

Yapı Malzemeleri İhracatı Sektör Raporu

YAPI MALZEMELERİ İHRACATI SEKTÖR RAPORU

1. Yapı Malzemeleri Sektörünün Tanımı ve Kapsamı

Yapı malzemeleri sektörü; konut, ticari yapı, sanayi tesisi ve altyapı projelerinin inşasında kullanılan, yapının taşıyıcı sistemini, kaplama unsurlarını, yalıtım bileşenlerini ve tamamlayıcı teknik aksamalarını oluşturan mal ve yarı mamullerin üretimini, ticaretini ve dağıtımını kapsayan çok disiplinli bir sanayi alanıdır.

Bu sektör; inşaat faaliyetlerinin temel girdilerini sağlaması, yüksek katma değerli alt sektörleri bünyesinde barındırması ve ekonomik büyüme ile doğrudan ilişki içinde olması nedeniyle stratejik nitelik taşımaktadır. Yapı malzemeleri, hem yeni yapı yatırımlarında hem de yenileme, güçlendirme ve kentsel dönüşüm projelerinde kritik rol oynamaktadır.

Bu rapor kapsamında yapı malzemeleri sektörü; uluslararası ticaret istatistikleriyle uyumlu, karşılaştırmalı analiz yapılmasına elverişli ve sektörel politika üretimini destekleyecek şekilde ele alınmıştır.

Kapsam belirlenirken aşağıdaki temel kriterler esas alınmıştır:

- Yapıların taşıyıcı, kaplama, yalıtım veya tamamlayıcı unsuru olarak kullanılan ürünler,
- İnşaat faaliyetlerinde kalıcı nitelik taşıyan malzemeler,
- Uluslararası ticarete yaygın biçimde “building materials / construction materials” olarak sınıflandırılan GTİP kalemleri.

Bu çerçevede raporda, yapı malzemeleri altı ana ürün grubu altında incelenmiş; her bir grup için ticaret yapısı, rekabet koşulları ve talep dinamikleri ayrı ayrı değerlendirilmiştir.

Kapsam Dahilindeki Ürünler ve GTİP Dağılımı

Ana Grup	GTİP	Ürün Grubu
Mineral ve Bağlayıcı Yapı Malzemeleri	2520	Alçı
	2523	Çimento
	6802, 6803	İşlenmiş doğal taşlar
	6806	Mineral yünler
	6807, 6809, 6810, 6811	Asfalt, alçı, çimento ve betondan eşya
	6904, 6905	Tuğlalar, karolar, kiremitler
Seramik, Cam ve Kaplama Malzemeleri	6907, 6908	Seramik kaplamalar

	6910	Seramik sağlık gereęleri
	7003, 7004, 7005, 7008, 7016	Düz cam, yalıtım camı, cam tuğla
	7019	Cam yünü
	4814	Duvar kâğıtları
Metal Yapı Malzemeleri ve Konstrüksiyon Elemanları	7214, 7215, 7216, 7217	Demir-çelik çubuk, profil, tel, çivi vb.
	7303, 7304, 7305, 7306, 7307	Demir-çelik boru ve bağlantı parçaları
	7308	Demir-çelikten inşaat aksamı
	7317, 7318	Vida, cıvata vb.
	7322	Demir-çelik radyatörler
	7324	Demir-çelik sağlık gereęleri
	8301, 8302	Kilitler ve donanım eşyası
Ahşap ve Ahşap Esaslı Yapı Malzemeleri	4411, 4412, 4418	Ađaçtan inşaat malzemeleri
Plastik ve Kimyasal Esaslı Yapı Malzemeleri	3208, 3209, 3210, 3214	Boyalar ve vernikler
	3917, 3918, 3922, 3925	Plastik inşaat malzemeleri
Yalıtım, Tesisat, Mekanik ve Tamamlayıcı Yapı Ürünleri	7604, 7610	Alüminyumdan inşaat malzemeleri ve aksamı
	7615	Alüminyum sağlık gereęleri
	8402, 8403, 8404, 8415	Isıtma ve soğutma cihazları
	842810	Asansörler ve liftler
	848110	Musluklar ve vanalar
	8536	Elektrik malzemeleri
	854442, 854449	Yalıtımlı kablolar
	9405	Aydınlatma cihazları



BAZ Girişim'in ana uzmanlık alanlarından birisi, veriye ve ihracat aklına dayalı yurtdiŐi pazar araŐtirması yapmaktır. [BAZ Girişim'in bu hizmetini daha derinden anlamak için tıklayın.](#)

2. Dünya Yapı Malzemeleri Sektörü

2.1. Genel Görünüm

Dünya yapı malzemeleri sektörü, inşaat, altyapı, sanayi ve kentsel dönüşüm faaliyetleriyle doğrudan bağlantılı olması nedeniyle küresel ekonominin en temel ve stratejik sektörlerinden biri konumundadır.

- Konut üretimi,
- ticari yapılar,
- ulaşım altyapısı,
- enerji tesisleri,
- kamu yatırımları

gibi geniş bir uygulama alanına sahip olan yapı malzemeleri; ekonomik büyüme, nüfus artışı, kentleşme oranları ve kamu yatırım politikalarına duyarlı bir talep yapısı sergilemektedir. Bu yönüyle sektör, hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde ekonomik konjonktürün önemli bir göstergesi olarak değerlendirilmektedir.

Küresel ölçekte yapı malzemeleri sektörü;

- mineral ve bağlayıcı ürünler,
- seramik, cam ve kaplama malzemeleri,
- metal esaslı yapı ürünleri,
- ahşap ve ahşap esaslı malzemeler,
- plastik ve kimyasal esaslı ürünler
- yalıtım, tesisat ve mekanik tamamlayıcı ürünler olmak üzere

geniş ve çeşitlendirilmiş bir ürün yelpazesine sahiptir. Bu çeşitlilik, sektörün hem düşük katma değerli temel girdileri hem de yüksek teknik standartlar gerektiren ileri teknoloji ürünlerini aynı çatı altında barındırmasına olanak tanımaktadır.

Son yıllarda dünya yapı malzemeleri sektörünün gelişiminde,

- geleneksel inşaat faaliyetlerinin yanı sıra
- enerji verimliliği,
- sürdürülebilir yapı çözümleri,
- iklim değişikliğiyle mücadele,
- karbon ayak izinin azaltılması
- dayanıklı altyapı yatırımları gibi

yeni öncelik alanları belirleyici hale gelmiştir. Özellikle yalıtım malzemeleri, mekanik tesisat sistemleri, elektrik ve enerji altyapısına yönelik ürünler ile hafif ve uzun ömürlü yapı çözümleri, küresel talep artışının yoğunlaştığı alt segmentler arasında öne çıkmaktadır.

Dünya yapı malzemeleri ticareti, üretim ve tüketim merkezlerinin coğrafi olarak farklılaşması nedeniyle büyük ölçüde uluslararası ticaret yoluyla şekillenmektedir.

- Gelişmiş ekonomiler yüksek katma değerli ve standartlara duyarlı ürünlerde talep yönlü bir rol üstlenirken;
- hızlı kentleşme sürecindeki gelişmekte olan ülkeler, temel yapı girdileri ve altyapı malzemelerinde önemli ithalat pazarları oluşturmaktadır.

