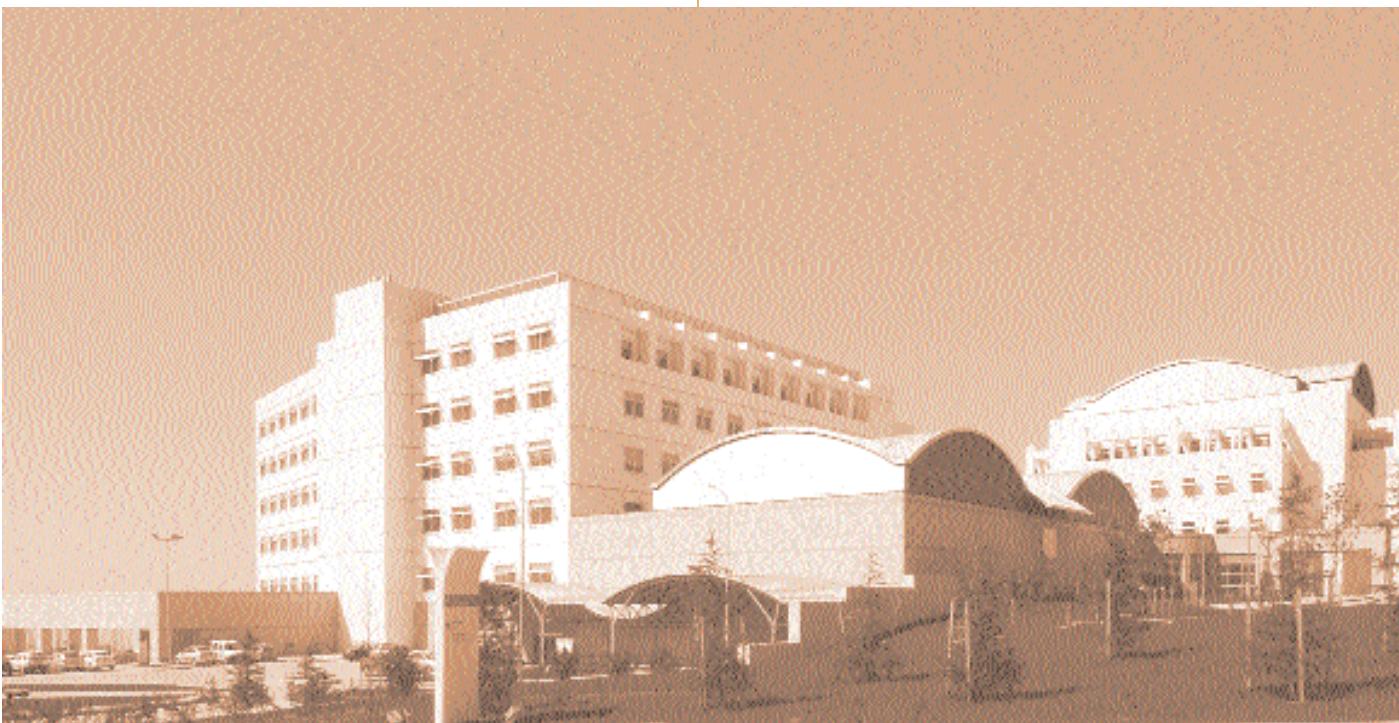
generation today representing this culture successfully without falling behind their colleagues in the world. Yet, the rapid rise in population, migration and related problems have prevented the advancement of the architectural awareness of the society at the same pace. I find it hard to understand why “the cheapest” is opted for when it comes to architecture when not “the cheapest” bus “the best” is sought even in the simplest shopping transaction. The talented generation I talked about could not have met the expectations of mass populations of ordinariness in consideration of cheap price. This is why sometimes we fall into despair in connection with the architecture of today. When the diligence displayed for seeking the good even in the cheapest shopping transaction is shown also for architecture, I believe that the future of architecture will be very bright.

**Now, ecological design, ecological architecture is your field. What is the message you want to give by ecological architecture?**

The “green design” which requires maximum harmony between the environment and technology leads our research and development activities. At HAS Mimarlık in early 2000s, thinking that ecological design will be determinant for the future; we assigned a core group of architects the task of researching the subject. The two-

Ekolojik tasarım eğitimimiz o denli gözde hale geldi ki birlikte çalıştığımız firmalardan veya işverenlerimizden dahi bu eğitime katılmak için talep geliyor.



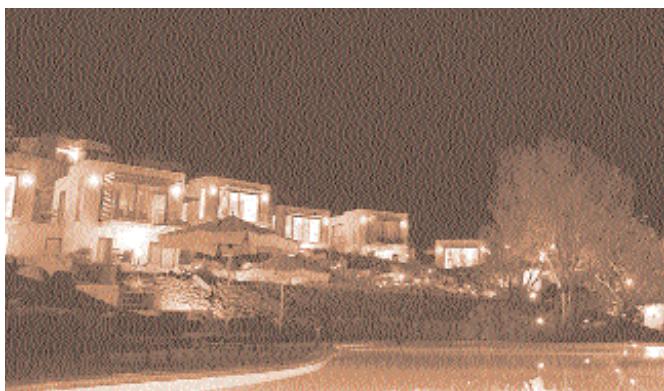


lerde dahi "gelişmemiş" nitelikte olan belgelendirme sistemleri, gene de başlangıç aşaması için yolumuzu çizmemizde yönlendirici ve eğitici oldu. Çekirdek araştırma ekibimiz, bulgularını bir sunum halinde, bütün HAS ekibine aktardı. Bu sunumlar, bir gelenek halinde, elden ele devredilerek, her dört-beş ayda bir tekrarlanıyor. Ekolojik tasarım eğitimimiz o denli gözde hale geldi ki birlikte çalıştığımız firmalardan veya işverenlerimizden dahi bu eğitime katılmak için talep geliyor. Sektörün her kesiminden katılımla gerçekleşen eğitimler, bu dinamik etkileşimle her geçen gün güncelleşerek bilgi birikimimizi artırıyor.

HAS Mimarlık, bu araştırmalarının somut uygulamasını, İTÜ Maslak yerleşkesinde, ekolojik araştırmalar için hazırladığı projeye gerçekleştiriyor. Bu proje, sıfır enerji ilkesiyle çalışıyor. Bir başka deyişle, ısıtma ve soğutma için gereken enerjiyi, binanın kendisi, yenilenebilir enerji kaynaklarıyla üretiyor. Projenin bir başka özelliği de tamamen gönüllülük esasıyla yapılıyor olması. Yapı-Endüstri Merkezi'nin organizasyonuyla, birlikte çalıştığımız gönüllü uzmanların her birinin kendi alanında birer öncü olması da ekip çalışmاسına, rüya takımı ruhu getiriyor.

person team started by reviewing the certification systems in the US and Europe. Those days, the certification systems which were not even "advanced" in developed countries, still helped us draw our course for the beginning stage. Our nucleus research team submitted its findings to the whole HAS team in a presentation. These presentations are repeated every four-five months as a tradition. Our ecological design course became so popular that we get demands from our partner firms or our clients to participate in this course. The courses held with the participation of every segment of the industry, enhances our accumulation of knowledge, being updated through this dynamic interaction.

HAS Mimarlık realizes a concrete application of these studies in ITU Maslak Campus with the project it prepared for ecological research. This project runs on the principle of "zero energy". In other words, the building itself generates the power needed for heating and cooling through recyclable energy resources. Another feature of the project is that it is done totally on voluntary basis. That each





Ayşe Hasol Erktin - Şerife Deniz Ulueren

### Mimarlığın anatomisini belirleyen etmenler, kriterler nelerdir sizce?

HAS Mimarlık'ta hazırladığımız projelerde, deneyimi olsun veya olmasın, her arkadaşımızın yaratıcı katkısını almaya çabalarız. Bu nedenle, her projenin kendi dinamiği içinde, o projenin kısıtları ile değişik bir karakteri oluşuyor. Ancak, çağdaşlık, yalınlık ve işlevsellik çerçevesinde, çevreye uyumlu tasarım anlayışının tüm projelerimizde yer olması çabasındayız. Özellikle benim gözettığım önkoşul, gerek fiziksel, gerekse doğal çevreden "almadan vermek"... Zorda kalıp alırsak da daha çoğunu vermek... HAS Mimarlık'ın çok önemli bir özelliği, mimarlığa yalnızca bir tasarım tutkusunu olarak değil, aynı zamanda belirli bir üretim mantığı içinde ve çok sayıda uzmanın katılımıyla tamamlanacak bir ürün olarak bakmasıdır. Tasarım sürecinde uyguladığımız beyin firtınası ile mühendislik dalları koordinasyonu için yaptığımız ekip çalışmaları bu amaca hizmet ediyor.

### Sürdürülebilir mimarlığın çarpıcı örneklerinden bahsederseniz, bundan sonra zaman nasıl bir sürdürülebilir gelişmelere yol açacak sizce?

Günümüzde mimarlık, malzeme ve teknolojinin olanaklarına bağlı olarak şekilleniyor. Çeşitli alanlarda yapılan bilimsel araştırmalar, yapılmak teknolojisini de etkiliyor.

Günümüzde mimarlık, malzeme ve teknolojinin olanaklarına bağlı olarak şekilleniyor. Çeşitli alanlarda yapılan bilimsel araştırmalar, yapılmak teknolojisini de etkiliyor.

one of the volunteer experts we work with is a leader in his or her own field through Yapı-Endüstri Merkezi's organization brings a "dream team spirit" to this team work.

### What are the factors or criteria determining the anatomy of architecture?

In projects we prepare at HAS Mimarlık, we strive to obtain the creative contribution of each colleague, experienced or not. Hence, each project gets a different character under its own constraints within its own dynamics. However, we want the environmental friendly design concept, its part of all our projects under the framework of contemporariness, plainness and functionality. The precondition I further most is "giving without taking" from either the physical or the natural environment... To give more even if we have to take something.... A very important characteristic of HAS Mimarlık is its perspective on architecture not just as a design passion but also a product which will be completed within a specific logical production with the participation of many experts. The brainstorming we apply during the design phase and theme work we conduct for engineering discipline coordination, all serve this purpose.

### If you should talk about the striking examples of sustainable architecture, how will time lead to sustainable developments from now on?

Today, architecture is shaped based on the capabilities of materials and technology. The scientific research done in various fields also affect construction technology. I believe that in the upcoming periods, there will be changes in our habits in connection with old materials and construction systems. In addition, positioning based

Yaşadığımız dönemdeki teknik olanaklardan en üst düzeyde yararlanarak, "daha önce yapılan"dan ileri, "daha sonra yapılacak"a öncü projeyi yapmayı amaçlıyorum.

yor. Önümüzdeki dönemde, eski malzeme ve yapım sistemi alışkanlıklarımızda değişiklikler olacağı düşününcesiyim. Bunların yanısıra, güneşe göre yönlenme, doğal aydınlatma, soğuktan kaçınma gibi, atalarımızın benimsediği doğal yapım mantığı yeniden önem kazanacak.

Doğaya uyumlu tasarım düşüncesi ile gelişmiş teknolojinin optimum uyumu konusundaki çalışmalar öne çıkacaktır.

**İstanbul silueti sürekli değişiyor, tarihi bir yarımadadan ziyade artık gökdelen ve plazaların yerini aldığı bir metropol görünümünde. Sizin hayalinizde nasıl bir İstanbul yatıyor, İstanbul mimarisi çizereniz...**

Her geçen gün kentlerde yaşayan nüfus artıyor. Bu koşullarda, yapılaşmadan kaçmak olanaksız. Buna karşılık, toprak sınırlı. Doğayı mümkün olduğu kadar az zedelemek için de yer yer yoğun ve yüksek yapılışma gerekmekte. Kent içinde şehircilik ilkeлерine uygun olarak belirlenmiş bazı noktaları yoğun ve yüksek yapılışmaya açmak; ancak her türlü yeni yapılışmada, "gelenin giğeni aratmayacağı" bir mimarlık anlayışıyla, seçkin mimarlık örneklerinin talep edilmesi gerekiyor. Sözünü ettiğim gibi, en basit alışverişte bile gözümüz "en ucuzu değil, en iyisi" ilkesinin, mimarlık için de geçerli olması beklenmeli.

**Tasarım; ekmek gibi, su gibi, mimarlıkta öyle yaratıcılığı sınır tanımayan alanlar. Sizin mimarlık, tasarım gibi ifadelere bakış açınız nedir?**

Yaşadığımız dönemdeki teknik olanaklardan en üst düzeyde yararlanarak, "daha önce yapılan"dan ileri, "daha sonra yapılacak"a öncü projeyi yapmayı amaçlıyorum.

**Türkiye'de mimarlık eğitiminin geldiği nokta sizi mutlu ediyor mu? Her şey eğitim mi, iyi bir mimarın yetişmesinde en önemli kriterler veya gelecek nesil mimarlara tavsiyeleriniz neler olabilir?**

İyi bir mimarın yetişmesinde önemli etkenlerin başında kültürel birikim geliyor. Çok gezmek, görmek, özellikle de baktığını görmek, iyi kötüğün ayıratılmayı sağlıyor. Türkiye'de mimarlıkla ilgili eşsiz bir birikime sahibiz. Bu birikimin bilincinde olmak, anlamlamak, özümsemek ise ailede ve okulda verilen ilk eğitime bağlı. Öğretim kadrosu yeterli olan üniversitelerin mimarlık öğretiminin tatmin edici düzeyde olduğunu söyleyebiliriz. Ancak öğretimin amacına ulaşabilmesi için, gelen öğrencinin de kültürel altyapısının yeterince pekişmiş olması gerekiyor. ●

on the sun, natural lighting, avoiding the cold will all become important once again as it was the case for our ancestors. In the upcoming periods, work on the concept of design in harmony with nature and optimum harmony of advanced technology will come forward.

