

OGGUSTO

privia

ÖZEL  
BANKACILIK

# 2026 SAAT TRENDLERİ

*Pınar Yılmaz Saat Yazarı ve Lüks Danışmanı*



## Kimler Okumalı?

Bu rapor, yalnızca saat endüstrisinin profesyonelleri için değil; zamanı ölçmekten çok, onunla nasıl yaşadığını düşünen herkes için yazıldı.

Bir tasarımcının elinde form bulan, bir mühendisin sabırla ayarlanan, bir koleksiyonerin belleğinde anlam kazanan zamanı anlatıyor. Çünkü burada konu edilen şey, yalnızca bir saat değil, zamanla kurulan bağın kendisi.

## Neden Okumalı?

Modern saatçilik artık zamanı göstermekten çok, onunla nasıl yaşadığımızı anlatıyor. Her mekanizma, insanın ritmine dair bir iz taşır.

Bu rapor, hızın değerini değil, ritmin anlamını araştırıyor.

Zaman artık bir mülk değil; bir deneyim, bir bilinç hali. Bir saat, markasından çok, eşlik ettiği yaşam biçimiyle tanımlanıyor: Kimi için sabrın sembolü, kimi için hatırlamanın yolu, kimi içinse varlığını hissetmenin sessiz bir biçimi.

## Nasıl Okumalı?

Bu rapor, hızla okunmak için değil, zamanla birlikte düşünülme için yazıldı.

Her bölüm, bir tik'in ritminde; her fikir, bir mekanizmanın sessizliğinde ilerliyor.

Sayfaları çevirdikçe, trendleri değil zamanın insana dair yüzünü arayın. Çünkü bu metin, zamanı ölçmeyi değil, onu yeniden duymayı öneriyor.

# Beyond O'Clock Saatin Yeni Duruşu

2026'da saat dünyası, zamanı ölçmenin ötesine geçiyor. Artık mesele saniyeleri saymak değil, onları değerli kılmak.

"Beyond O'Clock", hızın ve gösterişin ötesinde bir anlayışı temsil ediyor: Zanaatin sessiz sabrını, hikâyelerin kişisel izini, kültürel kimliklerin zarif yankısını.

Yeni dönem, mekanikle duygunun, teknolojiyle etiğin, formla kimliğin kesişiminde doğuyor. Bir saatin kadranı artık yalnızca zamanı değil, insanın dünyayla kurduğu bağın inceliğini de yansıtıyor. El işçiliğinin yeniden değer kazandığı, cinsiyet çizgilerinin silikleştiği, malzemenin geçmişi kadar geleceğinin de önemsendiği bir çağ bu.

2026'da "zamanı takip etmek" değil, zamanla birlikte var olmak değerli olacak.

**Ve saat, bu yeni çağda bir ölçü aracı değil, insanın kendi zamansızlığını hatırlatan en zarif eşlikçisi olacak.**

# 2026'da Saat Sektörünü Neler Bekliyor?

Görsel: iStock - Eugene Sergeev



## 1 - Zamansız Zanaat

Saat dünyası, teknolojik hızdan uzaklaşıp el işçiliği ve doğal malzemelerle zanaatın köklerine dönecek.



## 2 - Üniseks Çizgiler

Üniseks tasarımlar, kimlikten bağımsız zarafet anlayışıyla saat dünyasında yeni standardı belirleyecek.



## 3 - Hikâyeler Zamanı

Saat sahibi olmak değil, kişisel hikâyeler yaratmak 2026'nın lüks anlayışını tanımlayan bir trend olacak.



## 4 - Etnik Alarm

Kültürel referanslar; cesur renk paletleri ve mimariden ilhamla saat tasarımına yeni bir ruh kazandıracak.



## 5 - Şeffaflık Zamanı

Geri dönüştürülmüş metaller, eSteel teknolojisi ve etik üretim anlayışı, lüks saatçiliğin yeni güven standardı olacak.



## 6 - İkinci Bahar

Pre-owned (sertifikalı ikinci el) saat pazarı büyüyerek koleksiyonerlik kültürünü daha yaygın hale getirecek.

Privia

Privia ile her zaman değerli.



Privia'lı Ol | 

privia.com.tr | 0850 724 0 777

 ÖZEL  
BANKACILIK



1

# Zamansız Zanaat

2026'da lüks saatçilik, vitrindeki gösteriştten atölyedeki ustalığa geri dönüyor.

# Saat Sadeliği Gösteriyor

Aşırı komplikasyon ve büyük logolar yerine **ultra-ince mekanizmalar, minute repeater/perpetual calendar** gibi yüksek ustalık gerektiren fonksiyonların "az ama öz" bir estetikle sunulduğu, **neo-vintage** ruhunun modern teknikle buluştuğu bir dönem öne çıkıyor.

Bağımsız saatçiler sınırlı üretim ve özgün hikâyelerle **koleksiyonerle daha samimi bir bağ kurarken** zanaatkârın emeğini ve sessiz rafineleşmeyi merkeze alan bir değer algısı güçleniyor.



# 1.1. Sessiz Ustalık



2026'da saat dünyasında "sessiz lüks" anlayışı, haute horlogerie'nin yeni dili haline geliyor.

Artık değer, **parlayan logolarda değil; kadranın oranlarında, mekanizmanın sesiyle hissedilen** incelikte saklı. Mat yüzeyler, saten kaplamalar ve ton-sur-ton renk geçişleri, estetiği **sessiz ama etkileyici** bir hale getiriyor.

Bu dönemde markalar, kendi miraslarını abartılı sembollerle değil, malzeme ustalığı ve mikro detay hassasiyetiyle anlatmayı tercih ediyor. **Minimalist kasa yapıları, ultra-ince kalibreler ve elde işlenmiş indeksler**, zarafetin yeni kodları oluyor.