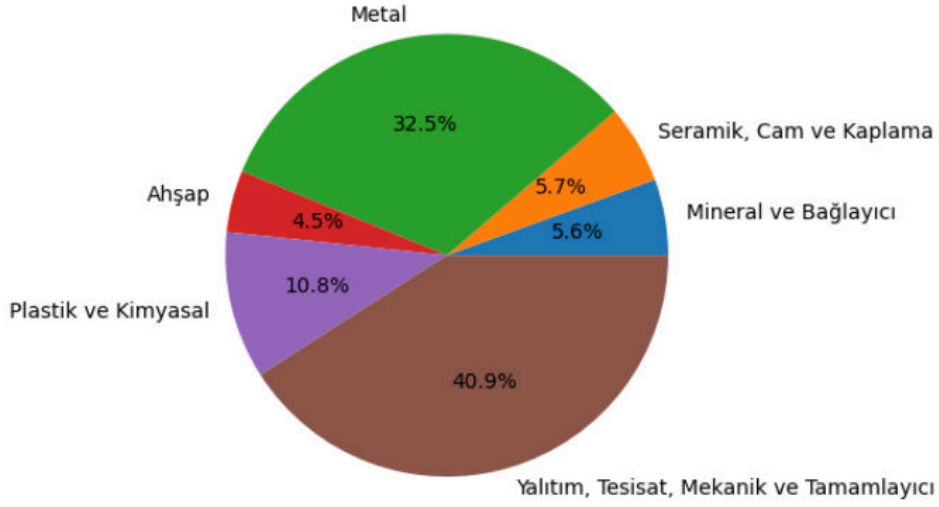
Bu yapı, dünya yapı malzemeleri ticaretinin çok merkezli, bölgesel dinamiklere duyarlı ve ürün bazında farklılaşan bir karaktere sahip olduğunu göstermektedir.

2.2. Dünya Yapı Malzemeleri Ticareti ve Başlıca Ülkeler

Dünya yapı malzemeleri ticareti, 2020–2024 döneminde küresel ekonomik dalgalanmalara, pandemi sonrası toparlanma sürecine ve artan maliyet baskılarına rağmen yüksek hacmini koruyan ve küresel ticarete stratejik önemini sürdüren sektörler arasında yer almaktadır. Dünya genelinde yapı malzemeleri ithalatı 2020 yılında yaklaşık 757 milyar ABD doları seviyesindeyken, 2022 yılında 1 trilyon ABD dolarını aşarak dönemsel zirvesine ulaşmıştır. 2023 ve 2024 yıllarında ise küresel enflasyonist baskılar, finansman koşullarındaki sıkılaşma ve inşaat sektöründeki yavaşlamaya bağlı olarak sınırlı bir gerileme ve yataylaşma eğilimi gözlenmiştir. Buna rağmen toplam ithalat hacmi 2024 yılında da yaklaşık 970 milyar ABD doları seviyesinde gerçekleşerek sektörün küresel ölçekteki güçlü konumunu koruduğunu ortaya koymaktadır.

2.3. Ürün Gruplarına Göre Ticaretin Yoğunlaştığı Alanlar

Dünya Yapı Malzemeleri İthalatı (2024) - 6 Ana Grup Payları



2024 yılı itibarıyla dünya yapı malzemeleri ithalatının ana gruplar bazındaki dağılımı incelendiğinde, ticaret hacminin belirgin biçimde yalıtım, tesisat, mekanik ve tamamlayıcı yapı ürünleri ile metal yapı malzemeleri üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Söz konusu dönemde

- yalıtım, tesisat, mekanik ve tamamlayıcı ürünler toplam ithalatın %40,9'unu oluşturarak 396,8 milyar ABD doları ile ilk sırada yer alırken,
- metal yapı malzemeleri %32,5 pay ve 315,3 milyar ABD doları ile ikinci sırada gelmektedir.
- Plastik ve kimyasal esaslı yapı malzemeleri, %10,8 pay ve 104,3 milyar ABD doları ile orta düzeyde bir ağırlık sergilerken; seramik, cam ve kaplama ürünleri (%5,7 – 55,4 milyar ABD doları) ile mineral ve bağlayıcı yapı malzemeleri (%5,6 – 53,9 milyar ABD doları) daha sınırlı paylara sahiptir.
- Ahşap ve ahşap esaslı yapı malzemeleri ise %4,5 pay ve 44,0 milyar ABD doları seviyesinde gerçekleşmiştir.

Bu dağılım, küresel yapı malzemeleri ticaretinde temel yapı girdilerinin önemini korumakla birlikte, yüksek katma değerli, teknik ve tamamlayıcı ürün gruplarının toplam ticaret içerisindeki ağırlığının belirgin biçimde arttığını ortaya koymaktadır.

Dünya Yapı Malzemeleri İthalatı: 2024 Panoraması

2024'te yaklaşık 970 milyar dolarlık küresel yapı malzemeleri ticareti, yüksek katma değerli, teknik ürünlere doğru stratejik bir kayma gösteriyor.

İthalatın Ürün Gruplarına Göre Dağılımı (2024)

İthalatın %73'ü İki Ana Grupta Yoğunlaşıyor

Yalıtım, tesisat, mekanik ürünler ve metal yapı malzemeleri pazarın lideridir.

Yalıtım, Tesisat, Mekanik ve Tamamlayıcı (40.9%)

Teknik ve Tamamlayıcı Ürünler Öne Çıkıyor

Bu durum, pazarda katma değeri yüksek ürünlere olan talebin arttığını göstermektedir.

Metal Yapı Malzemeleri (32.5%)

Mineral ve Bağlayıcı (5.6%)

Ahşap ve Ahşap Esaslı (4.5%)

Plastik ve Kimyasal Esaslı (10.8%)

Seramik, Cam ve Kaplama (5.7%)

İthalatta Lider Ülkeler (2024)

ABD Açık Ara Lider İthalatçı

Yaklaşık 144 milyar dolarlık ithalatı ile tek başına dünya toplamının %15'ini oluşturmaktadır.

ABD

Almanya (6.4%)

Fransa (3.7%)

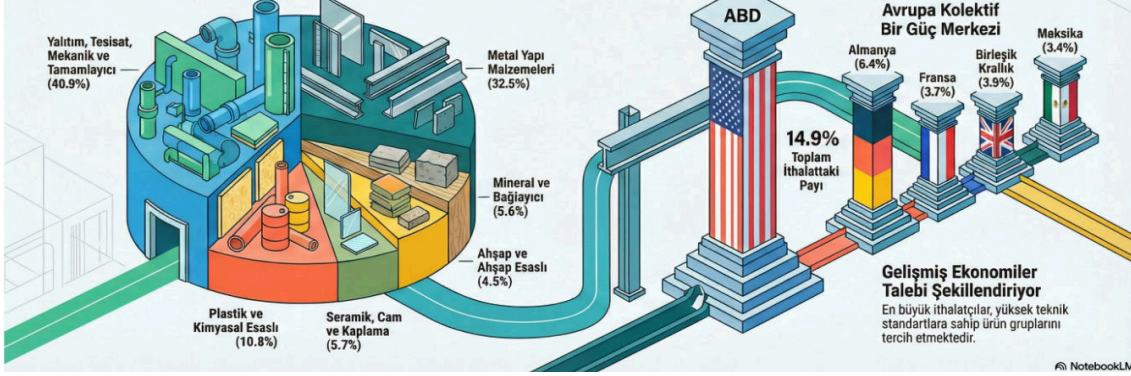
Birleşik Krallık (3.9%)

Meksika (3.4%)

14.9%
Toplam İthalattaki Payı

Gelişmiş Ekonomiler Talebi Şekillendiriyor

En büyük ithalatçılar, yüksek teknik standartlara sahip ürün gruplarını tercih etmektedir.



