

Röportaj / Interview

Şerife Deniz **Ulueren**

serife@serfed.com

İbrahim Hızal:
 “Following the trend is unavoidable and
 necessary for each manufacturer”



İbrahim Hızal:

“Trendi takip etmek her üretici için kaçınılmaz ve gereklidir”

1959 Ankara doğumlu İbrahim Hızal, 1966-78 yılları arasında TED Ankara Koleji'nde okudu. 1980 yılında Hızaltaş A.Ş.'de çalışma hayatına başladı. İnşaat malzemeleri ithalatı ve ihracı ile İç Pazar satış ve Dağıtım organizasyonları faaliyetlerinde bulundu. Gelişen pazarlar ve Türkiye'nin talepleri doğrultusunda inşaat ve taahhüt konularında Hızal İnşaat Şirketini kurdu. Lojman, Toplu Konut Fabrika binaları ve konut inşaatlarını devam ettirirken, 1989 yılında Hitit Seramik A.Ş. kuruluşu ile sanayi ve üretime başladı. O günden bu yana da tüm sınai ve ticari şirketlerinin Murahhas Aza ve Yönetim Kurulu Başkanı vazifesini devam ettirmekte.

İbrahim Hızal, born in 1959 in Ankara, attended TED Ankara College from 1966-78. He started his professional life in Hızaltaş A.Ş. in 1980. He dealt with importing and exporting of construction materials and sales and distribution organizations for the domestic market. He founded Hızal Construction Company to carry on business in construction and contracting in line with developing markets and Turkey's demands. While he continued constructions of lodgings, mass housing and factory buildings and residences, he went into industry and manufacturing, founding Hitit Seramik A.Ş. in 1989. Since then, he has been serving as Managing Director and Chairman of Board of Directors of all his industrial and trading companies.

Şerife Deniz: Uluslararası pazarlarda yapmayı planladığınız projeleriniz var mı?

İbrahim Hızal: Sanayi grubumuz dış pazarlarda kuruluşundan bu yana ciddi mesafeler kaydetmiştir. Yatırımlarımızın tamamının satış cirolarının %60'ını ihracat yaparak realize etmesi gerekmektedir. Bu çalışmalar Grubun yurtdışında yapacağı projelerin büyük destekçisi olmuştur. Yurtdışı Müşteri Portföyü / Ülke Bilinirliği/ ve tecrübe ciddi zaman isteyen en önemli sermayedir. Uluslararası ticareti hakkında yapmanız için haliyle yatırım yapma mecburiyetiniz vardır. Mayıs ayı içerisinde Almanya'nın Kuzey ve Güneyinde gerçekleşen 2. Yeni Hitit Teşhir ve Logistik Galerisi hizmete girdi. Teşhir ve Yönetim Köln Şehrinde, Sevkiyat ve Logistik Hamburg merkezimizde yapılmıştır. Hitit Almanya'nın Türkiye den ithal ettiği kaplama malzemesinin %20'sini ihraç etmektedir. İngiltere'de kurulan Hitit UK, Şirketimiz Birmingham Bölgesi'nde faaliyetine devam etmekte. İngiltere'deki satış kanallarına tüm stok sevkiyat logistiğini sağlamaktadır.

Şerife Deniz: Do you have any projects you are planning to undertake in international markets?

İbrahim Hızal: Our Industrial Group has covered serious distances since its establishment in international markets. All of our companies must realize 60 % of their sale turnovers by exporting. These efforts have been a major supporter of the projects to be undertaken by the Group abroad. International Customer Portfolio / Country Awareness and experience are most important elements of capital which require a serious amount of time. Obviously, you have to make investments so that you can carry out international trade properly. In May, 2nd new Hitit exhibition and logistics gallery was launched in the north and south of Germany. Exhibition and management are structured in Cologne and shipping and logistics in Hamburg. Hitit exports 20 % of covering materials imported by Germany from Turkey. Hitit UK founded in England carries on business in the Birmingham area. It provides all inventory, shipping logistics for all points of sale in England. What are your views on the future of the industry.