**The silhouette of Istanbul is continuously changing; now it has the look of a metropolis with skyscrapers and plazas rather than a historical peninsula. What kind of Istanbul lies in your dreams; if you would draw the architecture of Istanbul...**

The population living in cities is growing everyday. Under these conditions, it is impossible to avoid build up. Yet, land is limited. Dense and high build up is necessary to injury nature as little as possible. What is needed is to open certain designated points to dense and high build up in line with urban planning principles but to demand the examples of distinguished architecture under an architectural concept where "the new will not make us yearn for the old" in any new build up. As I said earlier, it should be expected that the principle of "not the cheapest but the best" which we further in the simplest shopping transaction should also apply to architecture.

**Architecture, like design, bread and water are fields with no boundaries for creativity. What is your perspective on terms like architecture and design?**

I'm aiming to do the project which is the vanguard of, "which is to be done later", more advanced than previously done, making use at the highest level, of the technical capabilities of our period

**Does the point architectural programs in Turkey have reached make you happy? Is education everything; what are the most important criteria in grooming of a good architect and what may your recommendations be for the future generation architects?**

Cultural accumulation is the leading factor in development of a good architect. To travel a lot, to see and especially "to see what you look at" allows you to differentiate between the good and the bad. In Turkey, we have a unique accumulation in connection with architecture. Yet, to become aware of this accumulation, to understand and absorb it, depends on the initial education provided in the family and at school. We can say that the architectural programs of universities with qualified academic staff are at a satisfactory level but the cultural infrastructure of the incoming student must also be sufficiently jelled so that education may achieve its objective. ●

I'm  
aiming to do the  
project which is the  
vanguard of, "which is to be  
done later", more advanced than  
previously done, making use at  
the highest level, of the  
technical capabilities of  
our period

Türkiye'nin tek seramik mühendisliği bölümü

Turkey's only ceramics engineering department

# DUMLUPINAR

Üniversitesi Seramik Mühendisliği Bölümü

University Ceramic Engineering Department



Kütahya is the first province which comes to mind when one talks about ceramic and the ceramic culture in Turkey. This city of ceramics, which has hosted the most important milestones of our eight thousand years old ceramic culture, is providing a significant contribution to the development of the industry with Dumlupınar University Ceramic Engineering Department which is unique in its field today.

Türkiye'de seramik ve seramik kültürү dendiginde ilk akla gelen ildir Kütahya. Sekiz bin yıllık seramik kültürümüzün önemli dönemeçlerine ev sahipliği yapan bu seramik kenti, bugün alanında tek olan Dumlupınar Üniversitesi Seramik Mühendisliği Bölümü ile sektörün gelişimine önemli bir katkı sağlıyor.

Yerleşim tarihi itibariyle yedi bin yıllık bir geçmişe sahip olan Kütahya, Türkiye'de seramik kültürünün önemli merkezleri arasında yer alıyor. Çinili Cami, Çinili Çeşme ve Çinili Hamam bu kültürün günümüze ulaşan muhteşem eserlerinden bazıları. Kütahya, aynı zamanda topraklarında barındırdığı uygarlıklara ait çok zengin bir kültürel mirasında sahibi. Seramik kaplama ve sağlık gereçleri malzemeleri, refrakter tuğla, cam, seramik hammadde, çini (dekoratif kaplama malzeme ve hediyelik eşya) ve tuğla-kiremit üretimi ile Türkiye'nin önemli seramik üretim merkezleri arasında yer alan Kütahya'da başta bor ve kömür olmak üzere metalik ve endüstriyel hammadde yatakları da bulunuyor. Zengin yeraltı kaynaklarının, el emeği ve ustalıkla bütünüleştigi bu seramik kenti, aynı zamanda Türkiye'nin konusunda sanatçı, mühendis ve bilim adamı yetiştiren tek eğitim yuvası olarak da biliniyor. Dumlupınar Üniversitesi (DPÜ), Mühendislik Fakültesi, Seramik Mühendisliği Bölümü, kentin bin yillara uzanan geçmişiyle seramik kültürünün, bilim ve teknolojiyle harmanlandığı bir okul olarak gelişmesini sürdürüyor.

#### Türkiye'de seramik mühendisliği

Dünya'da seramik imalatına yönelik ilk uygulamalı eğitim 1800'lü yıllarda İngiltere ve Avrupa'da veriliyor. Seramik mühendisliği eğitimi ise 1894'te ABD'deki Ohio State Üniversitesi'nde akademik bir disiplin olarak eğitim faaliyetlerine başlıyor. Türkiye'de 1994'te Dumlupınar ve Anadolu Üniversitesi Seramik Mühendisliği Bölümleri, bu eğitimi akademik bir disiplin altında topluyor. Daha sonra Afyon Kocatepe Üniversitesi bünyesinde açılan seramik mühendisliği bölümü de bir süre seramik mühendisliği eğitimi veriyor. Anadolu Üniversitesi 2001'de, Afyon Kocatepe Üniversitesi de 2006'da seramik mühendisliği bölümlerini kapatarak, malzeme bilimi ve mühendisliği bölümlerine dönüştürüyorlar.

Günümüzde, Türkiye'de dört yıllık lisans eğitimi sadece DPÜ Seramik Mühendisliği Bölümü öğrenci alarak devam ediyor. Ayrıca DPÜ, Fen Bilimleri Enstitüsü yönetmeliklerine göre seramik mühendisliği anabilim dalına, hem yüksek lisans ve hem de Şubat 2007'den itibaren doktora öğrencileri alıyor. DPÜ, 1992 yılındaki kuruluşundan sonra hızla gelişiyor ve yedi fakülte, üç enstitü, üç yüksekokul, dokuz meslek yüksekokul ile dokuz araştırma ve uygulama merkezini bünyesinde barındıran bir üniversite haline geliyor. Yedi bin 500 dönümlük bir alana sahip DPÜ Kampüsü'nda, 30 bin 728 öğrenci eğitim görüp

Kütahya, with a seven-thousand-year history in terms of settlements, is among the most important hubs of the ceramic culture in Turkey. Tiled Mosque, Tiled Fountain and Tiled Bath are some of the magnificent works of this culture which have survived to the present. Kütahya is also the owner of a very rich cultural heritage belonging to civilizations it has accommodated on its soils, too. Kütahya, which is among Turkey's important ceramic production centers with production of ceramic tile and sanitary ware, refractories, glass, ceramics raw materials and china (decorative tile and giftware) and brick-tiles, also has metal and industrial raw material deposits lead by boron and coal. This city of ceramics, where rich underground resources are integrated with handicrafts and mastery, is also known as the only nest of education in Turkey developing artists, engineers and scientists in this field. Dumlupınar University (DPU) Engineering Faculty Ceramics Engineering Department continues developing as a school where the millenniums-old history of the city batched with the culture of ceramics, science and technology.

#### Ceramics Engineering in Turkey

The first applied education on ceramic production in the world was offered in 1800s in England and Europe. Ceramics Engineering programs, on the other hand, have started as an academic discipline at Ohio State University in USA in 1894. In Turkey, in 1994, Dumlupınar and Anadolu Universities Ceramics Engineering Departments placed these courses under an academic discipline. Subsequently, the ceramics Engineering Department opened at Afyon Kocatepe University also has offered Ceramics Engineering programs for a while. Anadolu University in 2001 and Afyon Kocatepe in 2006, closing their ceramics engineering departments, have transformed them into materials sciences and engineering departments.

Presently, only DPU Ceramics Engineering Department continues with the four-year undergraduate programs in Turkey, admitting students. Also, DPU admits both graduate and starting from February 2007, Ph.D. students to the Ceramics Engineering Main Scientific Discipline as per Sciences Institute Regulations. DPU has developed rapidly after its inception in 1992, turning into a University comprising seven faculties, three institutes, three colleges, nine vocational colleges and nine research and application centers. The number of students in the DPU Campus with an area of 7,500 donums is



yor. Üniversitede 28 profesör, 19 doçent, 245 yardımcı doçent, 192 öğretim görevlisi, 54 okutman, 245 araştırma görevlisi ve 5 uzman olmak üzere toplam 788 akademik personel, 489 idari personel ile 81 sözleşmeli idari personel görev alıyor.

#### DPÜ Seramik Mühendisliği Bölümü

Türkiye'nin seramik mühendisliği alanında tek bilim yuvası olan DPÜ, ilk mezunlarını 1998'de veriyor. 14 yılda 738 öğrencinin mezun olduğu bölümde aynı zamanda 42 öğrenci de yüksek lisanslarını tamamlıyor. Bölümün 2008-2009 yılında kayıtlı öğrenci sayısına gelince; lisanta 415, yüksek lisanta 37 ve doktorada 10. Mezuniyetlerinden itibaren çoğunlukla seramik sektöründe çalışmaya başlayan seramik mühendisleri, Türkiye'nin katma değeri en yüksek olan sektörüne büyük bir ivme kazandırıyor. Bu gelişmenin arkasında ise DPÜ Seramik Mühendisliği Bölümü akademik kadrosu yer alıyor. 1 profesör, 3 doçent ve 4 yardımcı doçentten oluşan 8 kişilik öğretim üyesi ve biri doktoralı 4 araştırma görevlisi geleceğin seramik mühendislerini gelişen teknoloji ve kültürel birikimle yetiştirmeye devam ediyor. Ayrıca bölümün diğer üniversitelerde 35'inci maddeye göre doktora eğitiminde olan 4 araştırma görevlisi de bulunuyor. Bölüm öğretim elemanlarının tamamladığı projeler arasında 1 Sixth Framework Programme (FP6) (partner olarak), 3 Devlet Planlama Teşkilatı (DPT), 1 Türkiye

#### Seramik Mühendisliği nedir?

Seramiklerin geliştirilmesi ve üretilmesi ile ilgili bir mühendislik dalı olan seramik mühendisliği, günümüzde uygulamalarıyla geleneksel endüstri alanlarından teknolojinin her alanını kapsayan projelere kadar genişledi. En önemli fonksiyonları araştırma, ürün geliştirme ve üretim mühendisliği olan seramik mühendisleri ise genellikle, endüstriyel seramik tasarımları, seramik kaplama malzemeleri, seramik sağlık gereçleri, seramik mutfağ gereçleri, refakatler, tuğla ve kiremit, çimento, elektronik seramikler, biyo-malzemeler, cam türütüler, aşındırıcılar ve nükleer enerji için yakıt elementleri konularının bir veya birkaçında uzmanlaşıyorlar.

30,728. At the University, in total 788 academic staff comprising 28 professors, 19 associate professors, 245 assistant professors, 192 lecturers, 54 instructors, 245 research assistants and 5 specialists, 489 administrative staff and 81 contracted administrative staff are serving at the present.

#### DPU Ceramics Engineering Department

Turkey's only school of science in the field of ceramics engineering, DPU has produced its first graduates in 1998. Also 42 students have completed their master's studies at the department from which 738 students have graduated in 14 years. Number of enrolled students in 2008-2009 academic year is 415 undergraduate, 37 Master's and 10 Ph.D. students. Ceramics Engineers, who start working mostly in the ceramics industry after graduation, bring a large momentum to this industry with highest added value in Turkey. Underlying this progress is the academic staff of DPU Ceramics Engineering Department. Eight members of faculty comprising 1 professor, 3 associate professors and 4 assistant professors and 4 research assistants continue grooming future ceramics engineers, making use of advancing technology and cultural accumulation. The department also has 4 research assistants studying for their Ph.D. as per Article 35, in other Universities. Among the projects completed by the members of faculty of the department are 1 Sixth Framework Programme (FP6) (as partner), 3 State Planning Organization (SPO), 1 Scientific and Technological Research Council of Turkey (TÜBİTAK) and numerous scientific research projects (BAP). Presently, 1 SPO (Kütahya Design Center) and 1 TÜBİTAK project are in progress. DPU Ceramics Engineering Department has bilateral agreements to be utilized by members of



Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) ve çok sayıda Bilimsel Araştırma Projeleri (BAP) bulunuyor. Şu anda ise 1 DPT (Kütahya Tasarım Merkezi) ve 1 TÜBİTAK projeleri devam ediyor. DPÜ Seramik Mühendisliği Bölümü'nün Polonya'da 2 (Silesian University of Technology, AGH University of Science and Technology), Bulgaristan'da 1 (University of Chemical Technology and Metallurgy) ve Slovakya'da 1 (Slovak University of Technology) üniversiteler ile öğretim üyeleri ve öğrencilerin yararlanacağı ikili antlaşması bulunuyor. Bu program kapsamında DPÜ Seramik Mühendisliği Bölüm Başkanı Prof. Dr. İskender Işık Silesian University of Technology'de bir süre seminer ve dersler veriyor. Silesian University of Technology'den 3 öğretim üyesi ve University of Chemical Technology and Metallurgy 1 öğretim üyesi de DPÜ, Seramik Mühendislik Bölümü'nde seminer ve dersler veriyor. Doç.Dr. Hasan Göçmez'de Japonya, İsveç ve ABD'deki bazı seçkin üniversitelerde araştırma ve incelemelerde bulunuyor. 2008-2009 öğretim yılında da 4 öğrenci Erasmus kapsamında yurt dışında öğrenim görüyor.

#### Tasarım teknoloji geliştirme bölgesi

Alanında yetkin bilim adamlarından kurulu bölümün öğretim üyeleri sadece bilimsel çalışmalara değil aynı zamanda seramik sanatı ve biliminin gelişmesi yönünde kültürel faaliyetlere de katılıyor. 1997'de yapılan VIII. Uluslararası Katılımlı Ulusal Kil Sempozyumu ve 1998'deki II. Uluslararası Kütahya Çini Sempozyumu'nda önemli görevler üstlenen öğretim üyeleri, şimdi 2010 yılında Kütahya'da düzenlemesi planlanan Uluslararası Katılımlı VIII. Seramik Kongresi'ne hazırlanıyor. DPÜ Seramik Mühendisliği Bölümü araştırma ve geliştirme laboratuvarları ile de yeni teknoloji ve teknikleri öğrencilerine aktarıyor. Bölüm bünyesinde "genel seramik, x-ışınları, termo-analitik yöntemler, toz üretim ve karakterizasyon laboratuvarları" buluyor.

