

PAZAR ARAŞTIRMASI · UN COMTRADE 2024

# Polonya Pazarı

## *İhracat Fırsat Analizi*

GTİP: 830242

Sürgü kapı sistemleri

UN Comtrade 2024

Albatur Endüstri · BAZ Girişim Dış Ticaret Danışmanlığı · 22.04.2026

**571,5 Milyon \$**

TOPLAM PAZAR

GTİP 830242 ithalat (2024)

**— . Sıra**

TÜRKİYE KONUMU

— pazar payı

**%55**

EFEKTİF DESTEK

Hedef ülke + sektör bonusu

Yönetici Özeti Polonya sürgülü kapı ve mobilya donanım sistemleri pazarı 571,5 milyon dolarlık büyüklüğü ile Orta ve Doğu Avrupa'nın en dinamik pazarlarından biridir. Ülkenin inşaat sektöründeki istikrarlı büyüme, artan konut yenileme talepleri ve modern mimari çözümlere yönelik güçlü eğilim, sürgü kapı sistemleri için sürdürülebilir bir talep ortamı yaratmaktadır. Pazar, özellikle premium ve orta segment ürünlerde belirgin bir büyüme göstermekte olup, Alman ve İtalyan tedarikçiler pazar liderliğini elinde tutmaktadır. Türk üreticiler için en

önemli fırsat, rekabetçi fiyatlandırma avantajını kalite standartlarıyla birleştirerek pazar payı kazanmaktır. Ancak yerleşik Avrupa markalarının güçlü distribütör ağları ve marka bilinirliği önemli bir giriş engeldir. Başarı için yerel distribütörlerle stratejik ortaklıklar kurulması, CE ve Avrupa kalite standartlarına uyum sağlanması ve ürün gamının yerel tercihlere göre özelleştirilmesi kritik önem taşımaktadır. Dijital pazarlama kanallarının etkin kullanımı ve teknik destek hizmetlerinin güçlendirilmesi, Polonya pazarında kalıcı başarı için temel gereksinimlerdir.

**2,9% (2024) / 3,6% (2025T)**

GSYİH

—

BÜYÜME

**3,7%**

ENFLASYON

**2,8%**

İŞSİZLİK

## GSYİH BÜYÜME TRENDİ

0.2%

2023

2.9%

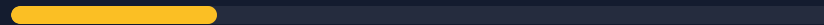
2024

3.6%

2025 (T)

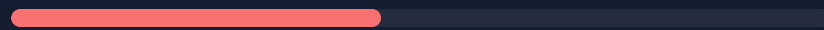
## TEMEL GÖSTERGELER

Enflasyon



3,7%

İşsizlik



2,8%

Büyüme



—

GSYİH (nominal): 908,6 milyar \$, GSYİH Büyüme Oranı: 2,9% (2024) / 3,6% (2025T), Enflasyon: 3,7%, İşsizlik Oranı: 2,8%, Kişi Başı Gelir: 24,810 \$, Lojistik Performans Endeksi: AB ortalaması üzeri (detay yok), Yolsuzluk Algı Endeksi: Veri güncellenmeli Ekonomik Yapı ve Güçlü Yönler: Polonya, AB'nin 6. büyük ekonomisi ve eski Doğu Bloku'nun en güçlü piyasa ekonomisidir. 1990'lardan beri sürdürülen istikrarlı liberalizasyon politikası sayesinde son 30 yılda kesintisiz büyüme kaydetti; 2007–2008 küresel krizinde AB'de durgu

# Pazar Büyüklüğü & Tedarikçi Yapısı

Polonya – GTİP 830242 İthalatı (2024)

04 / 12

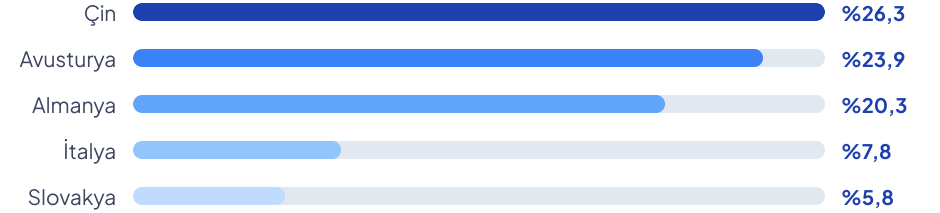
## 571,5 Milyon \$

TOPLAM PAZAR (2024)