2.4. Ülke Bazlı Analiz

Yapı Malzemeleri İthalatında İlk 20 Ülke (2024, bin USD)

Ülke	Mineral ve bağlayıcı yapı malzemeleri	Seramik, cam ve kaplama malzemeleri	Metal yapı malzemeleri, konstrüksiyon elemanları	Ahşap ve ahşap esaslı malzemeler	Plastik ve kimyasal esaslı malzemeler	Yalıtım, tesisat, mekanik ve tamamlayıcı yapı ürünleri	TOPLAM YAPI MALZEMELERİ İTHALATI
Dünya	53.885.894	55.436.788	315.279.084	43.973.916	104.336.581	396.791.619	969.703.882
ABD	10.326.582	6.747.527	45.440.102	7.814.409	14.006.425	59.716.043	144.051.088
Almanya	1.647.741	2.623.556	20.711.484	2.680.423	6.536.537	28.047.800	62.247.541
Fransa	2.082.954	2.409.079	11.021.551	1.689.498	4.730.214	14.002.840	35.936.136
Birleşik Krallık	2.692.141	1.672.067	10.632.018	2.399.074	3.463.569	12.855.704	33.714.573
Meksika	426.025	1.419.298	9.282.342	815.806	3.638.024	17.778.933	33.360.428
Çin	297.337	4.115.221	6.831.736	325.338	3.677.254	17.683.425	32.930.311
Kanada	1.740.329	1.658.904	11.114.579	1.364.827	3.956.847	10.658.204	30.493.690
Hollanda	1.709.644	1.196.551	7.175.713	1.328.808	3.452.778	10.073.417	24.936.911
İtalya	1.105.228	1.243.513	7.221.310	1.649.336	3.050.369	9.488.124	23.757.880
Japonya	688.659	903.456	5.307.859	2.732.463	1.115.700	9.883.501	20.631.638
Polonya	737.728	1.108.429	7.626.903	691.872	2.737.259	7.319.868	20.222.059
G.Kore	865.615	1.495.675	6.020.210	853.492	1.194.701	5.878.891	16.308.584
Belçika	943.710	927.100	4.420.372	976.737	2.972.972	5.984.022	16.224.913
İspanya	458.515	852.192	5.424.723	520.643	2.110.815	6.824.537	16.191.425

Suudi Arabistan	716.522	913.178	6.640.112	746.206	1.396.647	5.424.171	15.836.836
Vietnam	494.977	549.728	3.825.707	455.482	1.218.822	9.246.299	15.791.015
Avustralya	782.919	816.536	5.633.572	832.796	1.467.895	5.943.182	15.476.900
Hong Kong	602.468	1.199.769	2.764.688	186.475	457.808	10.264.638	15.475.846
Çekya	495.916	560.198	4.862.314	371.838	2.047.823	6.576.051	14.914.140
BAE	637.955	812.514	6.366.211	604.609	998.882	5.192.548	14.612.719
Diğer	24.432.929	22.212.297	126.936.468	14.933.784	40.105.240	137.947.301	366.568.019

2024 yılı dünya yapı malzemeleri ithalat verileri, küresel ticaretin belirli ülkelerde yoğunlaştığını ve talebin ürün grupları itibarıyla farklılaştığını açık biçimde ortaya koymaktadır. **Toplam 969,7 milyar ABD doları düzeyindeki dünya yapı malzemeleri ithalatı içerisinde, ABD açık ara en büyük ithalatçı ülke konumundadır.** ABD'nin toplam yapı malzemeleri ithalatı 144,1 milyar ABD doları seviyesinde gerçekleşmiş olup, bu tutar dünya toplamının yaklaşık %15'ine karşılık gelmektedir.

ABD ithalatında özellikle

- yalıtım,
- tesisat,
- mekanik ve tamamlayıcı yapı ürünleri
- metal yapı malzemeleri öne çıkmakta;

bu durum ülkenin ileri altyapı sistemleri, teknik donanım gereksinimleri ve yenileme odaklı inşaat faaliyetleriyle uyumlu bir talep yapısına işaret etmektedir.

Avrupa ülkeleri, dünya yapı malzemeleri ticaretinde kolektif olarak en güçlü ikinci talep merkezi konumundadır.

- Almanya (62,2 milyar ABD doları),
- Fransa (35,9 milyar ABD doları),
- Birleşik Krallık (33,7 milyar ABD doları),
- İtalya (23,8 milyar ABD doları)
- İspanya (16,2 milyar ABD doları) başta olmak üzere

birçok AB üyesi ülke üst sıralarda yer almaktadır. Bu ülkelerin ithalat yapısı incelendiğinde, metal yapı malzemeleri ile yalıtım ve mekanik tamamlayıcı ürünlerin ağırlık kazandığı görülmektedir. Bu dağılım, Avrupa pazarında yüksek teknik standartlar, enerji verimliliği ve sürdürülebilir yapı uygulamalarının belirleyici olduğunu göstermektedir.

Diğer büyük ithalatçı ülkelere baktığımızda ise,

- Meksika (33,4 milyar ABD doları),
- Çin (32,9 milyar ABD doları),
- Kanada (30,5 milyar ABD doları),
- Hollanda (24,9 milyar ABD doları)

gibi ülkeler ise orta-üst segment ithalatçı ülkeler arasında konumlanmaktadır. Bu ülkelerde de metal yapı malzemeleri ile yalıtım ve tesisat ürünlerinin toplam ithalat içerisindeki payı dikkat çekmektedir. Özellikle Meksika ve Kanada örnekleri, altyapı yatırımları ve sanayi bağlantılı inşaat faaliyetlerinin ithalat talebini şekillendirdiğini göstermektedir.

Asya-Pasifik ve Orta Doğu ülkeleri incelendiğinde ise,

- Çin,
- Vietnam,
- Suudi Arabistan,
- Birleşik Arap Emirlikleri,
- Avustralya

gibi ülkelerin dünya yapı malzemeleri ithalatında önemli ancak seçici bir rol üstlendikleri görülmektedir. Bu ülkelerde ithalatın büyük bölümü metal yapı malzemeleri ile yalıtım, mekanik ve tamamlayıcı ürünlerde yoğunlaşmakta; mineral ve bağlayıcı ürünlerin payı görece daha sınırlı kalmaktadır. Bu durum, söz konusu ülkelerde altyapı ve üstyapı yatırımlarının teknik ve donanım ağırlıklı bir yapı sergilediğini ortaya koymaktadır.

Genel olarak tablo, dünya yapı malzemeleri ticaretinde yüksek katma değerli, teknik ve tamamlayıcı ürün gruplarının başlıca ithalatçı ülkelerde baskın hale geldiğini göstermektedir. Özellikle yalıtım, tesisat, mekanik ve elektrikle ilişkili ürünlerin, hem gelişmiş ekonomilerde hem de altyapı yatırımlarını hızlandıran ülkelerde küresel ticaretin ana sürükleyicisi konumuna yükseldiği görülmektedir. Bu yapı, dünya yapı malzemeleri ticaretinin yalnızca yeni inşaat faaliyetlerine değil; aynı zamanda yenileme, enerji verimliliği ve altyapı modernizasyonu süreçlerine de güçlü biçimde bağlı olduğunu ortaya koymaktadır.