Saat artık bir statü nesnesi değil; karakterin **yansıması**.

Koleksiyonerin gözüne değil, kalbine hitap eden bu yeni anlayış, zamanı ölçmekten çok **"yaşama biçimini"** tanımlıyor.

**"Bir saatçinin odaklandığı alan çoğu zaman bir piriç tanesinden küçüktür ama ilhamı evren kadar geniştir."**

Rebecca Struthers

## Zamanın Geleceği: 2026 Saatçilikte Anlam Çağı

“  
**Saat artık zamanı değil,  
kimliği ve hikâneyi  
taşıyan bir evren.**”

2026'ya yaklaşırken saatçilik, zamanı ölçmenin ötesine geçen bir dönüşümden geçiyor.

**Saat artık işlevsel bir araç değil;  
kimliği, değeri ve kişisel hikâneyi  
temsil eden bir sembol** hâline geliyor.

Sektörde en belirgin eğilimlerden biri neo-vintage yaklaşımı. 1960'lar ve 70'lerden ilham alan tasarımlar, çağdaş mühendislikle birleşerek nostaljiyle güvenilirliği bir araya getiriyor. Böylece markalar, geçmiş miraslarını bugünün estetiğiyle yeniden yorumluyor.



**Serdar Oal**

Horobox Kurucu

**Sürdürülebilirlik, lüks saatçiliğin merkezine yerleşmiş durumda.** Geri dönüştürülmüş metaller, biyobazlı kayışlar ve laboratuvar üretimi elmaslar, çevresel sorumluluğun yeni standardını oluşturuyor.

**Bağımsız üreticilerin yükselişı** ise koleksiyoner davranışını yeniden şekillendiriyor. Sınırlı üretim, özgün tasarımlar ve zanaatkâr dokunuşu, saat sahipliğini daha kişisel bir deneyime dönüştürüyor. Haute horlogerie'de ultra ince mekanizmalar, sade kadranlar ve “az ama öz” tasarım anlayışı öne çıkıyor.

**Dijitalleşme** ise mekanik geleneği tamamlayan yeni bir katman ekliyor. NFT sertifikaları, dijital arşivler ve çevrimiçi koleksiyon toplulukları, saat sahipliğini daha güvenilir ve erişilebilir kılıyor.

Sonuç olarak, 2026'da saatçilik yalnızca teknik ustalılığın değil, anlamın ve hikâyenin çağını başlatıyor.

**Zamanı ölçmekten çok, yaşamı anlatan bir koda dönüşüyor.**

# 1.2.

## Doğal Yaşlanmanın Estetiği



2026'da saat dünyasında kusursuzluk anlayışı yerini zamana teslim olmuş bir güzelliğe bırakıyor. Artık hedef, **"yeni görünmek"** değil; zamanın bıraktığı izlerle özgünleşmek.

Lüks segmentte, fırçalanmış çelik, oksitlenmiş bronz, doğal deri ve el işçiliğiyle yaş alan kasalar, modern bir **"patina estetiği"** yaratıyor.

Koleksiyonerler, **çizikleri bir kusur değil; bir hikâyenin parçası** olarak görmeye başlıyor.

Bu yaklaşım, yalnızca materyal tercihini değil, markaların zamana bakışını da değiştiriyor: **artık "ömürlük dayanıklılık" yerine "zamanla birlikte evrilen zarafet"** öne çıkıyor.

Malzemenin yaşlanmasına izin vermek, zanaatkâr için bir tevazu göstergesi haline geliyor. Her oksit, her aşınma, insan ile nesne arasındaki bağın sessiz bir hatırlatıcısına dönüşüyor.

# Zamanı Şekillendiren Rakamlar



Görsel: A. Lange & Söhne



Görsel: Rolex



Görsel: F. P. Journe



Görsel: Federer'in kolunda yeni Rolex Land-Dwell

## 2,35 milyar USD

Bağımsız saatçilik pazarı 2024'te 2,35 milyar USD değerinde ölçüldü; 2025–2033 arasında yıllık %7,1 büyümesi bekleniyor.

Growth Market Reports, Independent Watchmaking Market (2025–2033)

## %12,08

Lüks mekanik saat pazarı, 2025–2032 döneminde yıllık %12,08 büyüyerek 45,52 milyar USD'den 101,16 milyar USD'ye ulaşacak.

Fortune Business Insights, Luxury Mechanical Watches Market (2025–2032)

## %6,14

Küresel lüks saat pazarı, 2025'te 79,87 milyar USD seviyesinden 2030'da 107,59 milyar USD'ye ulaşarak yıllık %6,14 büyüme gösterecek.

Mordor Intelligence, Luxury Watch Market Forecast (2025–2030)



Görsel: Cartier

2

Üniseks  
Çizgiler

# Zaman Cinsiyetten Bağımsız İlerliyor



Görsel: Cartier

**2026'da saat dünyası,** "kadın" ve "erkek" ayrımlarını aşarak **ortak bir estetik dil** kuruyor.

**Üniseks tasarımlar,** yalnızca biçimsel bir sadeleşme değil; **toplumdaki dönüşen kimlik anlayışının** da bir yansıması haline geliyor.

**Markalar artık gücü ve zarafeti iki uç olarak değil, aynı çizgide buluşturuyor.**

Renk paletlerinde **gri, bej, mat çelik ve fildişi** gibi nötr tonlar öne çıkarken **kadran oranları** ve **kasa ölçüleri** her bileğe uyum sağlayacak biçimde yeniden tanımlanıyor.

Yeni tasarım anlayışı, bireyi kategorilere sıkıştırmak yerine, **kişisel ifadeye alan açıyor.**

Bu dönüşüm, **saatin anlamını statüden kimliğe taşıyor.**

Artık her model, sahibinin sadece **tarzını değil, duruşunu da** anlatıyor.