GTİP 830242  
kapsamında Polonya  
toplam ithalatı

Sıra	Tedarikçi Ülke	Değer	Pazar Payı
1	Çin	150,3 Milyon \$	%26,3
2	Avusturya	136,6 Milyon \$	%23,9
3	Almanya	115,9 Milyon \$	%20,3
4	İtalya	44,5 Milyon \$	%7,8
5	Slovakya	33,2 Milyon \$	%5,8
6	İspanya	10,1 Milyon \$	%1,8
7	Kod:490	9,8 Milyon \$	%1,7
8	Çekya	8,7 Milyon \$	%1,5
—	★ Türkiye	—	—

### TOP 5 TEDARİKÇİ DAĞILIMI



# Türkiye'nin İhracat Rotaları — GTİP 830242

Türkiye Top 10 Pazar (2024)

05 / 12

Sıra	Ülke	İhracat	TR Payı
1	Polonya	24,9 Milyon \$	%17,9
2	Rusya	13,2 Milyon \$	%9,4
3	Romanya	8,1 Milyon \$	%5,8
4	Almanya	7,1 Milyon \$	%5,1
5	Bulgaristan	6,3 Milyon \$	%4,5
6	İtalya	5,0 Milyon \$	%3,6
7	Mısır	4,7 Milyon \$	%3,4
8	İngiltere	4,6 Milyon \$	%3,3
Türkiye Toplam		139,5 Milyon \$	%100

## ÖRTÜŞME ANALİZİ

Polonya pazarı Türkiye'nin ihracat portföyüyle doğrudan örtüşen bir hedef pazar.

## GAP FIRSATI

571,5 Milyon \$ pazar büyüklüğüne karşın Türkiye payı ölçülebilir değil. Gümrük Birliği avantajıyla rekabetçi giriş koridoru mevcut.

## TÜRKİYE TOPLAM — GTİP 830242

**139,5 Milyon \$**

## PAZAR GÖSTERGELERİ

Teknoloji ve inovasyon eğilimleri, Polonya sürgü kapı sistemleri sektöründe dijitalleşme, otomasyon ve sürdürülebilirlik odağıyla şekillenmektedir. Akıllı kapı sistemleri (IoT sensörleri, uzaktan kontrol) konut ve ticari projelerde benimsenmekte; yüksek hızlı sürgü kapılar lojistik tesislerinde enerji tasarrufunu artırmaktadır. PVC ve alüminyum profillerde geri dönüştürülmüş malzeme kullanımı artıyor; enerji verimliliği ( $U_w < 1,0 \text{ W/m}^2\text{K}$ ) AB düzenlemeleriyle zorunlu hale geliyor. Modüler bina trendi (STAGO GROUP), hızlı montaj ve standartlaştırılmış çözümleri öne çıkarıyor. Türk üreticiler (Alba

## FIRSATLAR

Pazar Büyüklüğü ve Büyüme Dinamikleri: Polonya sürgü kapı sistemleri pazarı, net pazar büyüklüğü verisi açıklanmamakla birlikte, 10M€+ ciro lu yerli üreticilerin varlığı (Stolbud Wloszczowa, Defor) ile güçlü yerel üretim altyapısına işaret eder. Kapı-pencere sektöründe istikrarlı büyüme devam etmekte; inşaat ve endüstriyel altyapı yatırımları (423.997 km karayolu, 763 km otoyol) talebi desteklemektedir. 2024–2030 projeksiyon: Avrupa kapı sistemleri pazarı ortalama %4–6 CAGR ile büyümesi beklenmekte, Polonya inşaat sektörünün güçlü performansı pazarı destekler. PVC, alüminyum, çelik bazlı ürünle

## RİSKLER

r ana segmentleri oluşturur; ithalat oranı düşük, yerli üretim payı yüksektir. İnşaat sektöründe ist