3. Türkiye Yapı Malzemeleri Sektörü İhracatı

Türkiye yapı malzemeleri sektörü, 2024 yılı itibarıyla **27,64 milyar ABD doları** seviyesindeki toplam ihracat hacmiyle ülkenin sanayi ve dış ticaret yapısı içerisinde önemli bir yer tutmaktadır. Trademap verileri, sektör ihracatının belirli pazarlarda yoğunlaşmakla birlikte Avrupa, Orta Doğu ve yakın coğrafyaya yayılan **çok merkezli bir pazar yapısına** sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

3.1. Ürün Gruplarına Göre Türkiye Yapı Malzemeleri İhracatı (2024, bin USD)

	Mineral ve bağlayıcı yapı malzemeleri	Seramik, cam ve kaplama malzemeleri	Metal yapı malzemeleri, konstrüksiyon elemanları	Ahşap ve ahşap esası malzemeler	Plastik ve kimyasal esası malzemeler	Yalıtım, tesisat, mekanik ve tamamlayıcı yapı ürünleri	TOPLAM YAPI MALZEMELERİ İHRACATI
Dünya	2.980.295	1.431.584	11.095.734	1.242.889	2.447.424	8.441.856	27.639.782
ABD	932.820	148.903	590.910	57.391	62.242	380.000	2.172.266
Almanya	28.704	140.937	664.382	7.266	85.943	932.488	1.859.720
B. Krallık	56.831	94.978	647.209	25.667	49.621	866.582	1.740.888
Irak	179.583	52.168	503.650	184.205	312.387	506.463	1.738.456
Romanya	60.695	46.753	772.316	59.305	93.908	197.437	1.230.414
Fransa	103.420	84.879	262.827	8.663	79.498	366.934	906.221
İtalya	119.337	42.053	261.968	11.826	68.194	273.742	777.120
Rusya	38.297	23.461	256.015	34.515	136.270	236.998	725.556

Fas	41.480	37.992	346.942	126.799	58.823	70.190	682.226
Bulgaristan	77.447	49.454	202.655	44.002	46.497	212.333	632.388
İspanya	37.782	27.892	244.693	14.324	65.664	187.192	577.547
Polonya	5.439	16.422	241.446	13.240	48.776	242.675	567.998
Gürcistan	59.863	22.454	191.015	34.408	84.289	169.712	561.741
Hollanda	18.672	17.461	145.486	7.101	35.102	322.550	546.372
Sırbistan	28.803	27.867	251.006	35.173	40.908	130.743	514.500
Mısır	9.773	7.296	280.436	33.456	21.746	88.966	441.673
Yemen	1.369	178	426.139	270	5.467	5.317	438.740
Yunanistan	41.781	29.047	172.357	15.685	30.143	148.434	437.447
S. Arabistan	117.729	8.834	140.109	14.945	34.111	88.325	404.053
Libya	64.281	9.112	106.291	63.345	56.687	102.611	402.327
Diğer	956.189	543.443	4.387.882	451.303	1.031.148	2.912.163	10.282.128

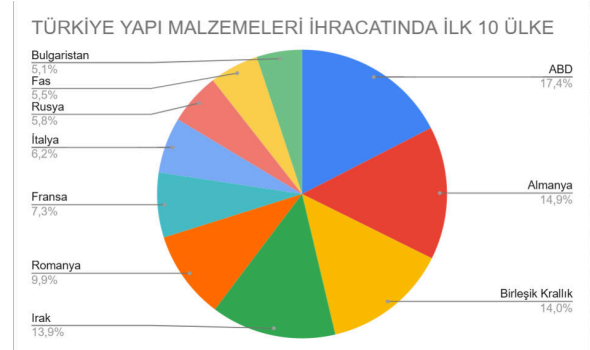
3.2. Türkiye Yapı Malzemeleri İhracatında Öne Çıkan Ülkeler

3.2.1. Sektör Genel Görünümü

2024 yılı verileri, Türkiye yapı malzemeleri ihracatında **ABD, Almanya, Birleşik Krallık ve Irak**'ın başlıca pazarlar olduğunu göstermektedir.

TÜRKİYE YAPI MALZEMELERİ İHRACATINDA İLK 10 ÜLKE (2024)

	İhracat (bin USD)	Pay (%)
TOPLAM İHRACAT	27.639.782	
ABD	2.172.266	7,86
Almanya	1.859.720	6,73
Birleşik Krallık	1.740.888	6,3
Irak	1.738.456	6,29
Romanya	1.230.414	4,45
Fransa	906.221	3,28
İtalya	777.120	2,81
Rusya	725.556	2,63
Fas	682.226	2,47
Bulgaristan	632.388	2,29



- **Amerika Birleşik Devletleri, 2.1 milyar ABD doları** ihracat hacmiyle Türkiye'nin yapı malzemeleri ihracatında **en büyük tekil pazarı** konumundadır.
- **Almanya, 1.9 milyar ABD doları** ile ikinci sırada yer almakta; **Birleşik Krallık** ise **1.7 milyar ABD doları** ile Almanya'yı yakından takip etmektedir. Bu iki ülke birlikte değerlendirildiğinde, Avrupa Birliği ve Birleşik Krallık pazarlarının Türkiye yapı malzemeleri ihracatında **yüksek ağırlığa sahip olduğu** görülmektedir.
- **Irak, 1.7 milyar ABD doları** ihracat hacmiyle Birleşik Krallık'a çok yakın bir seviyede yer almakta; özellikle hacimli ve temel yapı malzemelerinde Türkiye için **stratejik bir pazar** olma özelliğini sürdürmektedir.
- **Romanya, 1.2 milyar ABD doları** ihracat değeriyle Türkiye'nin Doğu Avrupa'daki en önemli yapı malzemeleri pazarı konumundadır.
- **Fransa (906,2 milyon ABD doları)** ve **İtalya (777,1 milyon ABD doları)**, Türkiye'nin yapı malzemeleri ihracatında **istikrarlı Batı Avrupa pazarları** arasında yer almaktadır.
- **Rusya Federasyonu (725,6 milyon ABD doları)** ve **Fas (682,2 milyon ABD doları)**, Avrupa dışındaki önemli pazarlardan olup, Türkiye'nin yapı malzemeleri ihracatında çeşitliliği artıran ülkeler arasında bulunmaktadır.
- **Bulgaristan (632,4 milyon ABD doları)**, **İspanya (577,5 milyon ABD doları)**, **Polonya (568,0 milyon ABD doları)** ve **Gürcistan (561,7 milyon ABD doları)**, Türkiye'nin yakın coğrafyada lojistik avantaj sağladığı ve düzenli ihracat gerçekleştirdiği pazarlardır.
- **Hollanda (546,4 milyon ABD doları)** ve **Sırbistan (514,5 milyon ABD doları)**, orta ölçekli ancak süreklilik arz eden ihracat yapılan ülkeler arasında yer almaktadır.
- **Mısır (441,7 milyon ABD doları)** ve **Yemen (438,7 milyon ABD doları)**, Orta Doğu ve Kuzey Afrika bölgesinde Türkiye'nin yapı malzemeleri ihracatında öne çıkan pazarlardır.

Bu dağılım, Türkiye yapı malzemeleri ihracatının **dar bir pazar yapısına sıkışmadığını**, Avrupa, Orta Doğu, Balkanlar ve çevre bölgelerde **dengeli bir coğrafi yayılım** sergilediğini göstermektedir.

3.2.2. Ürün Gruplarına Göre Değerlendirme

Türkiye yapı malzemeleri ihracatı; ürün yapısı, hedef pazar profili ve katma değer düzeyi açısından homojen bir görünüm arz etmemekte, alt ürün grupları itibarıyla farklılaşan dinamikler sergilemektedir. Bu çerçevede, 2024 yılı verileri esas alınarak yapı malzemeleri ihracatı altı ana ürün grubu altında değerlendirilmiştir.

3.2.2.1. Mineral ve Bağlayıcı Yapı Malzemeleri (Alçı, çimento, doğal taş, mermer ve işlenmiş mineral ürünleri)

2024 yılı itibarıyla mineral ve bağlayıcı yapı malzemeleri ihracatı yaklaşık 3,0 milyar ABD doları seviyesine ulaşmıştır. Bu grup, yapı malzemeleri ihracatı içerisinde yüksek hacimli ancak görece düşük katma değerli bir yapıya sahiptir.

İhracatın coğrafi dağılımı incelendiğinde, ABD, Irak, İtalya, Suudi Arabistan ve Fransa başlıca pazarlar olarak öne çıkmaktadır. Özellikle Irak ve Orta Doğu pazarları, altyapı ve yeniden inşa projeleri nedeniyle bu ürün grubu açısından istikrarlı talep yaratmaktadır.