Dumlupınar Tasarım Teknoloji Geliştirme Bölgesi'nin 2009'un ilk yarısından itibaren hizmet vermeye başlaması bekleniyor. Bölgede kurulacak 'Tasarım Merkezi' ile birlikte, Türk seramik endüstrisinin ürün ve teknoloji geliştirilmesi için tasarıma yönelik ihtiyaçlarının karşılanmasında önemli bir mesafenin kat edilmesi planlanıyor. Bu bölge aynı zamanda Türkiye'nin ilk tasarım teknoloji geliştirme bölgesi olması açısından da büyük önem taşıyor. ●

faculty and students, with 2 Universities in Poland Silesian University of Technology, AGH University of Science and Technology), 1 in Bulgaria (University of Chemical Technology and Metallurgy) and 1 in Slovakia (Slovak University of Technology). Under this program, DPU Ceramics Engineering Department Head Prof. Dr. İskender Işık has been offering seminars and courses at Silesian University of Technology. Also, 3 members of faculty from Silesian University of Technology have been offering seminars and courses at DPU Ceramics Engineering Department. Assoc. Prof. Hasan Göçmez has performed research and studies at certain distinguished Universities in Japan, Sweden and USA. Also, 4 students are studying abroad under the Erasmus program in 2008-2009 academic year.

#### Design technology development zone

Members of faculty of the department comprising scientists competent in their fields participate not only in scientific studies but also cultural activities for advancing the art and science of ceramics. The members of faculty, who took on important tasks at the 8th internationally participated national clay symposium held in 1997 and 2nd International Kütahya Tile Symposium in 1998 are nowadays preparing for the internationally participated 8th Ceramics Convention scheduled to be held in Kütahya in 2010. DPU Ceramics Engineering Department is also conveying new technologies and techniques to its students, making use of its research and development laboratories. The department accommodates "general ceramics, x-ray, thermo-analytical techniques, powder production and characterization laboratories".

Dumlupınar Design Technology Development Zone is scheduled to start service as of the first half of 2009. With the design center to be installed at the zone, it is expected that a significant distance will be covered in the satisfaction of design related needs of the ceramics industry for development of product and technology. This zone is also of great significance as it is Turkey's first design technology development zone. ●

### What is Ceramics Engineering?

Ceramics Engineering, which is an engineering discipline relating to the development and production of ceramic ware, has today expanded from the traditional industrial areas to projects covering all aspects of technology, with current practices. Ceramics engineers whose most important functions are research, product development and production engineering, are usually specialized in one or several of the following: Industrial ceramic design, ceramic tile, ceramic sanitary ware, ceramic kitchen ware, refractories, bricks and roofing tiles, cement, electronic ceramic ware, bio-materials, glass products, abrasives and fuel elements for nuclear energy.

YARD. DOÇ./ ASST. PROF. CANDAN GÜNGÖR

Dokuz Eylül Üniversitesi G.S.F. Seramik Bölümü, İzmir / Dokuz Eylül University F.F.A. Ceramics Department, Izmir



ÖZE YÖNELEN BİR SERAMİK SANATÇISI

# Sevim Çizer

A Ceramics Fine Artist Going Back to the Essence

## ÖZET

Hem bir seramik sanatçısı, hem de eğitimiçi olan Prof. Sevim Çizer'in asıl vurgulanması gereken yönü araştırmacılığıdır. Bu yönünü gerek eserlerinde, gerekse öğrencilerine yeni ufuklar açan değişik faaliy

rinde gözlemeleme mümkünür. Prof. Çizer'in araştırmacılığı kesile ve onun gec kalmaz, dünyaya et ka seramik geleneğini öğrenir ve öğrencisi paylaşır. Bu yaklaşımı natçı bir yandan 6'lı İzmir Seramik Sosyal Anadolu'nun "anti astarını" Anadolu'yu ve kültürel birikimini me yaptığı eserler nırken, bir yandanımız temmuz ayıncı yapılan Goshogav mu'nda, bulunduğu neklerinden izler t. Çizer'in son bir yılın sel denemelerden, göz alıcı sırlardan uzak, olgun bir tavır olarak nitelendirebileceğimiz bir saflaşma, duruma, yalnızlaşma, öze dönme ve anlamaya yönelik şeklärde değerlendirilebilir.



## ABSTRACT

The real side, which should be emphasized, of Prof. Sevim Çizer who is both a ceramic fine artist and also an educator, is her researching nature. One can observe this side of hers in her work and also in her various

students. The research is not limited to her country, she learns and researches world, learns and researches ceramics tradition. In this way, the artist, while continuing her "terre sigillata" and "lacercoat" of Anatolian ceramics in 6th International Izmir Ceramics Symposium in our country, paid attention to Anatolia's history and cultural accumulation of knowledge on the one hand; on the other hand, she signed works bearing the culture and ceramics of the location she chose. In North Japan, the location she chose is Shogawara Wood Kiln in North Japan. Prof. Sevim Çizer's work may be deemed as

a purification, calmness, plainness, going back to essence and direction towards meaning which we can describe as a mature attitude removed from formal trials and striking glazes.

Hem bir sanatçı, hem de bir eğitimci olan Prof. Sevim Çizer'in belki de en önemli yönü araştırmacılığıdır. Çizer, sadece kendi ülkesinin geçmişini araştırmakla kalmaz, başka ülkelerin seramik geleneklerini de araştırarak, öğrendiklerini eğitimci kimliğiyle öğrencilerine aktarır; onları dünya kültürleriyle tanıştırır. Dünyanın çeşitli yerlerinden seramik sanatçısıyla kurduğu ilişkilerden öğrencilerinin de yararlanmasını, çeşitli programlara dahil olmalarını ve eğitim kurumlarında öğrenim görmelerini, deneyim yaşamalarını sağlar. Diğer yandan gittiği ülkelerde, ülkemizin deneyimli ve genç kuşak sanatçısını, yaptığı sunumlarla tanıtmayı da bir görev edinir.

Prof. Sevim Çizer' in son bir yılın içinde gerçekleştirdiği işleri, biçimsel denemelerden, göz alıcı sırlardan uzak, olgun bir tavır olarak nitelendirebileceğimiz bir saflaşma, durulma, yalnızlaşma, öze dönme ve anlama yönelme şeklinde değerlendirilebilir. Bu anlamın taşıyıcısı çok iddialı olmayan biçimler ve neredeyse toprağın kendi renginde görünen doğal bir kabuk olarak karşımıza çıkar.

Seramik sanatının geçmişle bağlantısı, bu sanatın kökleri, Prof. Sevim Çizer' in eskiden beri önemsemiş bir konu olmuştur. Terra sigillata astarı, lüster sırları gibi geçmişteki tekniklerle ilgili araştırmaları ve uygulamaları da bunun bir sonucudur. Son bir yıl içindeki çalışmalarında, geçmişle bugün arasında köprü kurma arzusunu, hem biçimsel hem de içeriksel izleri ni görmek mümkündür.

Sanatçının 6. Uluslararası İzmir Seramik Sempozyumu'nda yaptığı işlerde, ince levhalardan oluşturduğu bölmeli yapılar ve içlerindeki, elle şekillendirdiği irili ufaklı nesnelerle Anadolu'nun tarihsel ve kültürel birikiminin bütününe gönderme yaptığı görülmüştür. Bu bölmeler ve içlerindeki nesnelerin üzerindeki "antik terra sigillata astarı" ise söz konusu seramik yerleştirmenin anlamına tam bir uyum sağlıyor. Aynı sempozyuma katılan Amerikalı sanatçı ve sanat eleştirmeni Prof. Vince Pitelka, Prof. Çizer' in işleri hakkında şöyle bir değerlendirme yapıyor:

"Bana göre bu yerleştirme kültürel simgeler, nesneler ve tilsimler üzerinedir. Her kültürde, o kültür için büyük sembolik anlamı olan nesne veya tilsimler yapılmaktadır, ancak ne yazık ki diğer kültürlerce anlaşılmamakta ya da göz ardı edilmektedir. Her ne kadar tam anlamını bilmese de, ben bu tür nesneleri çok etkili buluyorum. Bana göre bu işler zamansızdır. Hem antik geçmiş hem de geleceği çağrıştırabilir. Nesneler, ustaca bir araya getirilmiş renkleri ve yüzeyleri açısından çok güzel, ancak hepsinden önemlisi bu nesneler tasarım ve anlatıma esin kaynağı oluşturmaktadır."

Projelerin gerektirdiği yöntem ve teknikleri belirleme konu-

The real side, which should be emphasized, of Prof. Sevim Çizer who is both a ceramic fine artist and also an educator, is her researching nature. Çizer does not stop at only researching the past of her own country but researching the ceramics traditions of other countries conveys what she learns to her students through her identity as an educator. She ensures that her students, too, make use of the relationships she sets up with ceramics artists from various parts of the world, that they are part of various programs and they are educated and yet experienced in the educational institutions of those countries. On the other hand, she taken on the duty of promoting the experienced young generation artists of our country by her presentations in the countries she visits.

Prof. Sevim Çizer's works she built during the last year may be deemed as purification, calmness, plainness, going back to essence and direction towards meaning which we can describe as a mature attitude removed from formal trials and striking glazes. The bearer of this meaning appear before us with forms that are not too aggressive, as a natural shell which appears almost in the earth's own color. The relationship of the art of ceramics with the past and origins of this art has been a topic Prof. Sevim Çizer has been interested in for a

long time. Her research and applications on techniques with history like the terra sigillata undercoat and lustre glazes are all a result of this interest. It is

possible to see both the formal and also content related traces of the desire to build a bridge between the past and the present in her works she built during the past year.

It is observed that the artist addresses the whole of Anatolia's historical and cultural accumulation with partitioned structures she made of thin sheets and objects large and small she shaped by hand inside them in the works she created at the 6th International Izmir Ceramics Symposium. The "antique terra sigillata undercoat" on these partitions and the objects inside fully matches the meaning of this ceramic installation. American artist and art critique Prof. Vince Pitelka, who attended the same symposium, evaluates Prof. Çizer's works as follows:

"For me, this installation is about cultural symbols, objects and charms. Objects or charms which have great symbolic meanings for that culture are built in every culture. However, unfortunately these are either not understood or disregarded by other cultures. Although I don't know their full meaning, I find such objects highly effective. For me, such works are timeless. They can be reminiscent of both the past and also the future. The objects are very beautiful in terms of the





sunda tutucu olmayan Prof. Çizer, geçtiğimiz Temmuz ayında Kuzey Japonya'da yapılan Goshogawara Wood Fire Sempozyumu'nda, bulunduğu yerin kültüründen ve seramik geleneklerinden izler taşıyan işler tasarlamıştır. Japon mimarisinden esinlentiği formlarının üzerinde pirinç saplarıyla iz bırakma gibi kontrollü olarak yapılan yüzey efektleri görmek mümkündür.

Sueki, Anagama ve Noborigama gibi geleneksel Japon odun yakıtlı fırınlarında pişirilen ve pişirim tamamlandığında; odun kömürü, elma ağacı külü vb. kullanılarak yüzeyde oluşturulan leke sel efektler ve doğal kül sırları, formun görüntüsünü daha da güçlendirmektedir.

Prof. Çizer'in geleneksel Japon seramigi tekniklerini kullanması bu kültüre bir saygı olarak yorumlanabilecegi gibi, geleneklerine çok bağlı bir toplum olan Japonların, sanatlarında başvurdukları üst düzeydeki soyutlamadan, Çizer'in sanat anlayışıyla örtüşmesinden kaynaklandığı da düşünülebilir. Prof. Çizer bu eserleriyle, Japon kültüryle Türk kültür arasında bir köprü kurmuştur. ●

#### Kaynakça

Aygül Kafadar "Seramik Sanatçısı Sevim Çizer", Yayınlanmamış Lisans Tezi, D.E.Ü. G.S.F. Seramik Böl. İzmir, 2001

#### Web Sayfası

[www.sevimecizer.net](http://www.sevimecizer.net)

#### Fotoğraflar

Prof. Sevim Çizer'in arşivinden temin edilmiştir.

ir colors and surfaces masterfully brought together; however, most importantly, these objects are sources of inspiration for design and expression."

Prof. Çizer, who is not conservative in terms of identifying the methods and techniques required by projects, has designed works bearing traces of the culture and ceramics traditions of the place she was at in the Goshogawara Wood Fire Symposium held in North Japan last July. It is possible to see surface effects built under control like making impressions by rice stalks on forms inspired by Japanese architecture. The stain like effects formed on the surface using charcoal, apple tree ash, etc. and natural ash glazes fired in the traditional Japanese wood fire kilns like Sueki, Anagama and Noborigama further strengthen the image of the form when the firing is completed.