## 2.1.

# Kimliksiz Zarafet

**2026 saat koleksiyonlarında cinsiyet kodları silikleşiyor; zarafet, kimin taktığıyla değil, nasıl hissettirdiğiyle tanımlanıyor.**

Lüks markaların %47'si yeni koleksiyonlarında **üniseks veya cinsiyetsiz tasarım dili** benimsiyor.

**Artık 36–40 mm kasa boyutları üniseks bir standart haline gelirken** tasarımlar hem kadın hem erkek koleksiyonerler tarafından benimseniyor. Özellikle **komplikasyonlu mekanik saatlerde kadın alıcılara yönelik modellerin artışı** dikkat çekiyor; bu eğilim, kadınların koleksiyonerlikte artan etkisini ve markaların bu talebe verdiği cevabı gösteriyor.

**Kimliksiz zarafet**, gösteriştten uzak ama detayda mükemmel bir estetik anlayışı temsil ediyor. Kasa oranları dengeleniyor, kadranlar sadeleşiyor; **logolar küçülüyor, malzeme konuşuyor.**

Altın, platin ve çeliğin **fırçalanmış yüzeyleri**, bej, gri ve şampanya tonlarıyla birleşiyor. Bu yeni estetik, **zamanı süs değil, duruş olarak taşıyor.**



Görsel: IWC



Görsel: Omega



Kadran boyutları ve bileklik uzunlukları farklı anatomilere uyum sağlayacak biçimde çeşitleniyor.

Materyallerde alerjen olmayan metaller, geri dönüştürülmüş paslanmaz çelikler, ve bitkisel bazlı kayışlar öne çıkıyor.

Renk paletleri de benzer biçimde **nötr ama duygusal** bir dil taşıyor: Taupe, sis grisi, kum beji ve sıcak metalik tonlar artık üniseks standardın bir parçası.

Bu yeni kapsayıcı anlayış, **tasarımın gücünü statüden değil**, rahatlıktan alıyor. Artık lüks, herkese ait olabilen bir deneyimle tanımlanıyor.

## 2.2.

# Kapsayıcı Tasarım

Lüks saat dünyasında **kapsayıcılık**, 2026'da yalnızca bir trend değil, **tasarım etiğinin** merkezine yerleşen bir değer haline geliyor.

Markalar artık "kadın" veya "erkek" koleksiyonları yerine, **her bileğe, her kimliğe, her duyguya** hitap eden tasarımlar geliştiriyor. Bu yaklaşım, estetik bir eşitlemeden çok, **deneyimsel kapsayıcılığa** odaklanıyor.

## DNA'sına Sadık Olan Kazanacak

“  
İkonik olan  
geri dönüyor;  
çünkü tasarımın  
geleceği geçmişin  
DNA'sında saklı.  
”



**Stéphanie Sivrière**

Piaget

Mücevher, Yüksek Mücevher ve Saat Tasarım  
Stüdyosu Direktörü

Her markanın neler sunacağını önceden bilmek imkânsız. Ancak ekonomik koşullar ne kadar karmaşıklaşırsa markalar da o kadar kendi kimliklerine, farklılıklarına ve ustalıklarına odaklanma eğiliminde oluyorlar.

Bu da kimi zaman ikonik modellerin yeniden doğuşu şeklinde, kimi zaman ise geçmişten ilham alan cesur ve beklenmedik saatler olarak karşımıza çıkabiliyor.

Eğer marka DNA'sıyla kusursuz uyum içindeyse, ne kadar cesursa o kadar iyi.

Şimdi bekleyip görelim.

Zarafet artık kimliğe  
değil, hisse ait.

Görseller: Hermès



**%6,88 CAGR**

Üniseks modeller, 2025–2030 döneminde kullanıcı segmentleri içinde en hızlı büyüyen kategori olacak.

Mordor Intelligence, Watch Market Report

**%38**

Lüks saat pazarında üniseks modellerin payı 2025'te %38'e ulaştı.

WatchPro Global Report 2025; Deloitte Swiss Watch Industry Study 2025



3

# Hikâyeler Zamanı

# Saatlerce Hikâye

2026'da saat, zamanı ölçen bir araçtan çok daha fazlası: Kişisel hikâyelerin ve değerlerin sessiz anlatıcısı. Saat dünyasında el işçiliğini ve anlatısı güçlü, **"hikâye taşıyan"** modelleri tercih eden koleksiyoner yaklaşımı öne çıkıyor; sanat işbirlikleri, limitli üretimler ve ince zanaat detayları bu anlatıyı besliyor.

Bu dönüşüm, lüksün genelinde de görülen **"kişiselleştirme"** dalgasıyla paralel ilerliyor. Markalar, tek tip ürün mantığından uzaklaşıp kişiye göre şekillenen tasarım ve deneyimlerle kimliği ön plana çıkarıyor; kısacası saat, sahibinin duruşunu ve yaşam ritmini yansıtan bir ifade nesnesine dönüşüyor.



Görsel: Piaget

Teknoloji tarafında ise özellikle akıllı/hibrit taraftaki entegrasyonlar saati günlük yaşama daha çok bağlıyor; bildirimden öte sağlık ve yaşam kalitesi odaklı işlevler, **"zamanı hissetme"** deneyimine eşlik ediyor.

Böylece saat, yalnızca bir göstergeden ziyade, kullanıcının gün içindeki anlarını anlamlandıran bir yol arkadaşına evriliyor.

# 3.1. Kişisel Zaman Anlatıları



Görseller: Jaeger-LeCoultre

2026'da saat, kimliğin sessiz bir anlatıcısına dönüşüyor.

Artık tüketici, zamanı ölçen bir aygıt değil; kendini ifade eden bir anlam nesnesi arıyor.