Türkiye'nin bu alandaki rekabet gücü büyük ölçüde:

- hammaddeye yakınlık,
- yüksek üretim kapasitesi,
- kısa teslim süreleri

unsurlarına dayanmaktadır. Ancak ürünlerin büyük bölümünün fiyat rekabetine dayalı olması, katma değer artışını sınırlayan temel faktör olarak öne çıkmaktadır.

3.2.2.2. Seramik, Cam ve Kaplama Malzemeleri (Seramik kaplamalar, cam ürünleri, sağlık gereçleri ve kaplama malzemeleri)

Seramik, cam ve kaplama malzemeleri ihracatı 2024 yılında yaklaşık 1,43 milyar ABD doları düzeyinde gerçekleşmiştir. Bu grup, yapı malzemeleri ihracatı içinde katma değeri görece yüksek, tasarım ve kalite unsurlarının belirleyici olduğu bir konumda yer almaktadır.

Başlıca ihracat pazarları ABD, Almanya, Birleşik Krallık, Fransa ve Irak olup, özellikle AB ve Kuzey Amerika pazarlarında ürün standardı, estetik ve sürdürülebilirlik kriterleri ön plana çıkmaktadır.

Türkiye, bu ürün grubunda:

- gelişmiş üretim altyapısı,
- tasarım kabiliyeti,
- uluslararası marka bilinirliği artan firmalar

sayesinde güçlü bir konuma sahiptir. Seramik ve kaplama ürünleri, Türkiye yapı malzemeleri ihracatında değer bazlı büyümenin sürükleyici unsurlarından biri olarak değerlendirilmektedir.

3.2.2.3. Metal Yapı Malzemeleri ve Konstrüksiyon Elemanları (Demir-çelik profiller, borular, konstrüksiyon aksamaları ve metal yapı elemanları)

Metal yapı malzemeleri ve konstrüksiyon elemanları, 2024 yılında yaklaşık 11,1 milyar ABD doları ile yapı malzemeleri ihracatı içinde en yüksek paya sahip ürün grubu olmuştur.

Bu grupta ihracat son derece geniş bir coğrafyaya yayılmış olup, ABD, Avrupa ülkeleri, Orta Doğu ve Orta Asya pazarları öne çıkmaktadır. Ürünlerin büyük bölümü:

- altyapı yatırımları,
- sanayi tesisleri,
- büyük ölçekli inşaat projeleri

ile doğrudan bağlantılıdır.

Türkiye'nin rekabet avantajı; sanayi altyapısının gelişmişliği, esnek üretim kabiliyeti ve fiyat-teslim süresi dengesi üzerinden şekillenmektedir. Bununla birlikte, küresel çelik fiyatlarındaki dalgalanmalar ve ticaret politikaları bu ürün grubunun ihracat performansını doğrudan etkileyebilmektedir.

3.2.2.4. Ahşap ve Ahşap Esaslı Yapı Malzemeleri (Ahşap paneller, kaplamalar ve yapı elemanları)

Ahşap ve ahşap esaslı yapı malzemeleri ihracatı 2024 yılında yaklaşık 1,24 milyar ABD doları seviyesinde gerçekleşmiştir. Bu ürün grubu, yapı malzemeleri ihracatı içinde görece daha sınırlı bir paya sahip olmakla birlikte, istikrarlı bir büyüme potansiyeli taşımaktadır.

Başlıca pazarlar Irak, Fas, Libya, Romanya ve ABD olup, özellikle yakın coğrafya ülkeleri lojistik avantaj nedeniyle öne çıkmaktadır. AB pazarında ise sürdürülebilirlik, sertifikasyon ve çevresel standartlar belirleyici olmaktadır.

Türkiye'nin bu alandaki temel sınırlılığı, hammadde temininde dışa bağımlılık ve yüksek katma değerli ürün oranının görece düşük olmasıdır. Buna karşın, işlenmiş ve yarı mamul ürünlerde niş pazarlara yönelik fırsatlar bulunmaktadır.

3.2.2.5. Plastik ve Kimyasal Esaslı Yapı Malzemeleri (Boyalar, vernikler, plastik borular, yapı kimyasalları ve kaplama ürünleri)

Plastik ve kimyasal esaslı yapı malzemeleri ihracatı 2024 yılında yaklaşık 2,13 milyar ABD doları düzeyine ulaşmıştır. Bu grup, yapı malzemeleri ihracatı içerisinde katma değer artışı açısından en yüksek potansiyeli barındıran alanlardan biridir.

İhracatın önemli bir bölümü Irak, Rusya Federasyonu, Romanya, Almanya ve Fransa pazarlarına yöneliktir. Ürünlerin teknik performansı, uygulama kolaylığı ve kalite sürekliliği, pazardaki rekabet gücünü belirleyen temel unsurlardır.

Türkiye, güçlü kimya sanayi altyapısı sayesinde bu ürün grubunda teknik çözümler sunan tedarikçi konumunu güçlendirmekte; özellikle yakın ve bölgesel pazarlarda rekabet avantajı sağlamaktadır.

3.2.2.6. Yalıtım, Tesisat, Mekanik ve Tamamlayıcı Yapı Ürünleri (Yalıtım malzemeleri, tesisat ekipmanları, mekanik sistemler ve tamamlayıcı yapı ürünleri)

Yalıtım, tesisat ve mekanik yapı ürünleri ihracatı 2024 yılında yaklaşık 8,44 milyar ABD doları seviyesinde gerçekleşmiştir. Bu grup, yapı malzemeleri ihracatı içinde yüksek teknik içerik ve sistem bazlı satış özellikleriyle öne çıkmaktadır.

Başlıca pazarlar Almanya, Birleşik Krallık, Irak, ABD ve Fransa olup, özellikle gelişmiş pazarlarda enerji verimliliği, yenileme ve modernizasyon projeleri talebi artırmaktadır.

Bu ürün grubunda ihracat, yalnızca ürün satışına değil;

- teknik servis,
- satış sonrası destek,
- proje uyumu

gibi unsurlara da bağılıdır. Türkiye, artan üretim kapasitesi ve teknik bilgi birikimiyle bu alanda yüksek katma değerli ihracatını artırma potansiyeline sahiptir.

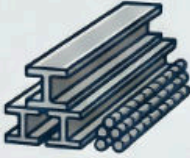
Türkiye Yapı Malzemeleri İhracatı: 2024 Panoraması



Toplam İhracat 27,6 Milyar Dolar

Türkiye'nin yapı malzemeleri sektörü, 2024'te bu ihracat hacmine ulaşarak önemli bir başarıya imza attı.

İhracatın Liderleri: Metal ve Tesisat



**Metal Yapı
Malzemeleri**
11,1 Milyar Dolar

Toplam ihracatın büyük kısmını oluşturdu.



Yalıtım-Tesisat
8,4 Milyar Dolar

Toplam ihracatın büyük kısmını oluşturdu.

En Büyük ve Çeşitli Pazarlar



ABD
2,1 Milyar Dolar



Almanya
1,9 Milyar Dolar



Birleşik Krallık
1,7 Milyar Dolar



Irak
1,7 Milyar Dolar



Romanya
1,2 Milyar Dolar

Lider pazarları ABD ve Avrupa, yakın coğrafya ve Doğu Avrupa takip etti.

4. Yapı Malzemeleri İhracatında Dijital Dönüşüm ve Pazarlama

Yapı malzemeleri ihracatında dijital varlıkların gücü, firmaların uluslararası pazarlardaki rekabet konumunu doğrudan belirlemektedir. Günümüzde müteahhitler, proje geliştiriciler, mimarlık ofisleri, teknik müşavirler ve distribütörler; tedarikçi seçimi yapmadan önce firmaları dijital kanallar üzerinden detaylı biçimde incelemektedir.