Ş.D: Sektörün geleceği hakkındaki görüşleriniz nelerdir?

İ.H: Seramik sektörü Türkiye’de çok ileri gitmiştir. Önümüzdeki yıllarda daha çok gelişecektir. Seramik ülke ihracatında katma değeri yüksek girdiye sahiptir. En önemlisi ihracatın içerisindeki ithalat oranının %5 seviyesinde olmasıdır. %95 ülke kaynakları ile üretilen ithalata dayalı üretimi olmayan sektörün başarısı diğer inşaat sektörünü direkt olarak etkilemektedir. Yurtdışı alıcıların dikkati seramikte yoğunlaştıkça diğer inşaat malzemesi üreticilerinin de yatırım ve ihracatını arttırmaktadır.

Ş.D: Rekabette önemli ölçüde güç sahibi olabilmek için firmalar artık tasarıma ağırlık veriyor. Hitit Seramiğin bu alanda yaptığı çalışmaları öğrenebilir miyiz?

İ.H: Trendi takip etmek her üretici için kaçınılmaz ve gereklidir. Ancak sadece tasarımla rekabet edebilme imkanı mümkün değildir. Tasarıma, fabrikaların kuruluşundan başlanması gerekir. Seçilecek teknoloji ile planlanan üretim ebatları işin başında kararlaştırılması gerekir. Öncelikle endüstri bazında üretim ve maliyetler göz önünde bulundurulmalıdır ki, yapılacak tasarımlar üretimle birleşerek rekabet edilebilir olmalıdır. Hitit Seramik de hedef pazarlara uygun tasarım ve renk çalışmaları yapılmaktadır. Hitit ürünlerinin doğal tasarımlı olmasına azami dikkat gösterilmektedir. Müşteri istekleri de artık doğal ürünleri tercih etmektedir.

Ş.D: What are your views on the future of the industry?

İ.H: The Ceramic Industry is far advanced in Turkey. It will develop even more in the years to come. Ceramic has inputs with high added value in exports of the country. Most importantly, the ratio of imports in exports is about 5 %. The success of the industry manufacturing with 95 % country’s resources with no import-based production directly affects the other construction sectors. As the attention of international buyers is focused on ceramic, the investment and exports of other construction material producers increase as well.

Ş.D: Now firms are focusing in design to have significant power in competition. Can we learn the efforts made by Hitit Seramik in this field?

İ.H: Following the trend is unavoidable and necessary for each manufacturer but it is not possible to compete just by design. You have to start design from establishment of factories. One has to decide on the technology to be chosen and the scheduled production sizes. First of all, one has to consider production and costs in the industry so that designs to be made can become competitive when combined with production. At Hitit Seramik, design and color studies in conformity with target markets are performed. Maximum attention is paid to Hitit products’ having natural designs. Customers, too, are opting for natural products at the present.



Ş.D: Sektörün iki önemli sorunu enerji ve taşıma. Enerji Bakanı doğalgaza %15 zammı açıkladı. Enerji girdisi yüksek seramik sektörünü bu durum nasıl etkileyecek, çözüm yolları düşünülebilir mi?

İ.H: Seramik Sanayii Türkiye'nin yıldız sektörlerindedir. Her ne kadar makine ve teknolojiye dayalı sektör olsa da işin içerisinde emek yoğun varlığını sürdürmektedir. Sektör 200.000 kişiye aş ve iş sağlamaktadır. 1 milyar \$ ihracat yapar duruma gelmiştir. En önemlisi de bu ihracatın % 5 gibi düşük bir ithalat yüzdesi yapılarak sağlanmasıdır. Bugüne kadar sektör elinden geleni fazlasıyla yapmıştır. Bu başarıları daha yukarıya taşımak sektörün elinde değildir. Çünkü seramik sektörünün en önemli maliyet girdisi enerjidir. Elektrik fiyatlarının rakip Avrupalı üreticilerin bile üstünde olması ile doğalgaz fiyatlarına yapılan yüksek fiyat artışları sektörü çaresiz ve rekabetten yoksun bırakmaktadır. Bugünkü enerji maliyetleri ile seramik sektörünün başarılarını daha yukarıya taşıması mümkün görünmemektedir. Sektör için hayatiyet taşıyan enerji maliyetlerinin sektöre yönelik uygulanacak bir fiyatlandırma ile verilmesi durumunda rekabet yapabilir hale gelinecek, istihdam ve ihracat katlanacaktır.