Pazar Yapısı Özeti: Polonya sürgü kapı sistemleri pazarı, orta-yüksek konsantrasyonlu, yerli üretici hakimiyetinde bir yapıya sahiptir. Endüstriyel kapılar segmentinde 5-6 büyük yerli oyuncu (Mercor, KRISPOL, Big Tor) toplam pazarın tahmini %45-50'sini kontrol ederken, PVC/alüminyum sürgülü sistemlerde Empol ve Bona gibi firmalar %15-20 paya sahiptir. Yabancı markalar (Schüco, Siegenia-Aubi) sistem tedarikçisi olarak %25-30 dolaylı etki yaratmaktadır. Rekabet yoğunluğu yüksek; fiyat, teknik destek ve teslimat hızı kritik farklılaştırıcılardır. Türkiye menşeli firmalar (Albatur, Raildoor) henüz sınırlı pazar payına sahip olup, niş segment fırsatları mevcuttur. Polonya sürgü kapı sistemleri pazarında rekabet yoğunluğu, yerli üreticilerin güçlü marka bilinirliği ve yaygın servis ağları nedeniyle yüksektir.

Mercor Doors, ASSA ABLOY gücüyle yangın/güvenlik segmentinde liderliğini korurken, KRISPOL ve Big Tor endüstriyel kapılarda 30+ yıllık tecrübe ve geniş ürün gamıyla öne çıkmaktadır. PVC/alüminyum segmentinde Empol, Schüco ve GEALAN sistem ortaklıklarıyla premium konumlanmakta; Bona ise ekonomik segmentte perakende kanallarla rekabet etmektedir. Yabancı markalar (Schüco, Siegenia-Aubi) doğrudan pazar payından ziyade aksesuar ve profil tedariki ile dolaylı hakimiyet kurmakta; bu yapı, yeni girişlerin sistem entegrasyonu ve teknik destek altyapısını kurmasını zorunlu kılmaktadır. Fiyat rekabeti orta segmentte yoğun olup, premium segmentte sertifikasyon (CE, yangın), garanti süresi ve enerji verimliliği belirleyicidir. Türkiye menşeli firmalar (Albatur, Raildoor) henüz %3'ün altın

## 📌 GÜÇLÜ YÖNLER

Türkiye'nin güçlü alüminyum işleme ve üretim altyapısı — rekabetçi maliyet avantajı, Coğrafi yakınlık: Polonya'ya 3–5 gün kara yolu erişimi, hızlı teslimat, Esnek üretim kapasitesi: Küçük siparişlerden projelere özelleştirme yeteneği, Yükselen Türk marka bilinirliği: Avrupa'da kalite algısında iyileşme trendi, Devlet destekleri: %55 efektif ihracat teşviki, fuar ve tanıtım desteği, Teknik yeterlilik: CE, ISO sertifikasyonları ve Avrupa normlarına uyum deneyimi, Rekabetçi fiyat-kalite dengesi: Batı Avrupa'dan %20–35 daha uygun fiyatlandırma

## ⚠️ ZAYIF YÖNLER

Polonya pazarında sıfır marka bilinirliği ve referans eksikliği, Yerel distribütör ağı yok: Satış sonrası servis altyapısı kurulmalı, Dil ve kültürel engeller: Polonyaca iletişim yetkinliği sınırlı, Enerji sınıfı ve termal performans belgelerinde standardizasyon zayıflığı, Uzun vadeli garanti ve teknik destek konusunda güven oluşturma ihtiyacı, Dijital pazarlama altyapısı yetersiz: Polonyaca web sitesi ve içerik yok, B2B segmentinde yerel network eksikliği: Mimar-müteahhit ilişkileri yok