Bu nedenle yapı malzemeleri sektöründe faaliyet gösteren ihracatçıların yalnızca ürün kalitesi ve üretim kapasitesiyle değil; teknik yeterliliği net biçimde ortaya koyan, güven veren ve erişilebilir bir dijital altyapıyla konumlanmaları kritik öneme sahiptir.



BAZ Girişim, veri temelli ihracat sistemleri inşa etmektedir. B2B İhracat Pazarlama, İş Geliştirme ve Satış Altyapıları kurmakta ve ihracatı firmaların içine bir kas olarak yerleştirmektedir. [Bu sistemi anlattığımız videomuza erişmek için tıklayın.](#)

4.1. İhracata Uygun Web Sitesi ve Dijital Altyapı

Çok Dilli Yapı

Yapı malzemeleri ürünleri Avrupa, Orta Doğu, Afrika ve CIS ülkeleri gibi farklı teknik standartlara ve regülasyonlara sahip pazarlara ihraç edilmektedir. Bu nedenle web siteleri yalnızca İngilizce ile sınırlı kalmamalı; hedef pazarlara göre **Arapça, Almanca, Fransızca, Rusça ve İspanyolca** dillerinde hazırlanmalıdır.

Dil yapısı yalnızca çeviri odaklı değil; **teknik terminolojiye hâkim, profesyonel ve sade** bir anlatım ile kurgulanmalıdır.

Hız ve Performans

Yapı malzemeleri web sitelerinde genellikle:

- Teknik föyler
- Uygulama ve montaj detayları
- Performans test raporları
- Sertifikalar
- Proje görselleri

yer almaktadır. Bu yoğun içeriğe rağmen site altyapısı tüm cihazlarda 2–3 saniye içinde açılacak şekilde optimize edilmelidir. Yavaş açılan siteler, uluslararası alıcılar açısından güven kaybına neden olur.



[İhracata Uygun Websitesi Yapmak yayınıımız için tıklayın.](#)

SEO Uyumlu Yapı

Uluslararası görünürlük için ürün ve kullanım alanı bazlı SEO çalışmaları zorunludur. Örnek anahtar kelime yapıları:

- *building materials exporter*
- *construction materials supplier Turkey*
- *insulation systems manufacturer*
- *facade systems supplier*

Ürün gruplarına, uygulama alanlarına ve hedef sektörlerle göre yapılandırılmış sayfa mimarisi; uzun vadeli ve sürdürülebilir trafik sağlar.

[İhracat için SEO yazımız için tıklayın.](#)

4.2. Güven Artırıcı Dijital Unsurlar

Teknik Dokümantasyon

Yapı malzemeleri sektöründe satın alma kararları büyük ölçüde teknik verilere dayanır. Web sitesinde aşağıdaki dokümanlar açık ve düzenli biçimde sunulmalıdır:

- Teknik veri föyleri (TDS)
- Performans ve dayanım test raporları
- CE, ETA, ISO, yangın sınıfı ve ilgili sertifikalar
- Uygulama ve montaj kılavuzları

Referans Projeler

Gerçek proje uygulamaları, yapı malzemeleri ihracatında en güçlü güven unsurlarından biridir:

- Yurt içi ve yurt dışı tamamlanmış projeler

- Hangi ürünün hangi projede kullanıldığı
- Proje türleri (konut, ticari yapı, endüstriyel tesis, altyapı vb.)

görsel ve teknik bilgilerle birlikte paylaşılmalıdır.

Müşteri ve Partner Referansları

- Distribütör referansları
- Müteahhit ve proje firmalarından alınan geri bildirimler
- Kısa referans metinleri veya videolar

özellikle yeni pazarlara giriş sürecinde güveni hızla artırır.

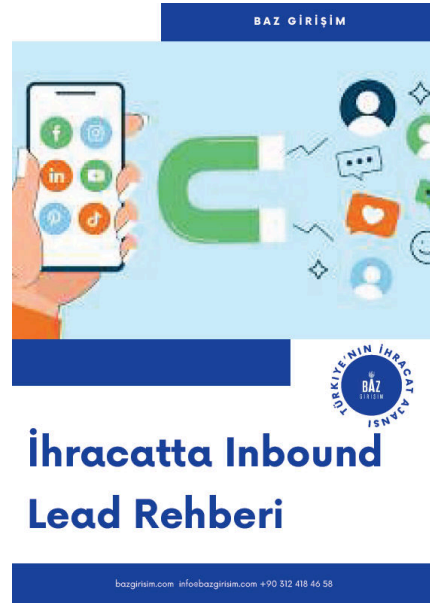
4.3. Dijital İçerik Pazarlaması

Blog ve Teknik İçerikler

Aşağıdaki başlıklarda düzenli içerik üretimi:

- Yapı malzemelerinde yeni teknolojiler
- Enerji verimliliği ve yalıtım çözümleri
- Sürdürülebilir yapı sistemleri
- Uluslararası yapı standartları ve regülasyonlar

hem SEO performansını güçlendirir hem de firmanın teknik uzmanlık algısını destekler.



[İhracatta İçerik Pazarlaması yayınıımız için tıklayın.](#)

Webinar ve Teknik Sunumlar

B2B yapı malzemeleri pazarında güven oluşturmanın en etkili yollarından biri:

- Teknik ekiplerin katıldığı webinarlar
- Uygulama detaylarının anlatıldığı sunumlar

- Saha deneyimlerinin paylaşıldığı canlı yayınlardır.

Bu içerikler, fiyat odaklı rekabetten uzaklaşmayı sağlar.

Video ve Kısa İçerikler

- Üretim tesis tanıtımları
- Uygulama ve montaj videoları
- Proje öncesi / sonrası karşılaştırmaları

özellikle LinkedIn ve YouTube üzerinden paylaşılmalıdır. Kısa video formatları, erişimi ve marka bilinirliğini artırır.



[B2B İhracat Pazarlamasında Video Kullanımı yayınıımız için tıklayın.](#)

4.4. Pazarlama Otomasyonu ve CRM Kullanımı

CRM Sistemleri

Yapı malzemeleri ihracatında satış süreçleri çoğunlukla proje bazlı ilerler. CRM sistemleri ile:

- Teklif süreçleri
- Proje ve müşteri takibi
- Distribütör ve bayi yönetimi

daha kontrollü ve ölçeklenebilir hale getirilebilir.

Otomatik E-Posta Akışları

Potansiyel alıcılara yönelik:

- Yeni ürün ve sistem tanıtımları
- Teknik doküman güncellemeleri
- Sertifikasyon ve mevzuat bilgilendirmeleri

otomatik e-posta dizileriyle düzenli iletişim kurulabilir.

Segmentasyon

Mimarlık ofisleri, müteahhitler, distribütörler ve proje geliştiriciler için ayrı içerik ve iletişim dili oluşturmak dönüşüm oranlarını artırır.



[*İhracatta E-posta Pazarlama Rehberimiz için tıklayın.*](#)

4.5. Çok Kanallı Dijital İletişim

- **LinkedIn:** Yapı malzemeleri sektöründe karar vericilere ulaşmak için en güçlü B2B kanaldır.
- **Kurumsal Web Sitesi:** Tüm dijital trafiğin yönlendirildiği ana merkez olmalıdır.
- **E-posta Pazarlaması:** Proje bazlı satışlarda düşük maliyetli ve yüksek geri dönüşlüdür.
- **Dijital Reklamlar:** Google Ads ve LinkedIn Ads ile construction buyers, project managers ve distributors gibi net hedef kitlelere ulaşılabilir.