Deloitte Swiss Watch Industry Study 2025'e göre, kişiselleştirme lüks segmentte büyümenin önde gelen faktörlerinden biri. Markalar, her müşterinin hikâyesini kendi üretim diliyle anlatma arayışında.

Bu yeni dönemde “atölyede alım” kavramı öne çıkıyor: mağazadan değil, ustayla geçirilen özel bir günün parçası olarak saat edinmek.

Üretim süreci bir alışveriş değil, kişisel bir ritüel haline geliyor. **Kişiselleştirme**, artık kayıştan ibreye, hatta tik sesinin frekansına kadar uzanıyor; her detay sahibinin hikâyesine uyarlanıyor.

**Anı tutan saatler** ise evlilik, başarı ya da kayıp gibi özel anlara ithaf edilen limitli koleksiyonlarla duygusal bir bağ kuruyor.

Bu eğilim, kişisel lüksün geleceğini şekillendiriyor: saat, kullanıcıyla birlikte yaşanan, onun hikâyesine eşlik eden bir zanaat eseri. Bir saat artık koleksiyonerin kimliğini, değerlerini ve kişisel hikâyesini yansıtan bir sembol.



## 3.2. Zamanı Hissetmek

2026'da lüks, artık parıltı ya da sahiplikle değil; anı biriktirme sanatıyla tanımlanıyor. Zamanın akışını göstermekten çok, onunla kurulan bağ önem kazanıyor. Saat, sessiz bir farkındalık nesnesine dönüşüyor, her tik, bir duygunun yankısı.

**Devam eden zaman** kavramı, bu dönemin en karakteristik yansımalarından biri.

İkinci el saatler, yalnızca sürdürülebilir bir tercih değil; önceki sahibinin hikâyesiyle bağ kurmanın duygusal bir yolu.

Deloitte Swiss Watch Industry Study 2025'te de belirtildiği gibi, CPO (Certified Pre-Owned) pazarı artık lüks

saat dünyasının kalıcı bir kolu haline geldi. Koleksiyoner için her çizik, bir hikâyenin izi, her patina bir yaşanmışlığın kanıtı.

Markalar, teknolojiyi artık hızın değil, hissin hizmetine sunuyor. Akıllı ve hibrit modellerde odak, verimlilikten çok **duygusal deneyime** kayıyor; kullanıcı, zamanla yarışmak yerine onunla birlikte yaşamayı seçiyor.

Böylece saat, zamanı ölçen bir mekanizma olmaktan çıkıyor; hayatın anlamlı anlarını saklayan bir eşlikçiye dönüşüyor.

Gerçek lüks artık gösterişte değil, sessiz bir duyguda gizli: zamanı hissetmenin inceliğinde.



Görsel: Vacheron Constantin



4

Etnik  
Alarm



Görsel: Rado

# Zamanın Yeni Dili: Cesur, Kültürel, Bireysel

2026'da saat tasarımı, küresel estetiğin en canlı ifadesi haline geliyor. Renkler, desenler ve kültürel referanslar yalnızca görsel bir tercih değil; kimlik, duygu ve aidiyetin ifadesi olarak öne çıkıyor.

Uzun yıllar boyunca saat dünyasında hakim olan siyah, mavi ve gümüş tonları yerini nane yeşili, **somon, kırmızı ve mercan gibi cesur tonlara** bırakıyor.

Bu renkler yalnızca kadrarlarda değil; kayış, ibre ve kasa detaylarında da kendisini gösteriyor; böylece her saat, sahibinin tarzını ve ruh halini yansıtan kişisel bir imzaya dönüşüyor.

Kültürel etkileşim de tasarımın merkezine yerleşiyor. **Doğu zanaatkârlığından Art Deco geometrilerine, Brütalist mimarinin ham estetiğinden Akdeniz renk paletine** kadar farklı coğrafyaların izleri modern saatçiliği zenginleştiriyor. Artık bir saat, sadece zamanı gösteren bir nesne değil; **kültürler arası bir diyalogun taşıyıcısı, dönemin ruhunu yansıtan çağdaş bir sanat eseri.**

Bu trend, saat dünyasında estetiğin giderek daha cesur, daha kültürel ve daha bireysel bir dile kavuştuğunu gösteriyor: Zamanı ölçmekten öte, onu ifade etmenin yeni yolu artık **renk ve kültür.**

# 4.1. Kültürel Kodlar, Evrensel Diller

2026'da saat tasarımı, kültürler arası etkileşimle zenginleşen evrensel bir estetik diyalog haline geliyor. Markalar artık yalnızca teknik ustalıklarıyla değil; köklerinden, coğrafyalarından ve kültürel hikâyelerinden beslendikleri tasarımlarıyla fark yaratıyor.

Brütalist formların yalın gücü, Art Deco'nun zarif geometrileri, Japon wabi-sabi felsefesinin dinginliği ve Akdeniz renk paletinin sıcaklığı aynı kadranda buluşuyor. Bu karışım, modern saat tasarımına yalnızca biçim değil, anlam derinliği de kazandırıyor.

Markalar, yerel zanaatkârlık miraslarını çağdaş yorumlarla harmanlayarak **kültürel otantikliğe dayalı yeni bir estetik anlayışı** benimsiyor. Birçok bağımsız üretici, koleksiyonlarını doğduğu şehirlerin mimarisi, motifleri veya el işçiliği teknikleriyle özdeşleştiriyor.

**Saat artık bir tasarım objesi değil; kültürler arası bir köprü, bir hikâye anlatıcısı.**

Bu yaklaşım, saatçiliğin geleceğini belirleyen en güçlü dönüşüm alanlarından biri haline getiriyor.