Ş.D: Devlet İstatistik Enstitüsü sanayi üretimindeki artıştan, yabancı yatırımcılar da ekonomik ortam iyi, büyük yatırımlar yolda olduğundan bahsediyorlar. Türk sanayisinin gözde sektörlerinden seramik dünyası bu durumdan nasıl etkilenebilir?

İ.H: Sanayi üretimi artışları sevindirici ancak gerçekler de ortadadır. İç pazar henüz istenen satın alma seviyesine gelememiştir. İhracat rakamları geçen yılı koruyarak devam etmesine rağmen TL'nin değerlenmesi karşılığında pazar kaybetmemek için yapılan satışlar karşı üretim/ihracat noktasına gelinmiştir. Sanayi şirketlerinin fon yaratmaları şarttır. Ancak bugünkü konjonktürde fonlama yapılamamaktadır. Yabancı yatırımcıların Türkiye'ye ilgi duymaları ekonomimiz açısından istenendir. Bilhassa bankacılık sektörü büyük değişim içerisinde. Bu da sanayicinin siğ sulardan açık denizlere açılacağı anlamını taşımaktadır. Rejtingi yüksek bilançolar yatırım ve işletme kredilerinde ciddi kaynakları bulabilecekler. Bu projeler de sektöre ve ülkemize istihdam ve ihracat sağlayacaktır.

Ş.D: The two major problems of the industry are energy and transportation. Ministry of Energy announced a 15 % increase on natural gas. How will this affect the ceramic industry which has a high energy input? Can one think of any solutions?

İ.H: The ceramic industry is one of the star sectors of Turkey. Although it is a sector relying on machinery and technology, it is maintaining its labor-intensive existence in business. The industry provides food and jobs to 200,000 people. It has got to a stage where it exports \$ 1 billion. Most importantly, this export is achieved employing a low percentage of imports like 5 %. Until now, the sector has done what it can already. It is not up to the sector to carry these achievements further because the most important cost input of the ceramic industry is energy. With prices of electricity above even the rival European manufacturers, high price increases applied to natural gas rendered the sector helpless and unable to compete. It does not seem possible for the ceramic industry to carry its achievements further with today's energy costs. If energy costs that are vital for the industry are given with a pricing to be implemented for the sector, the industry will become more competitive and employment and exports will increase many times over

Ş.D: State Statistics Institute talks about the increase in industrial production and foreign investors about economic environment being good and they say that major investments are on the way. How would a favorite sector of Turkish industry, the ceramic world, be affected by this situation?

İ.H: The increases in industrial production make us happy but one has to see the truth, too. The domestic market has not reached the desired purchasing level. Production/export point has been reached as a result of sales carried out not to lose the market against appreciation of TL despite the export figures which kept their level of last year. Industrial companies must generate funds but no funding is possible in today's conjuncture. It is desirable for our economy that foreign investors are interested in Turkey. Especially, the banking sector is going through a major change. This means that the industrialist can go to high seas from shallow waters. They will be able to find serious funds for high rating balance sheet investment and working capital loans. These projects, in turn, will provide employment and exports for the industry and our country..



“Şirketimizin olmazsa olmazı, minimum % 50 ihracat sağlamak.”

“The sin qua non of our Company is to achieve minimum 50 % exports.”

