

# TİMDER

*Tesisat İnşaat Malzemecileri Derneği Dergisi*

Sayı: 111 / Ocak - Mart 2023



Söyleşi:

Hitit Seramik  
Yönetim Kurulu Üyesi

**Beril Hızal**

Geçerken Uğradık:  
Güler Mühendislik  
Şirket Ortağı  
**Sinan Güler**

1 Milyon Kitap:  
Akademisyen Yazar  
**Prof. Dr. Selçuk Şirin**

# HİTİT SERAMİK

Yönetim Kurulu Üyesi  
**BERİL HIZAL**



## "YEŞİL ÜRETİM MANTIĞI İLE HAREKET ETMEZSEK, ÜRETİM YAPACAK BİR DÜNYAMIZ OLMAYACAK."

İstanbul Özel İtalyan Lisesi'ni bitirdikten sonra, ilgi duyduğum ve işimizin bir parçası olan tasarım konusunda eğitim almak üzere Milano'ya gittim. Nuova Accademia di Belle Arti'de iç tasarım eğitimi aldım. Bu bana, Hitit Seramik'te üretilen koleksiyonları oluşturmak ve tasarımları yönlendirmek adına büyük bir vizyon kattı. Okulu bitirince, yönetim kurulu üyesi olarak oturduğum koltukta, pazarlama ve tasarım faaliyetlerinin yürütülmesi sorumluluğunu da aldım.

### "Hep ileri teknolojiyi ve global inovatif düşüncüyü takip eden bir yapıya sahibiz."

Türk seramik sektöründe Hitit Seramik en eski fabrikalardan biri. Aslında markamızı ve fabrikamızı birçok kişinin gayet iyi tanıdığını biliyorum. Sektörde 32 yıldır üretim yapan bir şirketi konuşuyoruz. Kurulduğumuz tarihten bugüne, hep ileri teknolojiyi ve global inovatif düşüncüyü takip eden bir yapıya sahibiz. Bu anlamda bünyesinde en fazla ebat ve kalınlığı üretebilen bir fabrika olarak, kalite çizgisinden taviz vermeden yurt içi ve yurt dışı pazarlarda aranır bir marka ve fabrika olmayı başarmış köklü bir firmayız.

Duvar karesi, yer karesi ve porselen karo olarak üç ana başlıktan oluşan bir ürün portföyüne sahibiz. Özellikle

perselen karoda 60x60, 30x120 ve 60x120 üç farklı ebatta 20 mm üretimimiz zenginleşerek artıyor. 10 mm ve 8 mm kalınlıkta ürettiğimiz perselen karolarda naturel, fullpolished, sugar effect gibi yüzey çeşitliliği sunuyoruz. Bunun dışında tamamlayıcı parçalar dediğimiz kesim ve fileleme ile ürettiğimiz mozaik parçalar, süpürgelik, bullnose gibi unsurlarla koleksiyonumuzu çok kullanımlı hale getiriyoruz. Altıgen ebat üretimlerimizi ve 20x20 çini serilemizi tasarlarken, koleksiyonumuzu birbiri ile kombine halde oluşturuyoruz. Hedef kitlemiz pazardaki kanaat önderleri olan mimar, iç mimar ve dekoratörler. Onların hayal dünyasına hizmet edebilecek bir tasarım anlayışı ile hareket ediyoruz.

### "Yeni yüzey teknolojileri üzerinde çalışıyoruz."

Tüm bunları yaparken en uygun ham madde, sır, yüzey, ebat gibi konular defalarca süzgeçten geçip araştırılıp deniyor. Yeni yüzey teknolojileri üzerinde çalışıyoruz. En son, geçtiğimiz yıl Hi-Hygene ile anti-bakteriyel ve anti-fungal sır çalışmamızı devreye aldık. Aslında bu sürdürülebilirlik çalışmalarımızın sadece bir parçası, bunun dışında fabrikadaki atık suların geri dönüşümü, fırın atık ısısının geri kazanımı, daha az ham madde ve enerji

kullanımı ile üretim gibi yürüttüğümüz birçok proje var.