Prof. Çizer's use of the traditional Japanese ceramics techniques may be interpreted as a tribute to this culture; yet, it may also be said that the high level abstraction referred to by the Japanese who are a society deeply tied to their traditions in their art work, matches Çizer's art concept. With these works, Prof. Çizer has built a bridge between the Japanese and Turkish cultures. ●

#### Bibliography

Aygül Kafadar "Seramik Sanatçısı Sevim Çizer", Unpublished Graduation Theses, D.E.U. F.F.A. Ceramics Department. Izmir, 2001

#### Website

[www.sevimecizer.net](http://www.sevimecizer.net)

#### Photos

Courtesy Prof. Sevim Çizer's archive

ARAŞ. GÖR. / RESEARCH ASSISTANT SANEM FEYZOĞLU

*Hacettepe Üniversitesi G.S.F. Seramik Bölümü, Ankara/Hacettepe University F.F.A. Ceramics Department, Ankara*

# Ses ve Kil

## Sound and Clay

### ÖZET

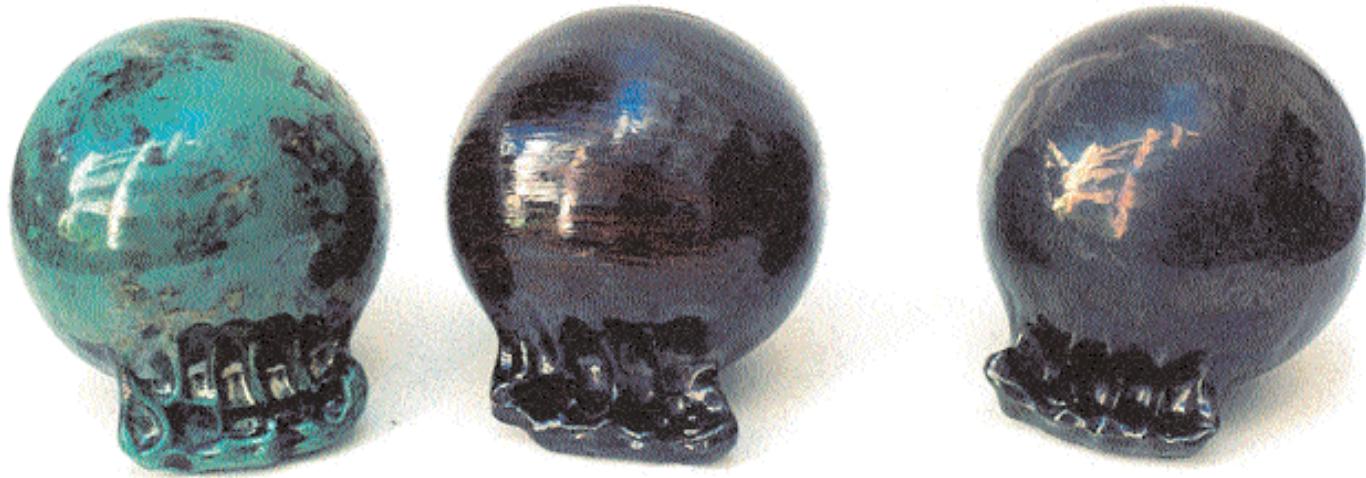
Tarih öncesi devirlerde yaşayan insan grupları, doğadan edindikleri organik malzemelerin yanı sıra farklı amaçlar için kullandıkları kil ile de ilkel çalgılar yapmışlardır. Bu çalgılar, günümüzde pek çok seramik sanatçısının ilgisini çekmiş ve araştırma konusu olmuştur. Bu sanatçılar için amaç, seramikten nefesli bir çalgı yapmaktan öte, estetik bir biçimin aynı zamanda fonksiyonel bir müzik enstrümanı özelliği göstermesidir. Seramiğin biçimlendirme prensibi sayesinde oluşan iç boşluğunundaki havayı titreştirerek sese dönüştürmek mümkün olabilmektedir. Bu makalede seramik müzik enstrümanlarının tarihçesi ve malzeme olarak seramiğin müzik enstrümanı yapılabilmesi açısından uygunluğu anlatılmaktadır.

### ABSTRACT

Human communities who lived in pre-historical times have built primitive playing instruments with clay they used for various purposes beside organic materials they got from nature. These instruments have drawn the interest of many a ceramic artist presently, becoming subjects of research. The objective for these artists is beyond building a wind instrument out of ceramic is that an aesthetic form acts as a functional musical instrument at the same time. It becomes possible to vibrate the air in the inner space into sound, thanks to the shaping principle of ceramics. This article discusses the history of the ceramic musical instruments and suitability of ceramic for building musical instruments as a material.



Resim 1 / Picture 1  
Sanem Feyzoglu-Tumba



#### Ses ve kilin tanımı

Ses, işitme organının duyabildiği titreşimdir. Sesin kaynağı ise, kulağın algılayabileceği hızda titreşen herhangi bir cisim olabilir. Kaynağı ne olursa olsun, ses dalgalar halinde yayılır. Ses dalgalarının sayısı, ses kaynağının türüne göre sıklaşır, seyrekleşebilir. Buna göre; metalden çıkan bir sesin niteliği ile ahşaptan çıkan sesin niteliğinin farklı olması, titreşim aralığının genişliği ve sayısına bağlıdır. Titreşen hava maddenin veya cismin hacmine, uzunluğuna ve yapısına göre tiz veya pes sesler oluşturur. Ancak ses kaynağından, benzer yükseklik ve kalınlıkta sesler çıkabildiği gibi bunların yanı sıra farklı tonlarda zayıf sesler de oluşabilir. Bu farklılık müzikte sesin timini olarak tanımlanır. Seslerin oluşturduğu armoni, ritim, timi öğelerinin uyumlu bir şekilde kullanılması sonucunda müzik oluşmaktadır. Müziğin doğusu konusunda pek çok teori vardır. Kuramcılar müziğin ortaya çıkışını değişik fikirlerle yorumlamaktadır. Filozof Johann Herder'e göre müziğin kökeni "dil", Charles Darwin'e göre ise hayvan sesleri ve özellikle kuş sesleridir (Atlas Zur Musik 1994: 159).

Tarihte müziğin toplumların, yaşayışlarına ve inanışlarına bağlı olarak değişik amaçlar için kullandığı görülür. Eskiçağ insanları ilk ezbelerini, tanrılarla tapınma, onlardan korunma ya da tannılara serzeniş amaçlı büyüler bir araç olarak kullanırlardı. Çalgı bilimciler, tarihte yaşamış olan insan kümelerinin, değişik amaçlarla yaptıkları müziklerini, yine kendi yaptıkları ilkel çalgılarla zenginleştirdiklerini düşünmektedirler. İlk çağlarda boynuzdan, bambudan veya hayvan kemiklerinden flütler, ağaçkovuklarından vurmali enstrümanlar, midye kabuklarından ise çingiraklar yapılmıştır. İlerleyen zamanla birlikte enstrüman yapımında kullanılan malzemeler çeşitlendirilmiştir. Kilden düdükler ve üzevine balık derisi gerilmiş seramik çömleklerden vurmali çalgılar yapılmıştır. Özellikle Ön Asya ve Anadolu'nun yanı sıra Orta ve Güney Amerika, Afrika ve Avustralya kıtalarda da vurmali ve üflemeli enstrümanların yapımında kil kullanılmış olması dikkat çekicidir.

#### Seramiğin ses ile olan ilişkisi

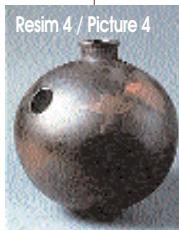
Seramiğin ilkel çağlarda başlayan tarihsel süreci içinde kullanım alanları gelişmiş ve çeşitlilik göstermiştir. İşlevsel ev seramiğinden

#### Definition of sound and clay

Sound is the vibration which may be heard by the hearing organ. The source of sound may be in any object which vibrates at a speed, which may be perceived by the ear. Regardless of its source, sound spreads in waves. The number of sound waves may become frequent or sparse depending on the type of the source of the sound. Accordingly, the difference in the nature of a sound coming out of metal and one emanating from wood depends on the width and number of the vibration interval. The vibrating air creates high or low pitched sounds depending on the volume, length and structure of the material or object. However, sounds of similar height and thickness may originate from the source of sound and also weak sounds in different tones may also form. This difference is described as the

timbre of the sound in music. Music is created as a result of harmonious use of the elements of harmony, rhythm and timbre formed by sounds. There are many theories on the origin of music. Theoreticians interpret the origination of music in different ways. According to philosopher Johann Herder, the root of music is the language; yet according to Charles Darwin, it is sounds of animals, especially sounds of birds (Atlas Zur Musik 1994: 159).

Through history, it is observed that music has been used for various purposes depending on the lifestyles and beliefs of societies. People of ancient times have used their first musical sounds as a magic tool for adoring or protection from god or for seeking their blessing. Instrument scientists believe that human societies through history have enriched their music they made for different objectives, again by primate instruments they built themselves. In ancient ages, flutes were built from horn, bamboo or animal bones, percussion instruments from trees and bells from shells of clams. As time progressed, materials used in instrument building were diversified. Horns were built from clay and percussion instruments from ceramic pots on which fish skins were stretched. It is interesting that especially beside the Middle East and Anatolia, percussion and wind instruments were made using clay in the continents of Central and South America, Africa and Australia, too.



uzay seramiğine kadar uzanan bu geniş kullanım yelpazesi içinde seramik müzik enstrümanları da yer almıştır. Geçmişin binlerce yıl öncesine dayanan bu enstrümanlar, artık tüm dünyada popüler bir sanat dalı ve pazar haline gelmiştir. Bu konuda hemen hemen her yıl dünyanın pek çok ülkesinde sempozyumlar ve çalıştaylar düzenlenmekte, konunun uzmanı olan seramik sanatçıları, katılımcıları seramik müzik enstrümanlarının yapımı hakkında bilgilendirmektedir. İtalya, Macaristan, Almanya gibi birçok ülkede Seramik Müzik Enstrümanları müzeleri ve satış dükkanları bulunmaktadır. Bazı Avrupa ülkelerindeki orta dereceli okullarda verilen müzik derslerinde seramik düdükler yaptırılarak ses ve sesin fiziksel oluşumu anlatılmaktadır. Belli nota aralıklarına sahip profesyonel seramik bir flüt yapmak, kendi içinde dikkat edilmesi gereken pek çok detayı barındıran ve disiplin gerektiren bir iştir. Bu noktada seramiğin kimyası ve sesin fiziksel özelliklerinin bir araya gelmesi nedeniyle hesap edilmesi gereken matematiksel bir tablo ile karşılaşmaktadır.

Yapılan her farklı formdaki flüt, seramikçi için çözülmeli gereken fiziksel ve estetik kaygıların yeni bir başlangıcı olacaktır. Ancak amaç sadece seramikten ses çıkarmak veya düdük yapmak ise odaklanılması gereken tek nokta seramik parça sesi oluşturacak ağızlıktır. Enstrüman yapımında kullanılan kil çeşitleri ve pişirim teknikleri de oluşan sesin kalitesinde etkili olmaktadır. (Aker 2004 :32 )

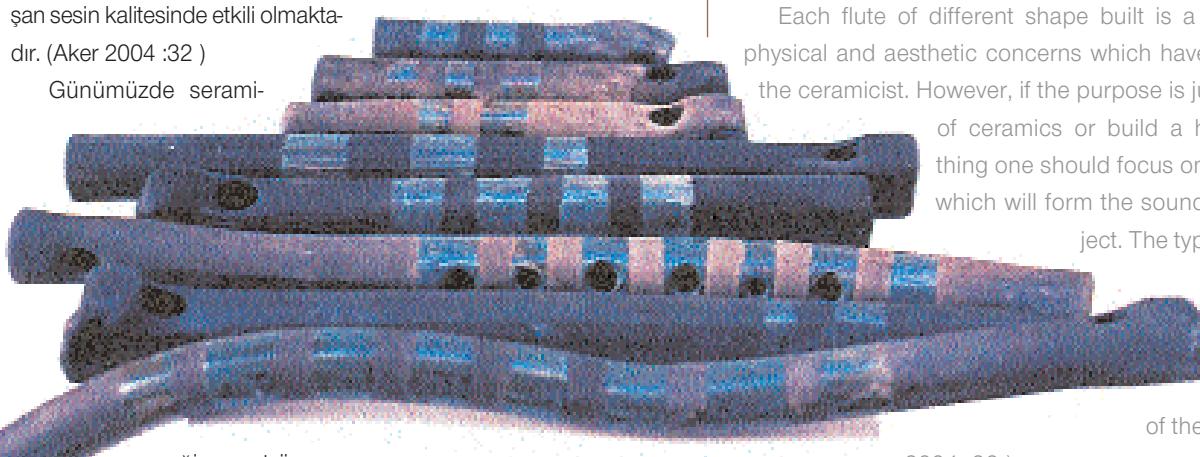
Günümüzde seram-

#### Ceramic's relationship with sound

Through the historical process of ceramics starting in ancient times, its uses have developed, displaying diversity. Ceramic musical instruments have taken place in this broad range of use extending from the utilitarian home ceramics to space ceramics. These instruments, going back to thousands of years ago, have now become a popular arts discipline and market all over the world. Almost every year, symposiums and workshops are being organized in many countries in the world on this subject with ceramic artists, who are experts in the field, advising participants on building ceramic musical instruments. There are Ceramic Musical Instrument museums and sales outlets in many countries like Italy, Hungary and Germany. Students are made to build ceramic whistles in music courses offered in medium level schools in certain European countries where sound and physical formation of sound are explained. To build a professional ceramic flute with specific note intervals is a job involving many details which attention must be paid to, also requiring discipline. At this point, a mathematical picture which must be calculated emerges as the chemistry of ceramics and the physical properties of sound come together.

Each flute of different shape built is a new beginning for physical and aesthetic concerns which have to be resolved for the ceramicist. However, if the purpose is just to get sound out of ceramics or build a horn, then the only thing one should focus on is the mouth piece which will form the sound in the ceramic object. The types of clay and firing techniques used in building the instrument also affect the quality of the created form (Aker 2004 :32 ).