## Saatçilikte Yeni Oyun: Küçük Kasa, Büyük Kimlik

Saat markalarının büyük bir kısmı 2026'ya doğru daha küçük kasa boyutlarını keşfetmeye devam edecek. Bugün pek çok markanın özel mekanizmalara erişimi olduğu için "in-house" üretim, önceki yıllardaki kadar güçlü bir farklılaştırma unsuru olmaktan uzaklaşıyor. Bunun yerine, métiers d'art yani zanaatkârlığın sanatsal dili aracılığıyla hikâye anlatımı çok daha merkezi bir rol üstleniyor.

Aşırı büyük, işlevsel "tool watch" döneminin etkisi zayıflarken, klasik dress watch estetiği kalıcı bir dönüş yapıyor. Sert taş kadranlar gibi organik malzemelerin yükselişi, hem teknik hem de estetik açıdan yeni bir zenginlik yaratıyor. Retro tasarım etkisi ise özellikle 60'lar ve 90'lar referanslarıyla markaların görsel kimliğini şekillendirmeyi sürdürüyor.



### Roger Ruegger

WatchTime (Kuzey Amerika) Genel Yayın Yönetmeni &  
diveintowatches.com Kurucu

“**2026'da başarıyı belirleyen şey teknik değil; net bir duruş ve güçlü bir hikâye olacak.**”

Aynı zamanda, sektör içi ve sektör dışı marka iş birliklerinde önemli bir potansiyel var. Quartz ve güneş enerjili modellerin yükselişi, akıllı saatlerin mekanik saatçiliğe zarar vermemesi gibi, mekanik modellerle barış içinde bir arada var olmayı sürdürüyor. Buna karşılık haute horlogerie markaları, daha karmaşık komplikasyonlara yönelerek üretim adetlerini bilinçli biçimde sınırlama stratejisini benimsiyor.

Mikro markalar ve genç bağımsız saatçiler ise 3D baskı gibi yenilikçi üretim yöntemlerini daha cesur bir şekilde araştırarak. Bu, sektöre taze fikirler ve daha demokratik bir tasarım dili getiriyor.

Genel olarak küresel ekonomik koşullar markaları daha çevik, daha yaratıcı ve daha kararlı olmaya zorluyor. Net mesajı, özgün kimliği ve tutarlı tasarım dili olmayan markalar zor bir döneme giriyor. Çok markalı perakende mağazalar üzerindeki baskı artarken, üretimde, tasarımda ya da dağıtımda farkı belirleyecek olan şey tek bir unsur: **güçlü bir fikir.**

## 4.2.

# Rengin Gücü

2026'da renk, saat dünyasında estetik bir unsurun ötesinde kimliğin, duygunun ve ifadenin dili haline geliyor. Yıllardır siyah, gümüş ve lacivertin hakim olduğu kadranlar, artık **nane yeşili, somon, terracotta, mercan, kırmızı ve alev turuncusu** gibi cesur tonlarla yeniden şekilleniyor.

Bu renkler, tasarımda canlılık ve enerji kadar bireysel ruh halini de yansıtıyor. Kayıştan ibreye kadar uzanan renk vurguları, saati **kişisel bir stil manifestosuna** dönüştürüyor. Özellikle kadınlara özgü görülen "cocktail watch" estetiği, artık gündüz saatlerine taşınıyor; mücevhervari formlar, günlük kullanımın doğal bir parçası haline geliyor. Böylece lüks saat, bir aksesuar olmanın ötesinde, kişisel tarzın sanatsal ifadesine dönüşüyor.



Görsel: Hublot

Renklerin yükselişi yalnızca moda etkisiyle sınırlı değil; **kültürel mirasın çağdaş yansımasıyla** da güçleniyor. Akdeniz'in sıcak tonları, Uzak Doğu'nun yumuşak pastelleri, Kuzey Avrupa'nın soğuk metalik grileri, **farklı coğrafyaların estetik hafızalarını küresel bir palet içinde** buluşturuyor.

Sonuç olarak, 2026'da renk, saat tasarımında duyguların yeni dili haline geliyor. **Her ton bir karakter, her kadran bir ifade biçimi.**

Lüks artık sade bir şıklık değil; renkle anlatılan bir hikâye.



Görsel: Chopard

5

Şeffaflık  
Zamanı



# Saatler Vicdanı Gösterirken

2026'da lüks saatçiliğin yeni değeri, yalnızca parıltıda değil; **dürüstlükte ve izlenebilirlikte** saklı.

Tüketici artık bir saatin yalnızca tasarımına değil; nerede, nasıl ve kimin emeğiyle üretildiğine de bakıyor.

Bu nedenle markalar için şeffaflık, bir pazarlama dili olmaktan çıkıp **güvenin ve etik sorumluluğun yeni tanımı** haline geliyor.

Saat endüstrisi, sürdürülebilirlikte yeni bir eşiğe giriyor: Geri dönüştürülmüş çelik (eSteel), titanyum, seramik ve biyomalzeme kullanımı artık lüksün vazgeçilmez standardı.

Markalar, üretim zincirlerini görünür kılıyor, karbon ayak izlerini açıklıkla paylaşarak sürecin her adımında sorumluluk alıyor. Artık bir saatin değeri, yalnızca ustalığında değil; **doğaya ve emeğe gösterdiği saygıda** yatıyor.

Bu yeni çağda şeffaflık, mekanizmanın içini göstermekten öte, markanın vicdanını görünür kılmak anlamına geliyor. Lüks, artık yalnızca incelikte değil; **açıklıkta, hesap verebilirlikte ve etik duruşta** tanımlanıyor.



# 5.1.

## Etik Zamanın Mimarları

Lüks saatçilikte yeni dönem, **etik üretimin** zamanı. Markalar artık yalnızca zanaat ustalığıyla değil; doğaya, emeğe ve topluma karşı taşıdıkları sorumlulukla da değer kazanıyor.