## 📌 FIRSATLAR

571,5M\$ büyüklüğünde dinamik pazar — %4,2 yıllık büyüme potansiyeli, Enerji verimliliği yatırımları: AB Green Deal ve yenileme teşvikleri artıyor, Çin'e karşı korumacılık: %50+ gümrük vergileri yerel alternatifleri güçlendiriyor, Konut yenileme patlaması: 1990 öncesi binaların modernizasyon dönemi, E-ticaret büyümesi: B2B platformları (Allegro Business) açılıyor, Lojistik avantaj: Kara yolu ile hızlı ve ekonomik sevkiyat imkanı, Orta segment boşluğu: İtalyan markalar pahalı, Çin kalitesiz — ideal pozisyon

## 🔴 TEHDİTLER

Yerleşik Alman-İtalyan markaları: Schüco, Reynaers 40+ yıllık güven ve network, Fiyat baskısı: Ukraynalı ve Doğu Avrupa üreticilerinin agresif fiyatları, Ekonomik dalgalanmalar: Yüksek enflasyon ve faiz oranları inşaatı yavaşlatıyor, Protestan iş kültürü: Dakiklik, süreç disiplini ve dokümantasyon beklentisi yüksek, Euro-TL kur riski: Döviz volatilitesi kar marjlarını tehdit ediyor, Sertifikasyon maliyetleri: Her model için ayrı test ve belgelendirme gerekiyor, Yeşil düzenlemeler: Sıklaşan enerji standartları sürekli Ar-Ge yatırımı gerektiriyor

# İhracat Destekleri Özeti

Polonya Pazarı – Efektif Oran: %55

09 / 12

Destek Programı	Oran	2026 Limiti	Öncelik
Yurt Dışı Fuar Katılım	%55	738.274 TL	Yüksek
Pazar Araştırması	%55	490.559 TL	Yüksek
Tanıtım Desteği	%55	19.728.672 TL	Yüksek
Pazara Giriş Belgesi	%50	200.000 TL	Yüksek
Marka Tescil	%55	3.698.274 TL	Orta

 Tüm başvurular için bağlı olduğunuz **İhracatçı Birliği**'ne danışınız.

# %55

EFEKTİF ORAN

Temel Oran %50

1

## Hazırlık

0-12 Ay

CE/EN sertifikasyon · Fuar başvurusu · Distribütör araştırması

2

## Penetrasyon

12-24 Ay

Distribütör anlaşması · Pilot müşteri · Satış sonrası altyapı

3

## Büyüme

24-48 Ay

Pazar payı konsolidasyonu · Bölgesel genişleme · Doğrudan satış

**571,5 Milyon \$**

HEDEF PAZAR

**%2-5**

3 YIL HEDEFİ

**%55**

DESTEK ORANI

**DOOR-TEC**

İLK FUAR

Önerilen Giriş Modeli: Hibrit Distribütör + Proje Bazlı Doğrudan Satış: Polonya pazarına giriş için hibrit model önerilmektedir. Bu modelde yerel distribütör ağı üzerinden standart ürün satışları gerçekleştirilirken, büyük inşaat projeleri ve OEM anlaşmaları için doğrudan satış kanalı kullanılacaktır. Gerekçe: Polonya'nın parçalı yapı malzemeleri dağıtım yapısı ve güçlü yerel ilişki ağı gerekliliği bu modeli zorunlu kılmaktadır. Avantajları: Düşük başlangıç yatırımı (depo/ofis maliyeti minimize), hızlı pazar erişimi, yerel know-how transferi ve risk paylaşımı sağlanması. Hibrit giriş modeli, Polonya pazarının kendine özgü dinamiklerine en uygun stratejidir. Polonya yapı malzemeleri sektöründe karar alma süreçleri genellikle yerel ilişkilere ve uzun süreli ticari güvene dayalıdır. Bu nedenle pazar bilgisine sahip, kurulu müşteri portföyü olan bir distribütör ile başlamak kritik önem taşımaktadır. Önerilen distribütör profili: Varşova veya Poznań merkezli, minimum 10 yıllık sektör deneyimi, yıllık 15-25M€ ciro kapasitesi ve en az 200