[LinkedIn'i İhracatta Etkili Kullanmak üzere 6 saatlik bir eğitim videosu hazırlamıştık. Bağlantıdan erişebilirsiniz.](#)

5. Ticaret Bakanlığı Tarafından Kimya İhracatına Verilen Destekler

Türkiye'nin ihracatında önemli bir paya sahip olan yapı malzemeleri sektörü, geniş ürün yelpazesi, yüksek hacimli ticaret potansiyeli ve başta Avrupa Birliği olmak üzere birçok pazarda teknik düzenlemelere tabi olması nedeniyle Ticaret Bakanlığı tarafından desteklenen sektörler arasında yer almaktadır.

Sektör; çimento ve alçı ürünleri, seramik kaplama malzemeleri, doğal taş ve mermer, metal yapı elemanları, yalıtım malzemeleri, cam ile boya ve kaplama ürünleri gibi çok sayıda alt grubu kapsamaktadır. Bu ürünlerin ihracatında teknik uygunluk, pazara giriş belgeleri, uluslararası tanıtım, fuar katılımı ve markalaşma süreçleri belirleyici rol oynamaktadır.

5973 sayılı Karar kapsamında yapı malzemeleri ihracatçısı firmalara sağlanan destekler; hedef ülkelere yönelik pazara giriş faaliyetleri, pazara giriş belgeleri, yurt dışı tanıtım ve reklam, marka tescili, pazar araştırması, fuar katılımı ile Marka ve TURQUALITY® programları üzerinden yürütülmektedir.



[İhracat Desteklerine ilişkin kapsamlı yayınlarımıza Youtube Kanalımızdan erişebilirsiniz.](#)

5.1. Hedef Ülkeler ve Öncelikli Sektör Yaklaşımı

5973 sayılı Karar çerçevesinde her yıl yayımlanan İhracatta Hedef Ülkeler Listesi, yapı malzemeleri sektörü açısından stratejik bir yönlendirme aracı niteliğindedir. 2026 yılı hedef ülkeler listesi, altyapı yatırımlarının, kentsel dönüşüm projelerinin ve konut talebinin yüksek olduğu pazarlara odaklanmaktadır.

2026 hedef ülkeleri arasında yer alan ve yapı malzemeleri ihracatı açısından öne çıkan pazarlar genel olarak aşağıdaki şekilde gruplanmaktadır:

- **Avrupa Birliği ülkeleri:** Almanya, Fransa, İtalya, Polonya, Romanya ve İspanya; seramik kaplama malzemeleri, yalıtım ürünleri, yapı kimyasalları ve metal yapı elemanları açısından yüksek ve istikrarlı talep sunmaktadır. AB pazarında CE işareti, ürün standartları ve çevresel uyum gereklilikleri belirleyici olmaya devam etmektedir.
- **Orta Doğu ve Körfez ülkeleri:** Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Katar ve Kuveyt; büyük ölçekli altyapı ve üstyapı projeleri kapsamında çimento, prefabrik yapı elemanları, mermer ve doğal taş ürünleri için öncelikli pazarlar arasında yer almaktadır.
- **Kuzey Afrika ülkeleri:** Mısır, Cezayir ve Fas; kamu altyapı yatırımları ve konut projeleri nedeniyle temel yapı malzemeleri ve tamamlayıcı ürünlerde önemli ihracat potansiyeli taşımaktadır.
- **Balkanlar ve Orta Asya:** Romanya, Bulgaristan, Sırbistan, Kazakistan ve Özbekistan; lojistik avantajlar ve gelişmekte olan inşaat sektörleri sayesinde yapı malzemeleri ihracatçıları için erişilebilir ve büyüme potansiyeli yüksek pazarlardır.

2026 hedef ülkeler listesinde yer alan pazarlara yönelik gerçekleştirilen faaliyetlerde, destek oranları ve üst limitler açısından ilave avantajlar uygulanabilmekte; bu durum yapı malzemeleri firmalarının söz konusu pazarlara yönelmesini teşvik etmektedir. Bu çerçevede, sektör raporunda belirlenen öncelikli pazarlar ile 2026 hedef ülkeler listesinin örtüşmesi, firmalar açısından destek etkinliğini artıran bir unsur olarak değerlendirilmektedir.

5.2. Pazara Giriş Belgeleri Desteği

Yapı malzemeleri ihracatında hedef pazarlara giriş sürecinde ürün standartlarına uyum ve belgelendirme zorunludur. 5973 sayılı Karar kapsamında, pazara giriş belgelerine ilişkin giderlerin %50–%75'i desteklenmektedir.

Yapı malzemeleri sektörü açısından öne çıkan başlıca belgeler şunlardır:

- CE Uygunluk Belgeleri (AB pazarına yönelik ürünler)
- EN ve ISO standartları (ürün bazlı teknik standartlar)
- ISO 9001, ISO 14001, ISO 45001 (kalite, çevre ve iş sağlığı yönetim sistemleri)
- Yangın dayanımı ve ısı yalıtım testleri
- Çevresel uygunluk ve sürdürülebilirlik belgeleri

Bu destek, özellikle AB ve gelişmiş pazarlara ihracatta teknik engellerin aşılmasını ve pazara giriş maliyetlerinin azaltılmasını sağlamaktadır.



[Pazara Giriş Belgeleri yazımıza bağlantudan erişebilirsiniz.](#)

5.3. Yurt Dışı Tanıtım ve Reklam Destekleri

Yapı malzemeleri sektöründe ihracat, büyük ölçüde proje bazlı satışlar ve uzun vadeli iş ilişkileri üzerinden gerçekleşmektedir. Bu nedenle uluslararası pazarlarda firma ve marka bilinirliğinin artırılması önem taşımaktadır.

Desteklenen başlıca tanıtım harcamaları şunlardır:

- Dijital reklam ve pazarlama kampanyaları
- Basılı ve dijital kataloglar, teknik dokümanlar
- Yurt dışı sektörel yayınlarda reklamlar
- Kurumsal web sitesi ve çok dilli tanıtım materyalleri

Ülke ve sektörler göre %50-%75 aralığında uygulanan tanıtım desteği, yapı malzemeleri firmalarının mimarlar, müteahhitler ve ithalatçılar nezdinde görünürlük kazanmasına katkı sağlamaktadır.



[Youtube'da Tanıtım Destekleri yayınlarımıza erişebilirsiniz.](#)

5.4. Yurt Dışı Marka Tescil Desteği

Yapı malzemeleri ihracatında marka tescili; özellikle seramik, yapı kimyasalları ve kaplama ürünleri gibi markalı satışın öne çıktığı alt sektörlerde stratejik önem taşımaktadır.

5973 sayılı Karar kapsamında, yurt dışı marka tesciline ilişkin başvuru, danışmanlık ve vekillik giderleri desteklenmekte; firmaların hedef pazarlarda hukuki güvence altında faaliyet göstermesi amaçlanmaktadır.



[Marka Tescil Desteği yayınıma bağlantıdan erişebilirsiniz.](#)

5.5. Yurt Dışı Pazar Araştırması Desteği

Yüksek lojistik maliyetler ve proje bazlı satış yapısı nedeniyle, yapı malzemeleri sektöründe doğru pazar seçimi kritik önemdedir. Bu destek kapsamında, hedef ülkelerde gerçekleştirilen pazar araştırması seyahatleri ve yerinde incelemeler desteklenmektedir.

Yurt dışı pazar araştırması desteği, firmaların plansız ve riskli pazarlara giriş yapmasının önüne geçerek, ihracat stratejisinin sağlam temellere oturtulmasına katkı sağlamaktadır.

5.6. Fuar Katılım Desteđleri

Uluslararası fuarlar, yapı malzemeleri sektöründe dağıtıcı ve bayi ağlarının kurulması, proje firmalarıyla doğrudan temas ve yeni pazarların geliştirilmesi açısından en etkili araçlar arasında yer almaktadır. 5973 sayılı Karar kapsamında, yapı malzemeleri ihracatçıları yurt dışı ihtisas ve prestijli fuarlara destekli olarak katılım sağlayabilmektedir.