“Türk ekonomisi kırılgan bir yapıya sahip. Cumhuriyet tarihinden itibaren 2001 krizi en büyük olanıydı.”

“Turkish economy has a fragile structure. 2001 crisis was the largest one in the history of Republic.”

Ş.D: Sekiz bin yıllık geçmişi olan seramik kültürüne sahibiz. Amerika, İtalya, İspanya'dan sonra dünya liderleri arasında Türk seramiğinin yeri ve konumu hakkındaki görüşleriniz?

İ.H: Bildiğiniz gibi Türk seramik sektörü Avrupa'da 3. büyük üreticidir. İtalya yıllardır 1.sırada yer alırken İspanyollar 2. sırada Türkiye de 3. sırada yer almıştır. Türk seramik sektörünün gelişmesi için zemin uygundur. Seramik üretiminin ana hammaddeleri kil, feldispat, kaolen ülkemiz yeraltı zenginliklerinde mevcuttur. Bu zenginliklerimizi iyi değerlendirebilir organize olmuş bir sektör demiryollarını, limanları, enerji problemlerini planlı ve süratle çözebilirse Avrupa da 1. sıraya Türk Seramiği kapasite ve kalitesiyle kendini kabul ettirecektir. Dünyanın en büyük kapasitesinin var olduğu Çin'in bile Türkiye'nin coğrafi konumu, seramik hammaddelerinin Türkiye'de olması fayans ve seramik üretimlerinde rakip olamayacağı görülmektedir.

Ş.D: Türkiye de seramik eğitimi veren 14 üniversite bulunuyor. Şirket olarak eğitimle-üretim-strateji bağlantılı programlarınız ne aşamada. Genç yeteneklere kucak açıyor musunuz?

İ.H: Hitit Seramik sektöre gençleri yetiştirmek, iş ve meslek sahibi yapmak için M.E.B ile müşterek bir çalışmayı 5 yıldır sürdürmektedir. Uşak Hitit fabrikalarında cıvırlık meslek okulu açılmış bölgedeki gençlerin fabrikalarda eğitim ve öğretileri sağlanmıştır. 2004 yılında ilk mezunlarımızı vermiş, başarılı olan öğrencilere Hitit Seramik'te çalışma imkanı verilmiştir.

Ş.D: 2005'in ilk çeyrek diliminde ülke ekonomisi, sektör ve ihracat konusunda beklentilerinize ulaşabildiniz mi?

İ.H: 2005 yılının geçen yıla göre daha istikrarlı olacağını, inşaat sektörünün yıllardır süregelen durağanlığından çıkıp hareketleneceğini düşünüyorum. Faizlerdeki düşüş, konut sektörüne çıkacak "Mortgage" yasası inşaat piyasasını daha hareketlendirecektir. Seramik inşaatın en son aşamasında talep gören mamul olduğundan sektöre bu yıl yansması olmasa da gelecek senelerin pazarı hazır hale gelebilecektir.

Ş.D: We have a ceramic culture going back to 8,000 years. Your views on the place and position of Turkish ceramic among world leaders after America, Italy and Spain?

İ.H: As you know, Turkish ceramic industry is the 3rd largest manufacturer in Europe. Italy has been in the 1st place for years, the Spanish in second place and Turkey is 3rd. The platform is suitable for the development of Turkish ceramic sector. The main raw materials of ceramic production; clay, feldspar and kaolin are available among the underground resources of our country. If an organized sector which can utilize such resources well can solve railroad, port and energy problems under a plan and rapidly; Turkish ceramic will have itself accepted in the first place in Europe with its capacity and quality. It is observed that even China, with the largest capacity in the world, cannot compete in production of tiles and ceramic since ceramic raw materials are in Turkey.

Ş.D: There are 14 universities in Turkey offering ceramic education. In what stage are your education-production-strategy-related programs as a company? Are you embracing new talents?