Presently, whether ceramic is suitable for building an instrument or not is still debated. A firm titled Inax in Japan is carrying out research and applications in this field. Inax research laboratory officials believe that since ceramic has a plastic nature which is easy to shape, instruments in original forms may be built. Also, it is a known truth that ceramic objects have a non-porous nature due to sinterization at high temperature. Hence, it is believed that the inner space of ceramic is a good resonator capable of vibrating the air. Inax was able to reduce the wall thickness of a violin built out of ceramic down to 1 mm in experimental applications. This violin was built by compacting of clay by a two hundred ton clamp into special moulds. (http://www.idrs.org/). However, Inax is continuing its research to launch mass production of professional ceramic instruments. The fact that ceramic offers choices in terms of color and especially form, shows that instruments in contemporary and original forms may be built in the future. So, just like cars, ceramic instruments, too will offer options based on personal preferences. However, ceramic's fragile nature is seen as a disadvantage in this regard.



genen enstrüman yapımı

ince elverişli olup olmadığı hâlâ tartışılmaktadır. Japonya'da Inax isimli bir firma bu konu hakkında araştırma ve uygulamalar yapmaktadır. Inax'ın araştırma laboratuvarı yetkilileri, seramiğin kolay şekillendirilebilen plastik bir doğaya sahip olması nedeniyle özgün formlarda enstrümanlar yapılabileceğini düşünmektedir. Aynı zamanda seramik parçaların yüksek ıslada sinterleşmesi sonucu gözeneksiz bir yüzeye sahip olduğu bilinen bir gerçektr. Dolayısıyla seramiğin iç boşluğunun havayı titreştirebilen iyi bir rezonatör olduğu düşünülmektedir. Inax firması deneyisel uygulamalarında seramikten yapılmış olan bir kemanın cidar kalınlığını 1 mm'ye kadar indirebilmiştir. Bu, keman çamurun özel kalıplara iki yüz tonluk bir mengene ile sıkıştırılması yolu ile yapılmıştır. (<http://www.idrs.org/>). Ancak Inax, profesyonel seramik enstrümanların seri üretime geçirilebilmesi için araştırmalarına devam etmektedir. Seramiğin renk ve özellikle biçim konusunda seçenekler sağlayabilmesi, gelecekte çağdaş ve özgün formlarda enstrümanların ortaya konulabileceğini göstermektedir. Bu sayede tipki arabalar gibi seramik enstrümanlar da kişisel tercihler doğrultusunda seçilebilecektir. Ancak seramiğin kırılgan bir yapıya sahip olması bu konuda bir dezavantaj olarak görülmektedir.

## Geçmişten günümüze üflemeli ve vurmalı seramik müzik aletleri

### Seramik üflemeli müzik aletleri

Binlerce yıldır birçok kültür tarafından seramik müzik aletleri yapmaktadır. Ancak bazı kaynaklarda, bilinen en eski seramik flütün M.O. 1766-1122 yılları arasında Shang Hanedanlığı sırasında Çin'de yapıldığı belirtilmektedir. Xun isimli bu flütün altı nota deliği bulunmaktadır. Nankang'daki Tai-Pai Etnoloji Enstitüsü'nün katalogunda 4800 yıl öncesine ait, bir düzineden fazla Çin'e özgü yumurta biçiminde seramik flüt bulunmaktadır. Günümüz seramik literatüründe, kil flütlerin genel adı "Ocarina" olarak geçmektedir. (Bkz: Resim 1)

Bununla birlikte ilk olarak Çin'de yapılmış olan "Xun'un tüm Okarinalar'ın atası olduğu düşünülmektedir. Bu isim İtalyanca'dan gelmektedir ve anlamı "küçük kaz"dir. Ocarina 19.yy'da İtalyan Giuseppe Donati tarafından geliştirilmiştir. Donati, önceleri sekiz nota ölçekli Okarinalar yapmış daha sonra 1900'lere kadar süren çalışmaları sonucunda denizaltı şeklinde bir buçuk okta ses üretebilen flütler yapmayı başarmıştır. Aynı tarihlerde tüm dünyada yaygın olarak kullanılmaya başlayan Ocarina, evrensel bir müzik aleti olarak kabul edilmiştir. ([www.ocarina.it](http://www.ocarina.it))

Seramik enstrümanlar, Orta ve Güney Amerika'da yaşayan uygarlıklar tarafından da yapılmıştır. 1982'de Şili'deki Santiago Pre-Columbino Müzesi, Orta ve Güney Amerika Pre-Hispanic insan gruplarına ait seramik flütlerden oluşan bir sergi düzenlemiştir. Sergilenen flütlerin çoğunun çeşitli hayvan, kuş ve insan formlarında olması, sözü geçen ilkel insan grupları tarafından dini inançlar doğrultusunda veya doğadaki seslerden etkileneerek yapıldıkları şeklinde yorumlanabilir. Ulusal Kolombiya Müzesi'nde ise iki veya üç nota aralıklı Taironalılar'a (Kolombiya) ait totemleri andıran flütler sergilenmektedir. (Bkz: Resim 2)

Seramik flütler üzerine yapılan bir başka araştırma da ise Perular'ın M.S. I. yy'dan itibaren pan flüt yapımında kullanımını gelenekselleşmiş olan bambu yerine kil kullandıkları anlaşılmıştır. Pan flüt yapımında farklı boyardaki seramik borular içi boş halde şekillendirilecek, aynı düzlemden birleştirilmektedir. Ancak dikkat edilmesi gereken en önemli nokta, boruların ağızının eliptik biçimde olmasıdır. Böylece flütün ağız kısmına belli bir açı ile hava üflendiğinde ses oluştuğu görülmektedir. (Bkz: Resim 3)

Kilden yapılabilen bir diğer üflemeli müzik aleti Didgeridoo'dur. Avustralya yerlileri Aborjinler'e özgü olan bu flüt, dini törenlerde simgesel bir ibadet aracı olarak kullanılmaktadır. Geleneksel Didgeridolar, beyaz karıncalar tarafından içi oyulmuş okalıptüs ağaçlarının dallarından yapılmaktadır. Boyları 2 ila 3 metre arasında değişebilen boru formundaki bu flütler, günümüz seramik sanatçılarının özgün yorumlarıyla seramikten yeniden yapılandırılmışlardır. (Bkz: Resim 4)

Anadolu'da Kütahya ve İznik yakınlarında yapılan kazılarda 15. ve 16. yy'a ait kuş, at ve koç gibi hayvan biçimli seramik düdükler

## From the past to the present, wind and percussion ceramic musical instruments

### Ceramic wind musical instruments

Ceramic musical instruments have been built by many cultures over thousands of years. However, some sources say that the oldest ceramic flute known was made in China during the reign of Shang Dynasty B.C. 1766-1122. This flute named Xun has six note holes. There are more than a dozen egg shaped ceramic flutes specific to China from 4800 years ago in the catalog of Tai-Pai Ethnological Institute in Nankang. Clay flutes are generally named "Ocarina" in the ceramic literature of our day (See Picture 1). Still, it is believed that the "Xun", which was first built in China, is the ancestor of all Ocarinas. This name comes from Italian and means

"little goose". Ocarina was developed by Italian Giuseppe Donati in the 19th century. Donati has first built eight note scale Ocarinas, then has managed to make submarine shaped flutes which may generate one and a half octave sound as a result of his work lasting into 1900s. Ocarina, which started to be used prominently all over the world, was acknowledged as a universal musical instrument at those times.

([www.ocarina.it](http://www.ocarina.it))

Ceramic instruments were also built by civilizations living in Central and South America. In 1982, the Santiago Pre-Columbino Museum in Chile has organized an exhibition comprising ceramic flutes of pre-Hispanic human communities of Central and South America. The fact that most of the exhibited flutes were in various animal, bird and human forms, may be interpreted as their having been built in line with religious beliefs or affected by sounds in nature by these primitive human communities. On the other hand, flutes reminiscent of totems of Taironians (Colombia) with two or three note intervals are on display at National Colombia Museum (See Picture 2).

In another research conducted on ceramics flutes, it was found that Peruvians have used clay instead of the traditional bamboo in building pan flutes starting from 1st Century A.D. In pan flute construction, ceramic pipes in different lengths are hollow shaped and joined in the same plane. Here, the most important point to take into consideration that the mouths of pipes should be elliptical. Hence, it is observed that sound is created when one blows into the mouth of the flute at a certain angle (See Picture 3).

Another wind musical instrument which may be made out of clay is the Didgeridoo. This flute, specific to Australian natives, the Aborigines, is used as a symbolic instrument of worship in religious ceremonies. The traditional Didgeridoos are made from the branches of the eucalyptus trees, the insides of which are carved



Resim 6 / Picture 6  
Sanem Feyzoglu - Flüt

bulunmuştur. Bugün ise ülkemizde genellikle testi veya kuş formlarında seramik düdükler yapılmaktadır. Dündüklerin ağız kısmına su doldurulup üflendiğinde hava ile titreşen su, kuş civitini andıran bir ses oluşturmaktadır. Bu sebeple bu düdüklerde ülkemizde "Bülbül Testisi" veya "Bülbül İbriği" adı verilmiştir. Torna tekniği ile şekillendirilen bülbül testisi isimli düdüğün benzer örnekleri İspanya'da "Botijito", Fransa'da ise "Vase Sifleur" adı altında görülebilir. (<http://www.richardbaxter.com>)

#### Vurmalı seramik müzik aletleri

Dünya üzerindeki pek çok bölgede ve çeşitli uygarlıklarda kilden vurmalı müzik aletlerinin de yapıldığı bilinmektedir. Bu müzik aletleri, kendi tınlayanlar (idiofon) ve derisi tınlayanlar (membranafon) olarak iki ana grupta toplanabilir. İdiofon kategorisinde en eski geçmişe sahip olan müzik aleti Udu'dur. Udu, ilk olarak Nijerya'da yaşayan Igbo insanları tarafından yapılmıştır. Nijerya Igbo dilinde Udu sözcüğü'nün anlamı "çalınan çömlektir". Geleneksel Udu, testi formunu andıran ağızı açık, gövdesi üzerinde bir veya iki deliği bulunan bir biçimde sahiptir. Udu, Nijerya'da değişik amaçlarla düzenlenen törenlerde genellikle kadınlar tarafından çalmaktadır. Igbo halkı, bu enstrümanın çıkardığı derin ve etkileyici sesin "atalarının sesi" olduğuna inanmaktadır.

Amerikalı çalgı yapıcısı

Frank Giorgini, bu geleneksel sanatı 1974'te Nijerya Zaria'da

Abbas Ahuvan'dan öğrenmiş, farklı kil ve pişirmek teknikleri de kullanarak kendine özgü Udu formlarını ortaya koymuştur. Bu yeni kil davullara ilginin artmasına bağlı olarak Giorgini,

geleneksel elle ve torna ile şe-

killendirme tekniğinin yanı sıra

orijinal tasarımlarını kalıpla çoğaltmaya başlamış, böylece daha fazla sayıda ve standart kalitede üretim yapabilmiştir. 1998'de LP Müzik firması, Giorgini'nin Udu serisini "Claytone" olarak adlandırmış ve ürünlerin lisansını satın almıştır. Böylece LP ve Giorgini işbirliği ile daha fazla sayıda müzisyen, uygun fiyatta ve yüksek kalitede seramik vurmalı çalgılar edinebilme olanağı bulmuştur. ([www.udu.com/Udu\\_html/fgbio.html](http://www.udu.com/Udu_html/fgbio.html)) Membranafon (derisi tınlayanlar) grubunda bilinen en eski seramik vurmalı enstrümanlardan biri çeşitli kültürlerde farklı isimlerle anılan, ancak ülkemizdeki ismiyle "darbuka"dır. Genellikle ağız kısmına keçi derisi gerilen geleneksel darbuka biçimini, kadeh formunu andırmaktadır. ([www.asza.com](http://www.asza.com)) Günümüzde bazı seramik sanatçıları özgün form ve farklı ölçülerde darbukalar yapmaktadır. (Bkz: Resim 5)

Yapılan darbuka formunun biçim ve ölçüsüne bağlı olarak farklı ses tonları elde etmek mümkündür. Darbuka ile tarihsel ve biçimsel

by white ants. These pipe-shaped flutes, the lengths of which vary from 2 to 3 meters, are rebuilt out of ceramic through original interpretations of contemporary ceramic artists (See Picture 4).