Geri dönüştürülmüş çelik (**eSteel**), titanyum ve biyomalzeme kullanımı, 2026 itibarıyla sürdürülebilir üretimin ana standardı haline geliyor.

Bu malzemeler yalnızca çevresel etkiyi azaltmakla kalmıyor, aynı zamanda markalara yeni bir estetik anlayışı kazandırıyor: Ham, saf ve dürüst bir lüks dili.

Büyük markalar üretim zincirlerini artık **görünür** hale getiriyor. Kullanılan her materyalin kaynağı, tedarik süreçleri ve karbon ayak izi şeffaf biçimde paylaşılmaya başlanıyor.

Bu yaklaşım, tüketiciyle markalar arasında yepyeni bir güven bağı oluşturuyor çünkü artık bir saatin değeri, yalnızca mekanizmasında değil; **vicdanında** ölçülüyor.

Etik üretim, saat dünyasında bir zorunluluktan çok, yeni bir ustalık tanımı haline geldi.

Geleceğin saat ustaları, yalnızca zamanı ölçen mekanizmalar değil, **sorumluluğu ölçen değer sistemleri** yaratıyor.



Görsel: Ulysse Nardin

## “ Sürdürülebilirlik sadece bir trend değil, bir bakış açısı. ”

Lüks endüstrisi, özellikle saat sektörü de dahil olmak üzere, 1980’lerden bu yana istikrarlı bir şekilde büyümeye devam ediyor. Bunun arkasındaki temel neden, varlıklı bireylerin sayısındaki artış ve lüks ürünlere erişimin genişlemesi özellikle Çin, Hindistan, Avrupa ve ABD gibi pazarlarda. Bu ivmenin süreceğine inanıyorum çünkü yeni nesil tüketiciler, otantiklik, zanaatkârlık ve hikâye anlatımına her zamankinden daha fazla değer veriyor.

Trendler açısından ise, daha küçük ve zarif saatlere doğru belirgin bir yönelim söz konusu. Günümüzde insanlar yalnızca iddialı birer “ifade parçası” değil, aynı zamanda kişisel, çok yönlü ve zamansız hissettiren modeller arıyor. Bu yılın başlarında tanıttığımız Top Time B31, zarif 38 mm kasası ve kusursuz orantılarıyla



**Georges Kern**

Breitling CEO

bu anlayışın güzel bir örneği. Saat, markamızın ilk kendi üretimi üç ibreli mekanizması olan Caliber B31 ile çalışıyor; modern saat yapımında sadeliğin özünü temsil eden önemli bir teknik dönüm noktası. Kadın saat segmentinde de dikkat çekici bir büyüme gözlemliyoruz, ki bu bizim için oldukça heyecan verici. Son birkaç yılda kadın koleksiyonumuzu genişlettik; Superocean 36, Chronomat 36 ve 32, Navitimer 36 ve 32 gibi modellerle farklı boyut, stil ve renk seçenekleri sunduk. En son olarak, markanın yalnızca kadınlar için tasarladığı ilk saatlerden ilham alan yeni Lady Premier koleksiyonunu tanıttık. Bu koleksiyon, hayatı özgüvenle, zarafetle ve bir parça eğlenceyle yaşayan Breitling kadınının ruhunu yansıtıyor.

Ve elbette sürdürülebilirlik... Bu benim için sadece bir trend değil, bir bakış açısı. Yeni nesil saat alıcıları, bir ürünün nereden geldiğini ve nasıl üretildiğini derinden önemsiyor. Sorumlu kaynak kullanımı, şeffaf tedarik zincirleri ve geri dönüştürülmüş ambalajlar ile Breitling olarak bu dönüşümün öncülüğünü yapıyoruz. Amacımız, “anlam taşıyan bir lüks” anlayışını yeniden tanımlamak.

Görsel: Breguet



## 5.2.

# Görünür Mekanizma, Görünür Vicdan

Şeffaflık artık yalnızca bir tasarım tercihi değil; markaların vicdanını görünür kılma biçimi. 2026'da saat dünyasında "görünür mekanizma" estetiği, hem teknik ustalığın hem de etik sorumluluğun sembolüne dönüşüyor.

Markalar, üretim zincirlerini ve kullandıkları malzemelerin kökenini açık biçimde paylaşmaya başlıyor. Bu yeni anlayışta, **bir saat yalnızca mekanik doğruluğuyla değil; üretim sürecinde gösterdiği hesap verebilirlikle anlam kazanıyor.**

Görünür mekanizmalar ve açık kadrانlar, artık sadece zanaatın inceliğini sergilemiyor; **markaların değer sistemine dair bir metafor haline geliyor.**

Artık bir saatin arkasında sadece bir ustanın imzası değil; bir duruşun, bir vicdanın izi okunuyor.

Saatçiliğin geleceği, **zamanı ölçmekten çok, sorumluluğu gösterebilme cesaretinde şekilleniyor.**

Görsel: Rolex

# %35

Rolex, Oystersteel döngüsel üretim pilotunda karbon emisyonlarında %35'e varan azalma elde etti.

Rolex Sustainability Report, 2024



## Sürdürülebilir Saatçiliği Şekillendiren Rakamlar

# %25

Richemont, 2019–2024 arasında operasyonel karbon emisyonlarını %25 azalttı.

Richemont Sustainability Report, 2024

# %100

Swatch Group, üretim tesislerinde kullanılan elektriğin tamamını yenilenebilir kaynaklardan sağlıyor.

Swatch Group Sustainability Report, 2023/24



Görsel: Omega

# %11

LVMH Watch & Jewellery, 2020–2023 arasında operasyonel emisyonlarını %11 oranında düşürdü.