### "Amerika büyük bir pazar, büyüme hedefimizi buraya yoğunlaştırdık."

Hitit Seramik geçmişten beri, ağırlıklı olarak üretimlerini ihraç eden bir şirket. Yurt dışı distribütörleri özellikle Kuzey ve Orta Avrupa'da çok eski ve kuvvetli. İngiltere, Fransa, Amerika, Benelüks ülkeleri, Balkanlar, İsrail mevcut pazarlarımız. Ayrıca Almanya'daki şirketimizin kendisine ait ayrı bir dağıtım kanalı var. Amerika büyük bir pazar, büyüme hedefimizi buraya yoğunlaştırdık. Hâlihazırda yurt içinde 65 noktada Hitit Seramik ürünlerine ulaşmak mümkün. Ayrıca mimar, iç mimar ve dekoratörlerle yüz yüze faaliyetlerimiz oluyor, kendimizi ve ürünlerimizi anlatmaya, çözüm ortağı olduğumuzu bilmelerini sağlamaya çalışıyoruz.

### "İlkeli satışın uzun dönem birliklikler için önem arz ettiğine inanıyoruz."

Yurt içi veya yurt dışında, satış sonrasında oluşan nadir olumsuz geri dönüşlerde her zaman hızlı, etkili çözümler geliştiriyor, satış kanallarımızla ortak hareket ediyoruz. Tüm bu hareketleri bütüncül bir bakış açısında, sürdürülebilir düzeyde tutarak ilerliyoruz.



"GLOBAL DÜNYA  
PİYASASINA  
GÖRE, TÜRK  
ÜRETİCİLERİN  
BİR TAKIM  
DURUŞU  
SERGİLEMESİ  
GEREKTIĞINI  
DÜŞÜNÜYORUM.  
SAHADA HER  
NOKTADA  
OLMAYA  
ÇALIŞMAK  
HIÇBİR  
OYUNCUYA MAÇ  
KAZANDIRMAZ."



Ayrıca bu, plan halinde kısa orta ve uzun vadeye yayılarak bölgesel analizlerle saptanmalı. Şehircilik bilimi ile yürütülen bir çalışma olmalı. O zaman siz de neyi, ne kadar üreteceğinizi ve büyümenizi neye göre planlayacağınızı daha net görürsünüz. Yapı malzemesi konusu, teknolojinin gelişimi ile müthiş bir gelişim halinde, teknik özellikler, estetik çeşitlilik, kullanılan ham madde türleri çoklu seçenekler sunuyor. Çoğu zaman ucuz diye tabir edilen günü kurtaran malzemelerin seçimi uzun vadede kayba sebep oluyor. O nedenle uzun ömürlü, kaliteli malzemeyi uygun fiyata tedarik etmek ve kullanmak daha akılcı oluyor. Günü değil, tüm yaşam sürecini ve nesilleri kurtarmak hedef olmalıdır.

Türk seramik sektörü müthiş bir ivme içerisinde. Ancak uzmanlaşma eksikliğimiz var. Herkes, her işi yapmak her şeyi üretmek gibi bir çaba içerisinde. Oysa ki, büyük düşünüp global dünya piyasasına göre, Türk üreticilerin bir takım duruşu sergilemesi gerektiğini düşünüyorum. Önce kendi içimizdeki rekabet sorununu çözebilirsek, dünya ile rekabet eder hale gelebiliriz. Takım içerisindeki görev dağılımlarını doğru yapar, tek bir bünye gibi hareket etmeyi başarabilirsek üst sıralara yükselebiliriz. Sahada her noktada olmaya çalışmak hiçbir oyuncuya maç kazandırmaz. Dünya oyuncusu diğer üretici ülkelerle baş edebilmenin bir başka unsuru da sektöre ait teknolojiyi de üretebiliyor olmamız. Dışa bağımlı bir sektör olmaktan çıkıp, kendi teknolojisini üretebilen bir ülke

olmamıza dair hayallerim var. Bunu yapabilecek kapasite ve azim bizlerde fazlasıyla mevcut.

**"TİMDER Dergisini keyifle takip ediyorum."**

Özellikle son dönemde gerek firmaların ürün tanıtımlarına yönelik haberler gerek reklam çalışmaları nedeniyle TİMDER Dergisini keyifle takip ediyorum. Derneğin, UNICERA Fuarı organizasyonunda aktif ve başarılı olduğunu gözlemliyorum. Üye firma ziyaretleri, sektörel buluşmalar ve eğitim konusunda rol üstlenme noktasında da oldukça etkin. İlave neler yapılabilir diye baktığımızda; üreticiler ve satış noktaları arasındaki iletişim için farklı projeler geliştirilebilir. Şirketlerin pazarlama departmanları ile beraber ortak paydada buluşan girişimler planlanabilir.