Ceramics horns in animal shape like bird, horse or ram from 15th and 16th Centuries have been found in excavations made near Kütahya and Iznik in Anatolia. Today, usually, pitcher or bird shaped ceramic whistles are built in our country. When the mouth part of these whistles are filled with water and blown; the water, vibrating with air, forms a sound reminiscent of a singing bird. Therefore, these whistles are called "Nightingale Pitchers" or "Nightingale Jugs" in our country. Similar examples of the whistle named nightingale pitcher, which is wheel thrown, may be found as "Botijito" in Spain and "Vase Sifleur" in France. (<http://www.richardbaxter.com>)

#### Percussion ceramic musical instruments

It is known that percussion musical instruments are built from clay in many regions and various civilizations all over the world. These

musical instruments may be categorized into two main groups as idiophones and membranophones. The musical instrument with the oldest history in the category of idiophones is Udu which was first built by the Igbo who lived in Nigeria. The meaning of the word Udu in Nigerian Igbo language is the "stolen pot". The traditional Udu has one or two holes on its body, with an open mouth, reminiscent of a pitcher. Udu is usually played by women in the ceremonies organized for various purposes in Nigeria. Igbo people

believe that the deep and impressive sound

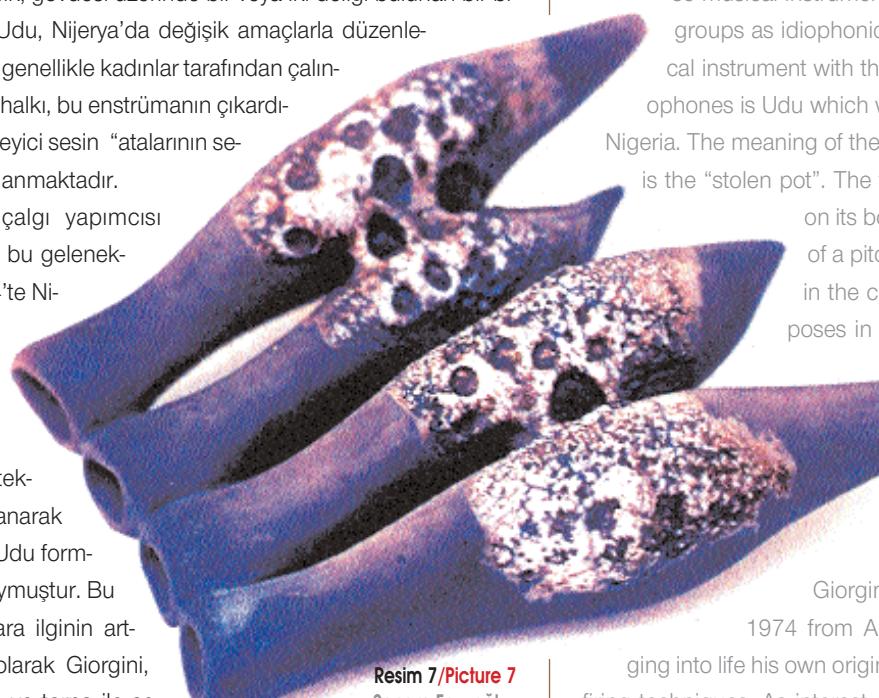
given by this instrument is the "sound of their ancestors".

American instrument maker Frank Giorgini has learned this traditional art in 1974 from Abbas Ahuvan in Zaria, Nigeria; bring-

ing into life his own original Udu forms using different clay and firing techniques. As interest grew towards these new clay drums; Giorgini, in addition to the traditional hand and wheel throwing techniques, has started to reproduce his original designs by moulds and hence was able to produce in a larger number and at standard quality. In 1998, LP Music firm has named Giorgini's Udu line as "Claytone", purchasing the licence for the products. Hence, through collaboration of LP and Giorgini, a larger number of musicians were able to acquire ceramic percussion instruments of high quality at affordable prices. ([www.udu.com/Udu\\_html/fgbio.html](http://www.udu.com/Udu_html/fgbio.html))

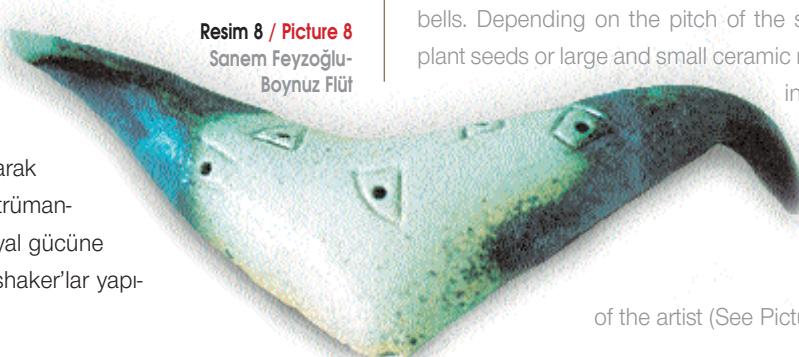
One of the oldest ceramic percussion instruments known in the membranophone group is the darbuka as called in our country, which is known by other names in various cultures. The traditional darbuka, on which usually goat skin is stretched in the mouth part, is similar to a cup. ([www.asza.com](http://www.asza.com)) Today, some ceramic artists are building darbukas in original forms and different sizes (See Picture 5).

It is possible to get different tones of sound depending on the shape and size of the darbuka. Another ceramic percussion musical



**Resim 7 /Picture 7**  
Sanem Feyzoğlu-  
Pan Flüt

yönden pek çok ortak özelliği bulunan bir diğer vurmeli seramik müzik aleti "Timpal"dir. Ortadoğu kökenli olan bu çalgı yarımküre ya da çanak formunda olan bir gövde ile bu gövdeye gerilmiş deriden oluşmaktadır. Bazı kaynaklar, Timpal'e ilişkin en eski örneklerin M.O. 12.yy'da Mezopotamyada yapıldığını belirtmektedir. Membranafon grubuna dahil edilebilecek diğer seramik müzik aletleri çanlar yani "shaker"lardır. Tarihten günümüze kadar seramikten çan yapımları oldukça yaygın bir sanat ve zanaat daıdır. Seramik çanlar da yapılmış oldukları kültüre bağlı olarak biçimsel özellikler göstermektedir. Shaker'lar, çanlara göre daha farklı bir yapıya sahiptirler. Elde edilmek istenen sesin tonuna (tiz veya pes) göre seramik shakerların içine bitki tohumu veya irili ufaklı seramik misketler sık ya da seyrek olarak yerleştirilir. Diğer seramik enstrümanlarda olduğu gibi sanatçının hayal gücüne bağlı olarak özgün biçimlerde shaker'lar yapılabılır.(Bkz: Resim -6)



of the artist (See Picture 6).

### Sonuç

Tarihi oldukça eskiye dayanan ve tüm dünyada kabul edilmiş bir sanat dalı haline gelen seramik müzik aletleri, ülkemiz seramik ortamı içinde henüz yeni tanınmaktadır, müzisyenlerin ve seramik sanatçılarının ilgisini çekmektedir. Bazı sanat ve seramik içerikli yaynlarda bu konuda yazılan makalelere rastlanabilmektedir. Bazı müzisyenlerimiz icra ettikleri müziklerinde seramik enstrüman kullanmaktadır. Perküsyonist Uğur Umay, Avanos'ta çömlekçilere Udu'lar yaptırarak, bu enstrümanlarla öğrencilerine ritim dersi vermektedir. Müzisyenlerimize karşılık, yok denebilecek kadar az sayıda seramik sanatçımız profesyonel anlamda seramik müzik aletleri yapmaktadır. Ülkemizde güzel sanat fakülteleri ve özel seramik stüdyoları bünyesinde sempozyum ve çalıştaylar düzenlenerek bu sanatın yaygınlaşması sağlanabilir. Bu tip etkinlikler, müzisyen ve seramik sanatçlarının bir araya gelerek farklı disiplinlere ilgi duyan sanatçıların bilgi birikimlerini paylaşmalarına da yol açacak bir fırsat yaratacak niteliktidir.

Rezonatör1 : Uyarıcı ses enerjisinin etkisiyle titreşim yapan sistemdir.

### Kaynakça / Bibliography

- 1) KANESAKA, Satoshi. *Ceramic Woodwind Instruments*. Japanese Magazine Pipers.  
<http://www.idrs.org/Publications/Journal/JNL18/JNL18.Kanesaka.html>
- 2) Bate, Philip. *The Flute*, Londra, Ernest Ben Limited, 1969.
- 3) Xun, [www.asza.com/ixun.shtml](http://www.asza.com/ixun.shtml)
- 4) AKER, Senem. "Seramik Uygulamalarda Ses ögesinin Sanatsal Açıdan Değerlendirilmesi". (*Yüksek Lisans Sanat Eseri Raporu*), Ankara : Hacettepe Üniversitesi, 2004.
- 5) Dumbek Or Darabukka, [www.asza.com/idumbek.shtml](http://www.asza.com/idumbek.shtml) - 4k
- 6) DTV Atlas Zur Musik, Munih, 1994.
- 7) The History of Ocarina, <http://www.ocarina.it/storia.htm>
- 8) Udu Sculptor Frank Giorgini, [www.udu.com/Udu\\_html/fgbio.html](http://www.udu.com/Udu_html/fgbio.html)
- 9) BAXTER, Richard. Home Page, [http://www.richardbaxter.com/history\\_pottery/hist\\_cer.php](http://www.richardbaxter.com/history_pottery/hist_cer.php)
- 10) ZEREN, Ayhan. *Müzik ve Fizik*, İstanbul, Pan Yayıncılık, 2003.

instrument, which has many common properties with darbuka historically and form-wise, is the "Timpal". This instrument, whose roots go to the Middle East, comprises a semi-global or ball shaped body and a skin stretched on this body. Certain sources say that the oldest specimens of Timpal were built in Mesopotamia in 12th Century B.C. Another line of ceramic musical instruments, which may be included in the membanophone group, is the bell or "shaker"s. Production of bells from ceramic through history has been a quite widespread art and trade. Ceramic bells, too, display variations depending on the culture in which they are built. Shakers have a different form than bells. Depending on the pitch of the sound desired (high or low); plant seeds or large and small ceramic marbles are placed at varying intervals into the ceramic shakers. Like in other ceramic instruments, original shaped shakers may be built depending on the power of imagination

### Result

The ceramic musical instruments, which have formed an art discipline which has a rather long history recognized all over the world, have just started to be recognized in the ceramic setting of our country, drawing the interest of musicians and ceramic artists. Articles on this topic may be found in certain publications with certain art and ceramic content. Some of our musicians use musical instruments when they perform music. Percussionist Uğur Umay offers rhythm courses to his students with these instruments with Udu which he orders from pot makers in Avanos. Beside our musicians, very few ceramic artists build professional ceramic musical instruments. Dissemination of this art may be achieved by organizing symposiums and workshops at faculties of fine arts and special ceramic studios in our country. These types of events would also create an opportunity for artists interested in different disciplines to share their store of knowledge, bringing together musicians and ceramic artists.

Resonator1: A system vibrating with the effect of stimulant sound energy.

Yük. Müh./ M. Sc. Engineering Ozan Yazıcı, Doç. Dr./ Assoc. Prof. Dr. Suat Yılmaz ([syilmaz@istanbul.edu.tr](mailto:syilmaz@istanbul.edu.tr))  
*İstanbul Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Metalurji ve Malzeme Mühendisliği Bölümü, İstanbul*  
*Istanbul University Faculty of Engineering Metallurgical and Materials Engineering Department, Istanbul*

# Sol-Jel Yöntemiyle Alümina / $\text{MgAl}_2\text{O}_4$ -Spinel tozu üretimi ve karakterizasyonu

## ÖZET

Alümina / Magnezya-Alumina ( $\text{MgAl}_2\text{O}_4$ ) spinel karışımı toz malzemeler, alümina zengin spinel malzemeler olarak sağladıkları yüksek kimyasal ve mekanik dayanım özellikleri ile ileri refrakter uygulamalarda tercih edilen ürünlerdir. Bu çalışmada; alümina / MA-spinel karışım tozları, sol-gel metodu ile sentezlenmeye çalışılmıştır. Böhmitik sol, alüminyum izopropoksit ( $\text{Al}(\text{OC}_3\text{H}_7)_3$ ) kaynağından elde edilmiştir. Magnezya ( $\text{MgO}$ ) tozları böhmitik sol içine katılarak mekanik karıştırıcıda 2 saat süreyle karıştırılmıştır. Karışım daha sonra 120 °C'de 8 saat boyunca kurutulmuştur. Kurutulmuş numuneler, sırasıyla 550, 800, 1200 ve 1600 °C sıcaklıklarda ısıl işleme tabi tutulmuştur. Son olarak XRD, SEM ve EDS analizleri uygulanarak karakterizasyon çalışmaları yapılmıştır.

# Production and Characterization of Alumina / $\text{MgAl}_2\text{O}_4$ - Spinel by Sol-Gel Method

## ABSTRACT

Alumina / Magnesia-Alumina ( $\text{MgAl}_2\text{O}_4$ ) spinel mixture powder materials are products opted for in advanced refractory applications due to the high chemical and mechanical strength properties they provide as alumina rich spinel materials. Alumina / MA-spinel mixture powders were attempted to be synthesized by sol-gel method in this study. Boehmitic sol was derived from Aluminum isopropoxide ( $\text{Al}(\text{OC}_3\text{H}_7)_3$ ). Magnesia ( $\text{MgO}$ ) powders were added into the sol and mixed for two hours in a mechanical mixer. Then the mixture was dried for 8 hours at 120 °C. Dried samples were subjected to heat treatment at 550, 800, 1200 and 1600 °C respectively. Finally, characterization studies were made using XRD, SEM and EDS analyses.

**Key words:** Sol-Gel, böhmítik sol, MgO, MgAl<sub>2</sub>O<sub>4</sub>-spinel.

## 1. GİRİŞ

Alümina ve (MgAl<sub>2</sub>O<sub>4</sub>) spinelin yüksek ergime sıcaklıklarını, kimyasal ataklara karşı yüksek dirençleri ve çok iyi mekanik özelliklerinden dolayı refrakterlik ve yapısal uygulamaları bulunmaktadır [1-2].

Spinerler kristalografik açıdan özel bir yapıyı temsil etmektedirler. Bazı oksitler ( $MgAl_2O_4$ ) gibi spinel yapısında olup AB<sub>2</sub>O<sub>4</sub> genel formülüyle gösterilirler. Burada A, +2 değerlikli metal iyonu, B ise +3 değerlikli metal iyonudur. Spinel yapı sekiz alt hücreden oluşan bir birim hücreye sahiptir. Spinel hücrende alt hücrelerin her biri bir  $MgO\cdot Al_2O_3$  molekülden ibarettir. Spinel yapıda oksijen iyonları YMK kafesini oluştururlar ve toplam 32 tane oksijen iyonu bulunmaktadır. A ve B iyonları spinelin cinsine bağlı olarak dört yüzlü (tetrahedral) ve sekiz yüzlü (oktaedral) araya yerde bulunurlar. Sekizyüzlü yerlerinin sadece yarısı, dörtyüzlü yerlerin ise 1/8'i işgal edilmiştir. Şekil 1'de verildiği gibi spinel yapısının birim hücrende sekiz adet  $MgO\cdot Al_2O_3$  molekülü bulunur. Bu yapıda 8  $Mg^{2+}$  iyonu, 8 dörtyüzlü yeri ve 16  $Al^{3+}$  iyonu, 16 sekizyüzlü yeri işgal etmektedir. Magnezya-Alümina spinelinde  $Mg^{2+}$  iyonunun koordinasyon sayısı 4,  $Al^{3+}$  iyonunun koordinasyon sayısı ise 6'dır [3-6].