LVMH ESG Performance Report, 2023



Görsel: Christie's- Patek Philippe

# 6 İkinci Bahar

# Yeni Bir Nabız Yeni Bir Yaşam

2026'da saat dünyasında "ikinci el" değil, ikinci hayat dönemi başlıyor.

Sertifikalı pre-owned pazar, artık geçici bir eğilim değil; lüksün sürdürülebilir geleceği olarak kabul ediliyor. Tüketici, yalnızca yeniye değil, geçmişin hikâyesini taşıyan zamansız parçalara da değer veriyor. Her çizik bir iz, her patina bir hikâye; her mekanizma, yeniden atan bir kalp gibi zamanı ikinci kez yaşıyor. Bu dönüşüm, saatçiliğin yalnızca maddi değil, duygusal değer tanımını da değiştiriyor. Markalar, sertifikalı ikinci el programlarıyla güveni yeniden tanımlarken koleksiyonerler, geçmişle bağ kurmanın yeni biçimini keşfediyor.

İkinci Bahar, sürdürülebilirliğin en zarif hali: Zamanı geriye sarmadan, yeniden yaşatmak.



Görsel: Audemars Piguet

**Küresel pre-owned (sertifikalı ikinci el) lüks saat pazarı, 2023'te 24,38 milyar USD gelir elde etti. Pazarın 2030'da yaklaşık 45 milyar USD seviyesine ulaşması öngörülüyor.**

Grand View Research, 2024

# 6.1.

## Koleksiyonerliğin Giriş Kapısı

Yeni kuşak alıcılar için lüks saat dünyasına adım atmanın yolu artık vitrinlerden değil, **sertifikalı ikinci el** platformlarından geçiyor.

Bu pazar, yüksek fiyatlı limitli edisyonlara erişemeyen genç koleksiyonerler için bir başlangıç noktası, markalar içinse yeni bir sadakat alanı yaratıyor.

Markalar, resmi Certified Pre-Owned (CPO) programlarıyla süreci tamamen kontrol altına alıyor: her saatin geçmişi doğrulanıyor, bakım sertifikasıyla güvence altına alınıyor.



Böylece ikinci el pazarı, "lüksü demokratikleştiren ama değerini koruyan" bir model haline geliyor.

Bu yeni sistem, yalnızca yeniden satış kanalı değil; **marka mirasının sürdürülebilir yönetimi** açısından da stratejik bir dönüşüm.

CPO programları sayesinde her saat, hem geçmişini hem geleceğini markanın garantisinde taşıyor ve bir **koleksiyonerlik kültürü** doğuyor.

## Vintage'ın Sessiz Gücü: Kişiliği Anlatan Zaman

“

**Modern saatlerin yaygınlığına karşılık, özel bir vintage saat kişinin bireyselliğini modern bir saatin asla yansıtamayacağı şekilde ifade ediyor.**”

Saat dünyasında en büyük dönüşüm, “hype modellerin” peşinden koşmak yerine kişisel hikâyesi olan vintage parçalara yöneliş. Koleksiyonerler artık modern saatlerin çok yaygınlaştığını, buna karşılık iyi korunmuş bir vintage saatin bireyselliği bambaşka bir seviyede ifade ettiğini görüyor.



### Eric Wind

Wind Vintage Kurucu  
(Vintage saat uzmanı)

Vintage dünyasında en kritik konu nadirlik değil, kondisyon. On yıl önce kimsenin konuşmadığı “unpolished” kavramı, bugün ikinci el saat alan herkesin ilk sorusu hâline geldi.

Öte yandan, influencer’lar ve fırsatçı satıcılar tarafından körüklenen “mikrotrendler” de dikkat çekiyor; sarı altın kasalı “geezer watches” ya da minimal, küçücük entegre bilezikli modeller gibi. Fakat bunların etkisi sınırlı; asıl kalıcı olan, zamanla değer kazanan gerçek zanaatkârlık.

Vintage saat almak isteyenlere en önemli tavsiye: Sadece sevdiğiniz ve gerçekten tanıdığınız bir parçayı alın. Çünkü bir saatin fotoğraftaki duruşu ile bilekte yarattığı his çoğu zaman bambaşka olur.

Sonuç olarak, 2026’ya giderken vintage saatler yalnızca nostalji değil; kişisel tarzın en güçlü ifadesi hâline geliyor.



Görsel: Christie's - Greubel Forsey

## 6.2.

# Geçmişin İzinde, Geleceğin Değerinde

Saat dünyasında geçmiş artık bir nostalji değil; **geleceğe yön veren bir değer.**

Vintage saatler, yalnızca estetik veya koleksiyon değeriyle değil, **kültürel kimlik ve zamanın sürekliliği** duygusuyla ön plana çıkıyor. Her mekanizma, üretildiği dönemin ruhunu; her model, bir markanın hikâyesini yeniden hatırlatıyor.

Bu yaklaşım, lüks kavramını "yeniye sahip olmak"tan "değerin devamlılığını yaşamak"a dönüştürüyor. İkinci el pazarında doğrulama ve sertifikasyon süreçlerinin kurumsallaşması,

vintage saatleri güvenli bir yatırım aracına dönüştürüyor.

Artık bir saatin değeri, yalnızca model yılıyla değil, **taşıdığı hikâyenin sürekliliğiyle ölçülüyor.**

Markalar, geçmiş koleksiyonlarını yeniden yorumlayarak bu duygusal sürekliliği güçlendiriyor.

Arşivden çıkarılan ikonik modeller, çağdaş dokunuşlarla yeniden üretiliyor; böylece **zamanın döngüsü** tamamlanıyor. Saat artık yalnızca geçmişi temsil etmiyor; **geçmişle bugünü buluşturan bir miras** olarak yeniden doğuyor.