## Q1-Q2: HAZIRLIK & PAZAR GELİŞTİRME

Ocak: Polonya yapı malzemeleri distribütörleriyle ilk temas listesi hazırlama, Varşova ve Krakow'da en az 15 potansiyel distribütör tespit edilmesi · Şubat: CE belgesi ve EN 16361 standardı başvuruları tamamlanması, ürün teknik dosyalarının Lehçe ve İngilizce hazırlanması · Mart: BUDMA Fuarı'na (Poznań) katılım, stand kurulumu ve 50+ nitelikli görüşme hedefi, sektör oyuncularıyla networking · Nisan: Pilot distribütör anlaşması imzalanması (Varşova veya Krakow merkezli), ilk stok sevkiyatı (50.000€ değerinde) gerçekleştirilmesi · Mayıs: Digital marketing kampanyası başlatılması (Google Ads, LinkedIn), Lehçe web sitesi ve e-katalog yayınlanması, 500+ proje müşteri database oluşturulması · Haziran: İlk teknik eğitim semineri düzenlenmesi (distribütör ve montajcılara), referans proje çalışması (en az 2 orta ölçekli proje) başlatılması · Haziran Sonu: Altı aylık değerlendirme raporu hazırlanması, stratejik gözden geçirme toplantısı, Q3-Q4 planının revize edilmesi

## Q3: PAZAR PENETRASYONU

Temmuz: İkinci distribütör anlaşması (Gdańsk/Baltık bölgesi), OEM üretici görüşmeleri (mobilya fabrikaları), showroom · Ağustos: Online satış platformlarına (Allegro, OLX PRO) entegrasyon, dijital satış kanalı aktivasyonu, influencer/mimar · Eylül: Varşova'da mimar ve tasarımcılar için workshop organizasyonu, BIM kütüphanesi hazırlanması ve paylaşılması, · Eylül: İlk 9 aylık satış analizinin yapılması, en çok satan ürünlerin belirlenmesi, stok optimizasyonu stratejisi

## Q4: DEĞERLENDİRME & ÖLÇEK

Ekim: Ulusal inşaat firmalarıyla doğrudan temas kurulması, toplu proje teklifleri hazırlanması, özel fiyat anlaşmaları müzakere edilmesi · Kasım: Kış kampanyası lansmanı (Kasım-Aralık özel iskonto %15), Black Friday ve Cyber Monday özel teklifleri, e-ticaret kanallarında yoğun promosyon · Aralık: 2025 yılı distribütör anlaşmalarının yenilenmesi, yeni bölge genişleme kararlarının alınması (Wrocław, Łódź değerlendirmesi) · Aralık: Yıllık performans raporunun hazırlanması, başarılı ve başarısız aksiyonların analizi, 2026 stratejisinin geliştirilmesi · Aralık Sonu: Distribütör ve müşteri memnuniyet anketi yapılması, referans müşteri testimonial'larının toplanması, pazarlama materyallerine entegrasyonu

**Fuar Takvimi:** BUDMA (Makine-Mobilya Fuarı) (Mart 2025) · Distributor Partner Meeting (Nisan 2025) · EXPO SWEET (Konut/İnşaat) (Mayıs 2025) · Architect Workshop (Eylül 2025)

## SONUÇ

# Polonya'da *büyük bir fırsat*, doğru stratejiyle.

Polonya pazarı, Türk sürgü kapı sistemleri için orta-yüksek potansiyelli bir fırsat sunmaktadır. İlk 12 aylık aksiyon planı temkinli ama kararlı bir giriş stratejisi öngörmektedir. Başarı için kritik faktörler: (1) Kaliteli distribütör seçimi ve sürekli destek, (2) Sertifikasyonların zamanında tamamlanması, (3) Mimar ve proje kanallarında güven inşası, (4) Dijital kanallarda görünürlük kazanma. Sonraki adımlar: Ocak ayında distribütör arama sürecinin başlatılması, sertifikasyon danışmanlığının atanması, BUDMA fuar kayıt ve stand tasarımının tamamlanması. Aylık

## SONRAKI ADIMLAR

- 1 Kaliteli distribütör seçimi ve sürekli destek,
- 2 Sertifikasyonların zamanında tamamlanması,
- 3 Mimar ve proje kanallarında güven inşası,

BAZ Girişim Dış Ticaret Danışmanlığı · bazgirisim.com