2026 yılında yapı malzemeleri sektörü açısından öne çıkan ve desteklenen fuarlara örnek olarak aşağıdakiler verilebilir:

- BAU – Münih (Almanya): Avrupa'nın en büyük yapı ve inşaat fuarı
- Big 5 Global – Dubai (BAE): Orta Doğu ve Afrika pazarlarına erişimde kritik fuar
- Cersaie – Bologna (İtalya): Seramik kaplama ve banyo ürünleri
- Coverings – ABD: Kuzey Amerika seramik ve doğal taş pazarı
- The Big 5 Construct Saudi – Riyad (Suudi Arabistan): Körfez bölgesi mega projeleri
- Marmomac – Verona (İtalya): Doğal taş ve mermer ürünleri

Fuar katılım destekleri, yapı malzemeleri firmalarının uluslararası görünürlük kazanmasına ve kalıcı iş ilişkileri kurmasına önemli katkı sağlamaktadır.



Uluslararası Fuarlara Katılım Rehberi

bazgirisim.com info@bazgirisim.com +90 545 149 95 27

[Uluslararası Fuarlara Katılım Rehberi yayınumıza bağlantıdan erişebilirsiniz.](#)

5.7. Marka ve TURQUALITY® Programları

Yapı malzemeleri sektöründe orta ve uzun vadede küresel marka olmayı hedefleyen firmalar için Marka ve TURQUALITY® programları önemli bir destek mekanizmasıdır. Bu programlar, firmaların pazarlama, tanıtım, kurumsal kapasite geliştirme ve yurt dışı yapılanma süreçlerini çok yıllık bir perspektifle desteklemektedir.

Özellikle seramik, yapı kimyasalları ve yenilikçi yapı çözümleri sunan firmalar açısından bu programlar, ihracatın katma değer odaklı büyümesini destekleyen stratejik araçlar olarak öne çıkmaktadır.

Bu destekler; pazara giriş belgeleri, uluslararası fuar ve tanıtım faaliyetleri, marka tescili, pazar araştırması ve Turquality/Markalaşma programları üzerinden yürütülmektedir.



[Mal İhracatı Destekleri Rehberimiz İçin Tıklayın.](#)

6. Sonuç ve Değerlendirme

Bu rapor kapsamında yapılan analizler, Türkiye yapı malzemeleri sektörünün yüksek ihracat hacmi, geniş ürün çeşitliliği ve bölgesel pazarlarda güçlü konumu ile küresel ticarete önemli bir aktör olduğunu ortaya koymaktadır. 2024 yılı verileri, sektörün yalnızca miktar bazlı değil, belirli ürün gruplarında katma değer üretme potansiyelini de giderek artırdığını göstermektedir.

Ürün grupları itibarıyla değerlendirildiğinde; **metal yapı malzemeleri ve konstrüksiyon elemanları, toplam ihracat içindeki yüksek payı ile sektörün ana taşıyıcısı konumundadır.** Bu grup, altyapı yatırımları ve büyük ölçekli projelerle doğrudan bağlantılı olup, Türkiye'nin sanayi altyapısı, üretim kapasitesi ve teslim süresi avantajları sayesinde geniş bir coğrafyada rekabet gücünü sürdürmektedir. Yalıtım, tesisat, mekanik ve tamamlayıcı yapı ürünleri ise teknik içerik düzeyi, sistem bazlı satış yapısı ve enerji verimliliği odaklı talep artışı sayesinde, sektörün yüksek katma değerli büyüme alanı olarak öne çıkmaktadır.

Buna karşılık, **mineral ve bağlayıcı yapı malzemeleri ihracatı yüksek hacimli olmakla birlikte, fiyat rekabetine daha açık bir yapı sergilemekte;** bu durum söz konusu ürün grubunda değer bazlı büyümeyi sınırlamaktadır. Seramik, cam ve kaplama malzemeleri ile plastik ve kimyasal esaslı yapı ürünleri ise tasarım, kalite ve teknik performans unsurlarının belirleyici olduğu, markalaşma ve ürün farklılaştırması yoluyla ihracat değerinin artırılabilceği alanlar olarak dikkat çekmektedir. Ahşap ve ahşap esaslı yapı malzemeleri ise daha sınırlı bir ihracat payına sahip olmakla birlikte, sürdürülebilirlik ve niş pazarlar açısından orta vadede gelişme potansiyeli taşımaktadır.

Pazar dağılımı incelendiğinde, Türkiye yapı malzemeleri ihracatının ABD, Avrupa Birliği ülkeleri, Orta Doğu ve yakın coğrafya ekseninde yoğunlaştığı görülmektedir.

- ABD ve AB pazarları, yüksek standartlar ve teknik gereklilikler nedeniyle kalite ve sertifikasyon odaklı bir ihracat yapısını zorunlu kılarken;
- Orta Doğu, Kuzey Afrika ve komşu ülkeler daha çok hacim bazlı ve proje odaklı talep yapısıyla öne çıkmaktadır.

Bu durum, ihracat stratejilerinin tek tip değil, pazar ve ürün grubuna göre farklılaştırılması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Ticaret Bakanlığı tarafından 5973 sayılı Karar kapsamında sağlanan ihracat destekleri; pazara giriş belgeleri, yurt dışı tanıtım, fuar katılımı, pazar araştırması ve markalaşma programları aracılığıyla yapı malzemeleri sektörünün uluslararası pazarlarda rekabet gücünü destekleyen önemli araçlar sunmaktadır. Özellikle 2026 yılı hedef ülkeler listesi ile uyumlu şekilde kurgulanan ihracat faaliyetleri, firmaların desteklerden daha etkin yararlanmasını mümkün kılmaktadır. Bu çerçevede, destek mekanizmalarının ürün grubu ve hedef pazar bazında stratejik olarak kullanılması, sektörün sürdürülebilir ihracat performansı açısından kritik önem taşımaktadır.

Yapı malzemeleri sektöründe ihracat yapan firmalar için önümüzdeki dönemde başarı;

- ürün grubu bazlı uzmanlaşma,
- doğru pazar seçimi,
- teknik uyum,
- markalaşmayı

bir arada yöneten bütüncül bir strateji geliştirilmesine bağlıdır. Bu raporda sunulan analiz ve öneriler, firmaların ihracat faaliyetlerini daha planlı, destek mekanizmalarıyla uyumlu ve katma değer odaklı bir yapıya dönüştürmelerine rehberlik etmeyi amaçlamaktadır.

7. Bize Ulaşın


Yapı malzemeleri sektöründe küresel pazarlardaki fırsatları kaçırmak istemiyor musunuz?

BAZ Girişim olarak; **yapı malzemeleri sektörüne özel** pazar araştırması, ihracat planlaması, hedef pazar analizi, uluslararası tanıtım ve **devlet destekleri danışmanlığı** hizmetlerimizle yanınızdayız.

Ürün gruplarınıza ve hedef pazarlarınıza uygun şekilde;

- ihracat stratejilerinin oluşturulması,
- pazara giriş belgeleri ve sertifikasyon süreçlerinin yönetilmesi,
- uluslararası fuar ve tanıtım faaliyetlerinin planlanması,
- 5973 sayılı Karar kapsamındaki devlet desteklerinden etkin yararlanılması

konularında firmalara uçtan uca danışmanlık sunmaktayız.

 **Telefon:** 0312 418 46 58 | 0545 149 95 27

 **E-posta:** info@bazgirisim.com

 **Görüşme planlayın:** [Calendly'den randevu alın.](#)

BAZ Girişim

İhracat Mentorunuz BAZ
Girişim, küresel pazarları
kazanmada devlet
destekleri, dijital
pazarlama ve ihracat
danışmanlığıyla yanınızda.

bazgirisim.com



info@bazgirisim.com



+90 312 418 46 58