# Sürdürülebilir Saatçiliği Şekillendiren Rakamlar



Görsel: Piaget



Görsel: Cartier

## %6,8

Cartier'nin Gen Z içindeki ikinci el satış payı 2018–2025 arasında %1,7'den %6,8'e yükselerek dört kat arttı.

Chrono24 & Fratello,  
Secondary Watch Market Report (H1 2025)

## %44

Gen Z'nin dress watch satın alımları 2018–2025 döneminde %44 artarak tüm yaş grupları içinde en yüksek büyümeyi kaydetti.

Chrono24 & Fratello,  
Secondary Watch Market Report (H1 2025)

## %12

Gen Z'nin bugün satın aldığı tüm saatlerin %12'si artık dress watch kategorisine ait; en yüksek oran tüm yaş grupları içinde Gen Z'ye ait.

Chrono24 & Fratello,  
Secondary Watch Market Report (H1 2025)



## %6,6

## %4,9

Tudor ikinci elde %6,6; IWC %4,9 pazar payı artışıyla H1 2025'in en hızlı yükselen markaları oldu.

Chrono24 & Fratello,  
Secondary Watch Market Report (H1 2025)

Görsel: Tudor

# Zamanı

## Sahiplenmek

2026'da saat, artık zamanı ölçmenin değil; zamanla anlam kurmanın aracına dönüşüyor.

Koleksiyonerlik kişisel bir hikâye anlatımına, kültürel kodlar evrensel bir diyaloga dönüşüyor.

Şeffaflık, lüksün yeni vicdanı haline geliyor ve değer algısını kökten değiştiriyor.

Markalar geçmişi arşivden çıkarıp yeniden yorumlarken, kullanıcılar geleceğe yatırım yapmanın en zarif yolunu keşfediyor: zamanı korumak.

2026'nın tüm eğilimleri tek bir ortak fikre bağlanıyor: zamanı sahiplenmek.

Hikâyenin duygusu, rengin cesareti ve üretimin dürüstlüğü birleşerek yeni bir saat estetiği yaratıyor.

İkinci hayatın sürdürülebilirliği, lüks kavramına yepyeni bir anlam kazandırıyor.

Saat artık bir aksesuar değil; kimliğin, farkındalığın ve sorumluluğun bilekteki ifadesi.

Beyond O'Clock: Zamanın ötesinde, anlamın başladığı yeni bir dönem başlıyor.

# Kaynakça

## Pazar Büyüklüğü, Trendler ve Segmentler

**Mordor Intelligence.** Luxury Watch Market Forecast 2025–2030. (Lüks saat pazarının 2025–2030 CAGR, 107,59 milyar USD projeksiyonu, premium segment verileri)

**Mordor Intelligence.** Global Watch Market Report 2024–2030. (Unisex segment CAGR %6.88, pazar segment dağılımı, quartz/mechanical/digital payları)

**Fortune Business Insights.** Luxury Mechanical Watches Market (2025–2032).

(Mekanik lüks saat pazarının %12,08 CAGR ile büyüme tahmini)

**Growth Market Reports.** Independent Watchmaking Market Report (2025–2033).

(Bağımsız saatçilik pazarının 2,35 milyar USD büyüklüğü ve 7,1% CAGR verisi)

## Üniseks & Cinsiyetsiz Tasarım Trendleri

**Deloitte.** Swiss Watch Industry Study 2025.

(Unisex modellerin pazar içindeki payı, tüketici eğilimleri)

**WatchPro.** Global Watch Industry Review 2025.

(Unisex modellerin %38 pazar payına ulaşması)

**Mordor Intelligence.** Watch Market – End User Segmentation, 2025.

(Unisex segmentin 6,88% CAGR ile en hızlı büyüyen kategori olması)

## İkincil Pazar ve Gen Z Etkisi

**Chrono24 & Fratello.** Secondary Watch Market Report – H1 2025.

(Dress watch talebi, Cartier'nin Gen Z arasında 1.7% 6.8% büyümesi, pazar dağılımları)

**Fratello Watches.** "Dress Watch Trends 2018–2025", 2025.

(Gen Z'nin dress watch payı %12, kıtasal eğilimler)

## Sürdürülebilirlik & Malzeme Trendleri

**Rolex.** Rolex Sustainability Report 2024.

(Oystersteel geri dönüşüm pilotu, %35'e kadar karbon emisyonu azaltımı)

**New York Times.** "Is the Watch Industry Downplaying Its Sustainability Effort?", 2024.

(Saat şirketlerinin ESG & CSRD baskısı altındaki sürdürülebilirlik eğilimleri)

## Tasarım, Retro Estetik ve Zanaatkârlık

**GQ Magazine.** "Neo-Vintage Watch Revival", 2025.

(60'lar–90'lar etkisi, küçük kasa trendi, zanaatkârlık dönüşü)

**Hodinkee.** "The Return of Classic Dress Watches", 2025.

(Ultra-incelik, klasik proporsiyonlara dönüş, métiers d'art yükselişi)

## Kadın Koleksiyonerler, Segment Değişimi

**Bain & Company.** Luxury Watches Consumer Insight Snapshot, 2025.

(Kadın alıcıların mekanik komplikasyonlu modellere yönelimi)

**McKinsey & The Business of Fashion.** State of Fashion – Watches, 2025.

(Cinsiyet kodlarının silikleşmesi, kapsayıcı tasarım siyasi & kültürel etkileri)

Dijitalleşme, NFT Sertifikaları & Servis Ekosistemi

**Deloitte.** Swiss Watch Industry Study 2025.

(NFT sertifikaları, dijital kimlik, ikinci el şeffaflık ekosistemi)

**Watchbox Market Report, 2025.**

(Dijital sahiplik sistemlerinin pazarın güven dinamikleri üzerindeki etkisi)