İ.H: Hitit Seramik is pursuing a joint project with Ministry of National Education for developing youth for the industry and to get them jobs and careers. An apprenticeship professional school was opened in Uşak Hitit Factories, allowing the youth of the region to get education and training in factories. We had our first graduates in 2004 and successful students were given the chance to work at Hitit Seramik.

Ş.D: Could you attain your expectations in the first quarter of 2005 in terms of country's economy, industry and exports?

İ.H: I believe that 2005 will be more stable than last year and the construction industry will shed its stagnancy of previous years and will be rejuvenated. The fall in interest rates and the "Mortgage" Act to be effectuated for the housing sector will further vitalize the construction market.

Since ceramic is a product in demand in the final stage of construction, we may have the market ready in future years although these may not be reflected to the industry this year.



Ş.D: Unicera Fuarı'nda beklediğiniz hedef kitleye ulaşabildiniz mi, yurtiçi ve yurtdışı fuarlarını kıyaslayacak olursanız, bu fuarın uluslararası yansımaları hangi yönlerden gelişime etki etmeli?

İ.H: Unicera Fuarı banyo ve seramik alanında Türkiye'nin kapsamlı fuarıdır. Unicera Fuarı'nı yurt dışında uzun yıllardır devam eden her yıl gelenek haline gelen, katılımcıların bile stand yeri bulmakta zorlandığı uluslararası fuarlardan Cersai, İtalya veya Cevisama İspanya ile mukayese etmek mümkün olmaz, ancak gelişime dikkate değerdir.

Ş.D: Bir profesyonel olarak başarının yolu nereden geçiyor?

İ.H: Çok çalışmak, ileriye görmek ve zamanlama çok önemli. Bu üçünün birbiriyle bağlantılı hareket etmesi gerekir.

Ş.D: En beğendiğiniz seramik sanatçısı?

İ.H: Tüm sanatçılarımıza çok saygı duyuyorum. Ama bir Jale Yılmazbaşar seramiğin Türkiye'de adını öne çıkarıyor, takdir etmemek mümkün değil.

Ş.D: Seramikte en tuttuğunuz renk?

İ.H: Bizde en çok satılan renk önemli. Pazarda bej ve tonları gerçekten çok tutuluyor.

Ş.D: Tasarımda takdir ettikleriniz?

İ.H: Tasarım ile İtalyanlar ön planda olmayı başardılar. Ama Türkiye'de Vitra gerçekten bu konuda lider, biz seramikçilerin takdir ettiğimiz öncü kuruluş. Gerek tasarımcıları gerek tasarladıkları ürünler mükemmel.

Ş.D: En sevdiğiniz yemek?

İ.H: Ankaralı olduğum için Ankara tava favorim.

Ş.D: Could you reach your target population in Unicera Fair? If you compare domestic and international fairs, in what respects the international reverberations of this Fair influence development?

İ.H: Unicera Fair is Turkey's comprehensive fair in the field of bathroom and ceramics. It is not possible to compare Unicera with Cersai, Italy or Cevisama, Spain international fairs which have become a tradition for which even participant have a hard time to find stand space but development is noticeable.

Ş.D: As a professional, where does the road to success pass through?

İ.H: Working hard, having a vision and good timing are very important. One has to act in concert with all these three.

Ş.D: Your favorite ceramic artist?

İ.H: I respect all our artists but a Jale Yılmazbaşar brings ceramic's name forward in Turkey. It is hard not to appreciate her.

Ş.D: Your favorite ceramic color?

İ.H: For us, the best selling color is important; beige and beige shades are really popular in the marketplace.

Ş.D: What do you admire in design?

İ.H: Italians managed to go to the front with design. But in Turkey, Vitra is really the leader in this field. It is the pioneer institution we, ceramic people, admire. Their designers and their designed products are perfect.

Ş.D: Your favorite food?

İ.H: I love Ankara tava as I'm from Ankara.



“Başarının yolu; çok çalışmak, ileriye görmek ve zamanlamadan geçiyor.”

“The road to success involves working very hard, having a vision and good timing.”