Şekil 2'deki  $MgO\cdot Al_2O_3$  ikili faz diagramında görüldüğü gibi  $MgAl_2O_4$  spinelinin stokimetrik bileşimi, %28.2 MgO, %71.8  $Al_2O_3$ 'dır. Ergime sıcaklığı ise 2135 °C'dir. Şekil 2'de MgO –  $Al_2O_3$  ikili faz diagramı görülmektedir. [6].

## 2. DENEYSEL ÇALIŞMALAR

### 2.1 Böhmítik Çözeltinin (Sol) eldesi

Sol-gel yöntemiyle böhmítik solüsyonun hazırlanmasında, kaynak hammaddesi olarak, toz halindeki AIP (alüminyum izopropoksit ( $Al(OC_3H_7)_3$ ) Aldrich, <ağ.% 98) kullanılmıştır. Bunun için 15:0.1 (saf su : alkoksit) mol oranına göre, 4 boyunlu 1000 ml hacmindeki reaktörde, manyetik karıştırıcı ısıtıcıyla 90 °C'ye ısınılmış 270 ml saf su içinde 20.4 g alüminyum izopropoksit 30 dak. süre ile karıştırılarak çözündürmüştür. Meydana gelen reaksiyon aşağıdaki gibidir [3-4, 8]:

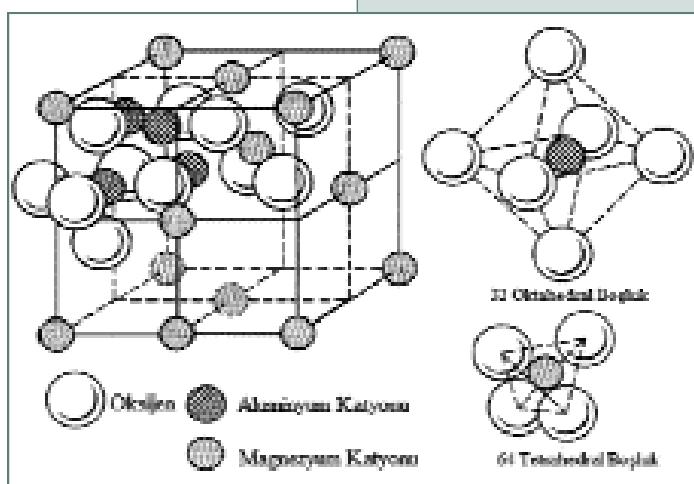


**Key words:** Sol-Gel, boehmitic sol, MgO,  $MgAl_2O_4$ -spinel.

## 1. INTRODUCTION

Alumina and ( $MgAl_2O_4$ ) spinel have refractory and structural applications due to their high melting temperatures, their high strength against chemical attacks and very good mechanical properties [1, 2].

Crystallographically, spinels represent a special configuration. Certain oxides like ( $MgAl_2O_4$ ) are in spinal configuration and are represented by the overall formula  $AB_2O_4$ . Here, A is a metal ion with +2 valence and B is a metal ion with +3 valence. Spinel has a unit cell comprising eight sub-cells. Each sub-cell in the spinel cell is a  $MgO\cdot Al_2O_3$  molecule. Since each sub-unit has a  $MgO\cdot Al_2O_3$  molecule and each molecule has seven ions, then there will be  $7\times 8=56$  ions in each cell [4-6]. In spinal configuration, Oxygen ions form the YMK lattice with 32 Oxygen ions in total. Depending on the type of spinel, A and B ions are in the tetrahedral and octahedral interface. In the spinal configuration, there are 64 tetrahedral spaces and 32 octahedral spaces. Only



Şekil 1.  $MgAl_2O_4$  Spinel Kristal Kafes Yapısı [3].

Figure 1.  $MgAl_2O_4$  Spinel Crystal Lattice Configuration [3].

one half of the octahedral locations and 1/8 of the tetrahedral spaces are occupied [3-6]. As shown in Figure 1, there are eight  $MgO\cdot Al_2O_3$  molecules in the unit cell of the spinel configuration. In this configuration, 8  $Mg^{2+}$  ions occupy 8 tetrahedral locations and 16  $Al^{3+}$  ions occupy 16 octahedral locations. In the magnesia-alumina spinel, the coordination number of  $Mg^{2+}$  ion is 4 and the coordination number of  $Al^{3+}$  ion is 6 [3-5].

As shown in the  $MgO\cdot Al_2O_3$  dual phase diagram in Figure 2, the stoichiometric composition of  $MgAl_2O_4$  spinel is 28.2 % MgO and 71.8 %  $Al_2O_3$ . The melting temperature is 2135 °C. The dual phase diagram of MgO –  $Al_2O_3$  is shown in Figure 2 [6].

## 2. EXPERIMENTS

### 2.1 Preparation of boehmitic solution

In preparation of boehmitic solution by sol-gel method, powder form AIP (aluminum iso-propoxide ( $Al(OC_3H_7)_3$ ) Aldrich, < 98 percent) alcooxide was used as starting raw material. For this purpose, 20.4 g aluminum isopropoxide was dissolved mixing for 30 minutes in 270 ml distilled water heated to 90 °C by magnetic agitator in a 4-neck 1000 ml reactor based on 15:0.1 (distilled water: aluminum iso-propoxide ( $Al(OC_3H_7)_3$ ) mole ratio. The derived reaction is as follows [3, 4, 8]:



Peptizleşmenin gerçekleşmesi için % 10'luga seyreltilen HCl (Merck, % 37) ilave edilmiş ve pH=2.3'e ayarlanmıştır. Ardından sol, 1 saat süre ile karıştırılmıştır [3-4]. Peptizasyon aşamasının kimyasal reaksiyonu şu şekilde gerçekleşmektedir:



Bu şekilde böhmítik ( $\text{AlOOH}$ ) sol hazırlanmıştır.

## 2.2 Böhmítik Sol - $\text{MgO}$ Karışımının hazırlanması

Magnezya-Alümina spinel üretimi için böhmítik sol içine serbest magnezya ( $\text{MgO}$ ) tozu katılmasıyla hazırlanan sıvı-katı karışımı ile çalışmalar sürdürülmiştir. Deneyde kullanılan  $\text{MgO}$  tozu, Kütahya-Kümaş Manyezi A.Ş.'den temin edilen <63 mm tane iriliğindeki sinter  $\text{MgO}$  (KM special fine) ürünüdür.

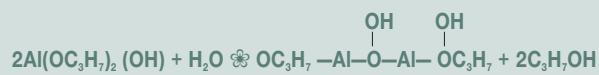
Stoikiometrik spinelin yapısı; %78  $\text{Al}_2\text{O}_3$  ve %28  $\text{MgO}$ 'dan oluşmaktadır. Bu yaklaşım uygundur, böhmítik sol içerisinde, ~0.25 mol  $\text{MgO}$  tozu ilave edilerek 2 saat mekanik karıştırma gerçekleştirilmiştir. Bu karışım, jelleşmesi için etüvde 120 °C'de 8 saat bekletilmiştir ve sonra 2 °C/dak ısıtma hızıyla Nabertherm markalı ısıtma kontrollü fırında 550 °C'ye ısıtılırak bu sıcaklıkta 3 saat tutulmuştur. En son olarak elde edilen numune dört parçaya ayrılarak Nabertherm markalı ısıtma kontrollü fırında 550, 800, 1200 ve 1600 °C sıcaklıklarda 1 saat ısıl işleme tabi tutulmuştur.

## 2.3 Karakterizasyon Çalışmaları

Sol-Jel yöntemiyle sentezlenmiş ve sırasıyla 550–800–1200 ve 1600 °C sıcaklıklarında ısıl işleme tabi tutulmuş numunelere uygulanan XRD analizleri, Cu -  $\text{K}\alpha$  monokromatik ışınımı kullanılarak Rigaku D/Max – 2200 / PC marka cihazda gerçekleştirilmiştir (Şekil 3).

1600 °C'de ısıl işleme tabi tutulmuş toz numunesine taramalı elektron mikroskopu (SEM, Jeol 5600) ve elektron dağılımı spektroskopisi (EDS, I-XRF Systems model 550i) analizleri yapı-

To achieve pepticizing HCl diluted to 10 percent (Merck, 37 percent) was added and pH was set to 2.3. Subsequently, sol was mixed for 1 hour [3, 4]. The chemical reaction of the peptization takes place as follows:



Hence, boehmite ( $\text{AlOOH}$ ) sol was prepared.

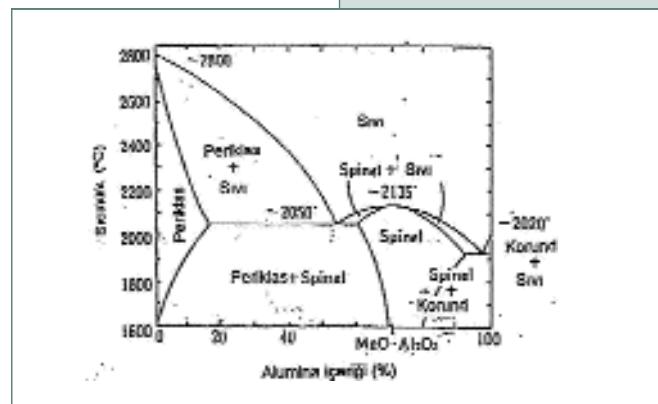
## 2.2 Preparation of Boehmitic Sol - $\text{MgO}$ mixture

For producing Magnesia-Alumina spinel, studies were continued with the liquid-solid mixture prepared by adding free magnesia ( $\text{MgO}$ ) salt in boehmite sol. The  $\text{MgO}$  powder used in the test is < 63 m grain size sinter  $\text{MgO}$  (KM special fine) obtained from Kütahya-Kümaş Manyezi A.Ş.

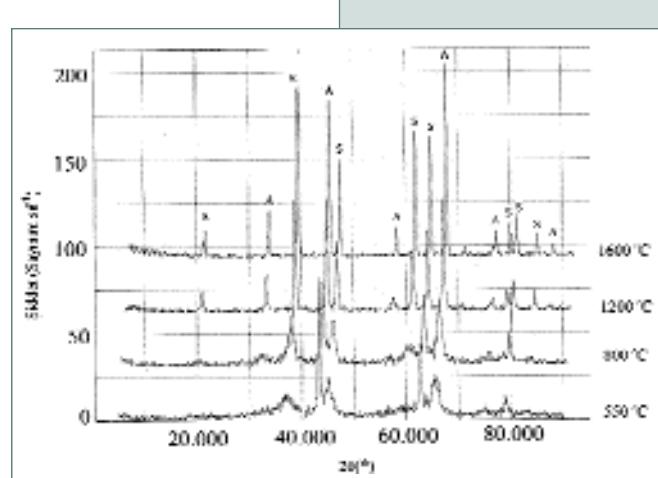
The configuration of stoichiometric spinel comprises 78 percent  $\text{Al}_2\text{O}_3$  and 28 percent  $\text{MgO}$ . In line with this approach, ~0,25 mol  $\text{MgO}$  powder was added into boehmite sol and mixed mechanically for 2 hours. This mixture was dwelled for 8 hours at 120 °C in a drying oven for gelling and subsequently, was heated up to 550 °C in a Nabertherm brand heat controlled kiln at a rate of 2 °C/min. Finally, the obtained specimen was divided into four parts and subjected to heat treatment for one hour at 550, 800, 1200 and 1600 °C in a Nabertherm brand heat controlled kiln.

## 2.3 Characterization Works

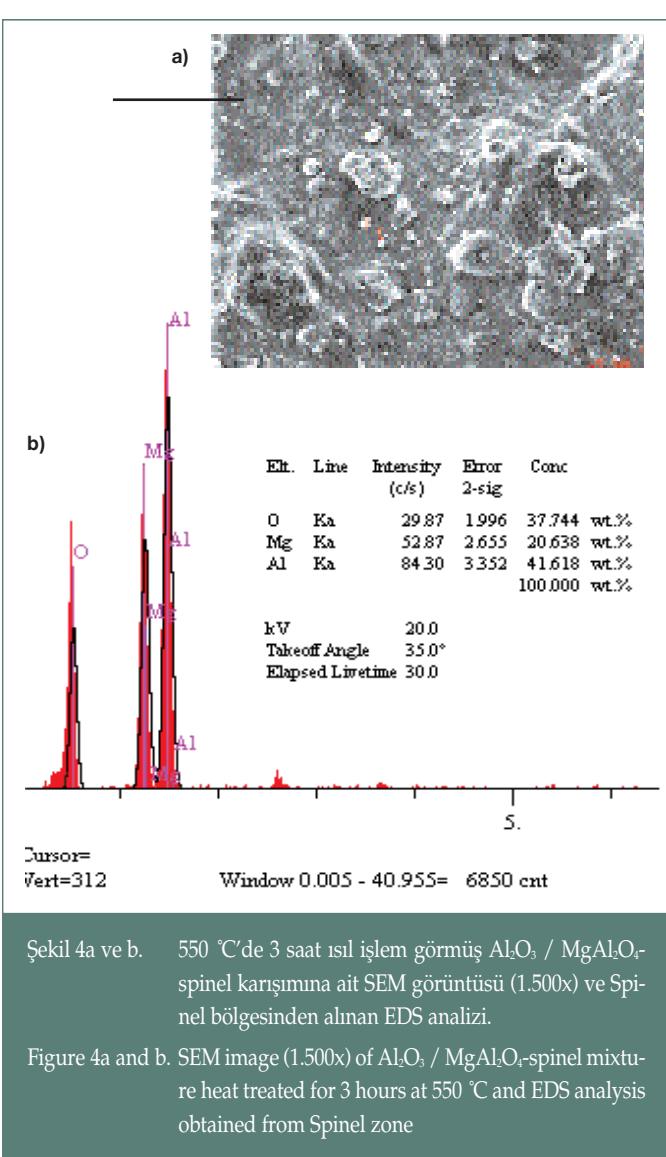
The XRD analyses apply to specimens synthesized by Sol-Gel method and heat treated at 550–800–1200 and 1600 °C temperatures were carried out in a Rigaku D/Max – 2200 / PC brand device using Cu -  $\text{K}\alpha$  monochromatic radiation. Scanned electron microscope (SEM, Jeol 5600) and EDS-electron dispersive spectroscopy, I-XRF Systems model 550i analyses were performed on the powder specimen heat treated at 1600 °C and micro structure analysis were carried out (Figure 4 and 5).



Şekil 2.  $\text{MgO}$  -  $\text{Al}_2\text{O}_3$  ikili denge diyagramı [5].  
Figure 2.  $\text{MgO}$  -  $\text{Al}_2\text{O}_3$  dual equilibrium diagram [5].



Şekil 3. 550, 800, 1200 ve 1600 °C de 1 saat beklemiş numunelerin XRD sonuçları. PDF-No. 88-8269 Alümina (A), PDF-No. 21-1152  $\text{MgAl}_2\text{O}_4$ -Spinel (S)  
Figure 3. XRD results of specimens dwelled for 1 hour at 550, 800, 1200 and 1600 °C PDF-No. 88-8269 Alumina (A), PDF-No. 21-1152  $\text{MgAl}_2\text{O}_4$ -Spinel (S))



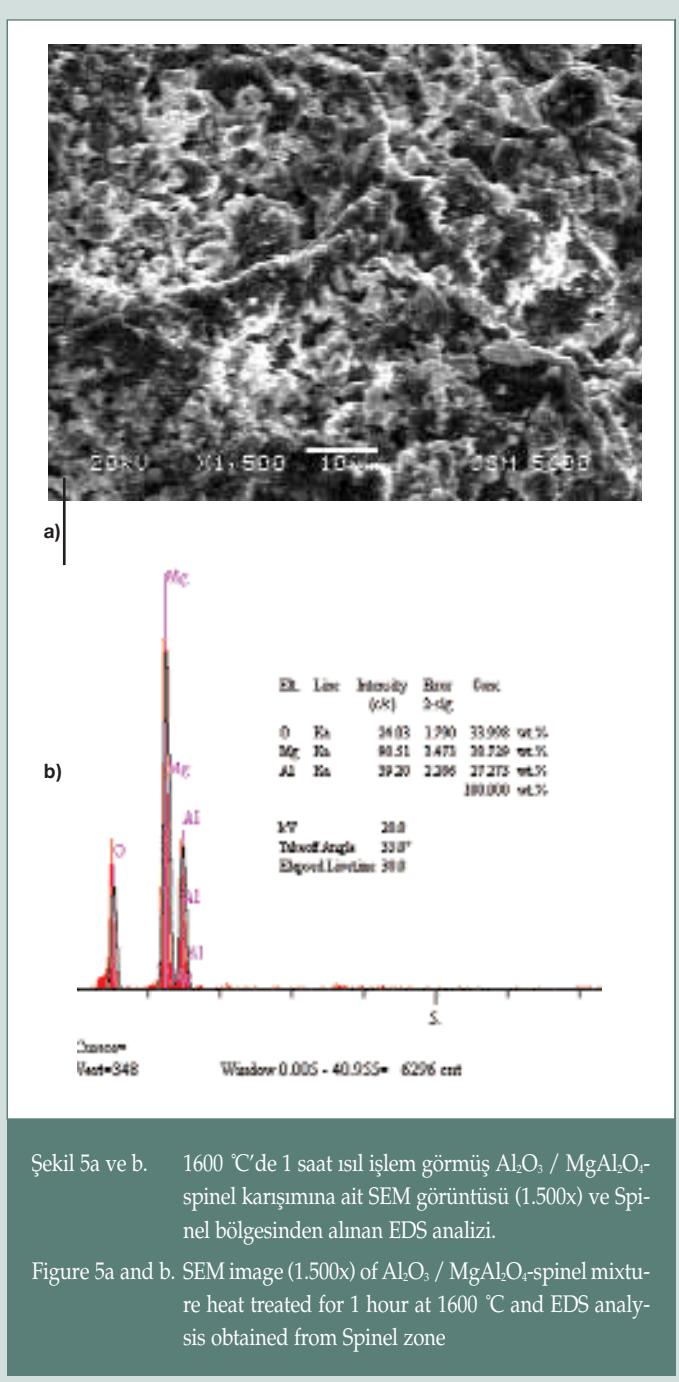
Şekil 4a ve b. 550 °C'de 3 saat ısıl işlem görmüş  $\text{Al}_2\text{O}_3$  /  $\text{MgAl}_2\text{O}_4$ -spinel karışımına ait SEM görüntüsü (1.500x) ve Spinel bölgesinden alınan EDS analizi.

Figure 4a and b. SEM image (1.500x) of  $\text{Al}_2\text{O}_3$  /  $\text{MgAl}_2\text{O}_4$ -spinel mixture heat treated for 3 hours at 550 °C and EDS analysis obtained from Spinel zone

larak mikro yapı incelemeleri gerçekleştirılmıştır (Şekil 4 ve 5).

### 3. SONUÇLAR ve TARTIŞMA

Elde edilen ürünlerin karakterizasyonu için yapılan XRD analizi sonuçları, Şekil 3'te verilmiştir. Piklerin üst üste binerek görülmesinin engellenmemesi için şekilde perspektif kazandırılmıştır. Sonuçlara bakıldığında her sıcaklıkta  $\text{MgAl}_2\text{O}_4$ -spinelinin oluştuğu belirlenmiştir. Spinelin yanı sıra alüminanın da varlığı tespit edilmiştir. Literatürde de benzer bulgulara rastlanmıştır [9]. Artan sıcaklıklarda spinel piklerinin daha da belirginleştiği böylece ısıl işlem sıcaklığı arttıkça  $\text{MgAl}_2\text{O}_4$  spinel fazının güçlendiği görülmektedir. 550 °C'de gerek alümina gerekse MA-spinel pikleri, henuz kristal yapılar tam oluşmadığından ve sisteme amorf yapı bulunduğundan daha zayıftır. 1200 ve 1600 °C gibi yüksek sıcaklıklarda ise kristal yapılar, artık daha net bir şekilde görülebilmektedir. ısıl işlem sıcaklığının artmasının  $\alpha$ - $\text{Al}_2\text{O}_3$  ve  $\text{MgAl}_2\text{O}_4$ -spinel kristal yapılarının daha iyi oluşmasına katkısı bulunmaktadır. Alümina ve Spinel, refrakter hammaddesi olarak kullanılan ürünlerdir. Refrakterler, yüksek sıcaklıklarda kullanıldığından hammaddenin kullanım sırasında nihai reaksi-



Şekil 5a ve b. 1600 °C'de 1 saat ısıl işlem görmüş  $\text{Al}_2\text{O}_3$  /  $\text{MgAl}_2\text{O}_4$ -spinel karışımına ait SEM görüntüsü (1.500x) ve Spinel bölgesinden alınan EDS analizi.

Figure 5a and b. SEM image (1.500x) of  $\text{Al}_2\text{O}_3$  /  $\text{MgAl}_2\text{O}_4$ -spinel mixture heat treated for 1 hour at 1600 °C and EDS analysis obtained from Spinel zone

### 3. RESULTS AND DISCUSSION

The results of the XRD analyses performed for characterization of derived products are given in Figure 3. A perspective was given to the figure so that peaks will not overlap, preventing visibility. From the results, it was determined that the  $\text{MgAl}_2\text{O}_4$ -spinel was formed at every temperature. The presence of alumina was also detected in addition to spinel. There are similar findings in literature as well [9]. It is observed that at increasing temperatures, spinel peaks become more visible; hence, the  $\text{MgAl}_2\text{O}_4$  spinel phase is strengthened as the heat treatment temperature increases. At 550 °C, both alumina and also MA-spinel peaks are weaker since crystal structures can not yet be fully formed and there are amorphous structures in the system. At higher temperatures like 1200 and 1600 °C, crystal structures become visible more clearly. Increase in the heat treatment temperature contributes to better formation of the  $\alpha$ - $\text{Al}_2\text{O}_3$ .

yonlarını tamamlaması (in-situ reaksiyonlar) prosesin ekonomik olmasına katkı sağlar. Bu durumda; 550 °C'de elde edilen ürünün tercih edilmesi, refrakter bileşimine girdikten sonra kullanacağı yüksek sıcaklıkta ilgili reaksiyonlarını tamamlayarak - 1200 °C'nin üzerindeki sıcaklıklarda elde edilemeyecek yapılara ulaşılabilceği için- pratik uygulama açısından ekonomik bir çözüm olacaktır.

Çalışmadan elde edilen ürüne alumina zengin spinel (alumina rich spinel) denilebilir. Almasis'in AR90 kalitesindeki ticari ürünü, alumina zengin spinel hammaddesinin kodu olarak ifade edilmektedir.

550 ve 1600 °C'de ısıl işlem görmüş numunelerin SEM-EDS analizleri, Şekil 4 ve Şekil 5'te verilmiştir. Görüldüğü gibi her iki ısıl işlem sıcaklığı sonrasında spinel yapısının elde edilebildiği belirlenmiştir. EDS sonuçlarından da anlaşıldığı üzere 1600 °C'de, 550 °C'ye göre daha yüksek oranda spinel varlığı tespit edilmiştir.

#### 4. SONUÇLAR

Refrakterlik açısından alumina-spinel ya da alumina zengin spinel hammaddesi önemli bir ürünüdür. Sol-Jel tekniği kullanılarak yukarıda açıklandığı gibi alumina-spinel tozu elde edilebilmektedir. 1600 °C'deki ısıl işlem sonucu spinel fazı, 550 °C'de üretilmiş olana göre daha güçlündür. ısıl işlem sıcaklığının artırılması, spinel fazın oluşumunu desteklemektedir. Ancak yükselen sıcaklıkların üretim maliyetlerini artıracası ve bu ürünün yüksek sıcaklıklarda kullanılacağı düşünüldüğünde 550 °C'deki üretimin daha ekonomik olacağı göz önüne alınmalıdır.

#### TEŞEKKÜR

Bu çalışma, TÜBİTAK 106M318 projesi tarafından desteklenmiştir. Aynı zamanda çalışma, İstanbul Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsüne bağlı olarak tamamlanmış yüksek lisans tezinin bir bölümünü kapsamaktadır.

Kaynaklar /Bibliography

1. J. Parmentier, M.R. Plouet, S. Vilminot, *Mater. Res. Bull.*, 33(1998) 1717
2. T. Shiono, K. Shiono, K. Miyamoto, G. Pezotti, *J. Am. Ceram., Soc.* 83 (2000) 1
3. W.D. Kingery, H.K.Bowen. D.R.Uhlmann, *Introduction to Ceramics*, John Wiley & Sons, 1976, ISBN 0-471-47860-1.
4. W.F.Smith, *Malzeme Bilimi ve Mühendisliği*, Literatür Yayıncılık, 2001, ISBN: 975 8431-03-X.
5. O. Yazıcı, *Sol-Jel Yöntemiyle Üretilmiş Spinel Katkılı Düşük Çimentolu Alüminalı Refrakterlerin İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, 2008.
6. G. Wulfsberg, *Inorganic Chemistry*, University Science Books, 2000
7. F. Ryskewitch, D. Richardson, *Oxide ceramics*, Academic Press 1985
8. J.K.Krebs, *Luminescent Properties of Trivalent Ytterbium Ions in Sol-Gel Produced Alumina*, Ph.D. Thesis, The University of Georgia, 2000
9. F. Oksuzomer, S.N. Koc, I. Boz, M.A. Gurkaynak, *Key Eng Mat*, 264-268 (2004) 367-371

and  $\text{MgAl}_2\text{O}_4$ -spinel crystal structures. Alumina and spinel are products used as refractory raw materials. Since refractories are used at high temperatures, if the raw material has completed its in situ reactions during use, then the process becomes more economical. Therefore, if the product derived at 550 °C is chosen, then since it will complete the applicable reactions at the high temperature where it will be used after it is introduced into the refractory composition, reaching structures which may be derived at temperatures over 1200 °C, this will be an economical solution in terms of practical use.

The product derived from the study may be called alumina rich spinel. The commercial product of Almasis in AR90 quality is used as the code for alumina rich spinel raw material.

SEM-EDS analyses of specimens heat treated at 550 °C and 1600 °C are given in Figure 4 and Figure 5. As observed, it was determined that the spinel composition may be obtained after either heat treatment temperatures. As inferred from EDS results, the presence of spinel at a higher rate compared to 550 °C was determined at 1600 °C.

#### 4. CONCLUSION

In terms of refractoriness, alumina-spinel or alumina rich spinel raw material is an important product. Alumina-spinel powder may be derived as explained above using the Sol-Gel technique. The spinel phase as a result of the heat treatment at 1600 °C is more powerful than that produced at 550 °C. Increasing the heat treatment temperature supports formation of the spinel phase. However, considering that increased temperature will boost production costs, it can be said that production at 550 °C will be more economical.

#### ACKNOWLEDGEMENT

This study was supported by TÜBİTAK 106M318 project. At the same time, the study is part of a Master's Thesis completed at Istanbul University Sciences Institute.