TÜRKİYE'NİN TEK YAYINCILIK VE MEDYA TEKNOLOJİLERİ FUARI

Yayıncılık ve Medya Dünyası BROADCASTEX 2026'da İstanbul'da Buluştu!

Expotime Fuarcılık organizasyonuyla 22–25 Ekim 2026 tarihlerinde İstanbul Yenikapı Fuar Merkezi'nde gerçekleştirilen BROADCASTEX 2026; yayıncılık, medya, film prodüksiyon, fotoğraf ve görüntüleme teknolojileri alanındaki sektör profesyonellerini bir araya getirdi. 120 Firma 200 Marka ile açılışın ardından ilk gün fuar ziyaretçi akınına uğradı, ikinci günü olmasına rağmen 3 binin üzerinde profesyonel ziyaretçinin ağırlandığı bildirildi.

Expotime Fuarcılık organizasyonuyla 22–25 Ekim 2026 tarihlerinde İstanbul Yenikapı Fuar Merkezi'nde kapılarını açan BROADCASTEX 2026 – Radyo & Televizyon, Dijital Yayıncılık Ekipmanları, Film Prodüksiyon, Fotoğraf ve Kamera Teknolojileri Fuarı, yayıncılık ve medya teknolojileri sektörünün önde gelen firmalarını, markalarını, profesyonellerini ve karar vericilerini aynı çatı altında buluşturdu.

120 firma ve 200 markanın yer aldığı organizasyon, açılış gününden itibaren sektör temsilcilerinin yoğun ilgisiyle karşılaştı. Fuarın ikinci gününde 3 binin üzerinde profesyonel ziyaretçinin ağırlanması, yayıncılık ve medya teknolojileri alanında böylesine kapsamlı bir buluşmaya duyulan ilgiyi ortaya koydu.

Televizyon ve radyo yayıncılığından dijital medya teknolojilerine, film prodüksiyonundan profesyonel fotoğrafçılığa, kamera ve görüntüleme sistemlerinden ses, ışık ve stüdyo ekipmanlarına kadar geniş bir ürün ve teknoloji yelpazesini bir araya getiren BROADCASTEX 2026, sektörün yeniliklerinin tanıtıldığı ve yeni iş birliklerinin değerlendirildiği önemli bir platform olarak öne çıktı.

Türkiye'nin farklı bölgelerinden ve yurt dışından gelen sektör profesyonelleri, fuar kapsamında yeni teknolojileri yakından inceleme, üretici ve distribütör firmalarla doğrudan iletişim kurma ve yeni ticari bağlantılar geliştirme fırsatı buldu.

Sektörün Uzun Zamandır İhtiyaç Duyduğu Buluşmayı Gerçekleştiriyor

Türkiye'nin yayıncılık ve medya teknolojileri alanındaki güçlü üretim, dağıtım ve teknoloji altyapısını aynı organizasyonda buluşturan BROADCASTEX 2026, sektörün uzun zamandır ihtiyaç duyduğu kapsamlı ve sürdürülebilir ihtisas fuarı platformunun oluşturulması açısından önemli bir adım oldu.

Yayıncılık, yeni medya, prodüksiyon, fotoğrafçılık ve görüntüleme teknolojileri alanlarında faaliyet gösteren firmalar ile uluslararası markaların bir araya gelmesi,

sektörün ticari potansiyelinin ve teknolojik gelişim kapasitesinin daha geniş kitlelere ulaşmasına katkı sağladı.

BROADCASTEX'in yalnızca dört günlük bir ticari organizasyon olmanın ötesinde, sektör temsilcilerinin her yıl İstanbul'da bir araya geleceği, yeni teknolojilerin tanıtılacağı ve uluslararası iş birliklerinin gelişeceği güçlü bir buluşma platformuna dönüşmesi hedefleniyor. Bu doğrultuda BROADCASTEX 2027 organizasyonu için hazırlık çalışmalarına da başlandı.

İstanbul'un stratejik konumu, fuarın uluslararası ölçekte büyümesi açısından önemli fırsatlar sunuyor. Balkanlar, Orta Doğu, Kuzey Afrika, Kafkasya ve Orta Asya pazarlarına yakınlığıyla dikkat çeken İstanbul, BROADCASTEX'in Türkiye'nin yanı sıra çevre ülkelerdeki yayıncılık ve medya profesyonelleri için de önemli bir ticaret ve teknoloji merkezi haline gelmesine katkı sağlıyor.

Fuar kapsamında katılımcı firmaların yeni müşterilerle tanışması, farklı pazarlara ulaşması ve somut ticari bağlantılar geliştirmesi ön plana çıkarken, sektörün teknolojik dönüşümüne yönelik bilgi paylaşımı da organizasyonun önemli unsurları arasında yer aldı.

Özellikle yapay zekâ, yeni medya teknolojileri, dijital içerik üretimi ve yayıncılığın geleceği üzerine gerçekleştirilen konferanslar, sunumlar ve workshoplar, sektör profesyonelleri ile içerik üreticilerinden ilgi gördü. Katılımcılar, profesyonel ekipmanları inceleme fırsatının yanı sıra alanında uzman konuşmacıların bilgi ve deneyimlerinden yararlanarak sektördeki güncel gelişmeleri değerlendirme imkânı buldu.

25 Binin Üzerinde Profesyonel Ziyaretçi Hedefleniyor

BROADCASTEX 2026 kapsamında Türkiye genelindeki meslek odaları, sektör dernekleri, üniversiteler, medya kuruluşları ve sivil toplum kuruluşlarıyla yürütülen ziyaretçi çalışmaları, organizasyonun geniş bir profesyonel kitleye ulaşmasını amaçladı.

Aynı zamanda farklı ülkelerden sektör temsilcilerinin İstanbul'a katılımını artırmaya yönelik uluslararası tanıtım ve ziyaretçi organizasyonlarıyla fuarın bölgesel ölçekteki ticari etkisinin güçlendirilmesi hedeflendi.

Dört günlük organizasyon boyunca 25 binin üzerinde profesyonel ziyaretçinin ağırlanması hedeflenirken, fuarın başarısında yalnızca ziyaretçi sayısının değil, ziyaretçilerin sektörel niteliğinin ve gerçekleştirilen ticari görüşmelerin de önemli olduğu vurgulandı.

Bu kapsamda üretici firmalar, distribütörler, ithalatçılar, yayın kuruluşları, prodüksiyon şirketleri, televizyon ve radyo temsilcileri, fotoğrafçılık profesyonelleri, teknoloji sağlayıcıları ve satın alma yetkililerinin doğrudan bir araya gelmesine yönelik çalışmalar ön plana çıktı.

BROADCASTEX 2026'nın temel hedeflerinden biri, doğru ziyaretçiyi doğru katılımcı firmayla buluşturarak gerçekleştirilen görüşmelerin kalıcı ticari ilişkilere ve yeni iş birliklerine dönüşmesini sağlamak oldu.

Organizasyon, üniversitelerin ilgili bölümlerinden öğrenciler, akademisyenler ve geleceğin medya profesyonelleri için de önemli bir bilgi ve deneyim paylaşım ortamı sundu. Fuar programında yer alan konferanslar, paneller ve uygulamalı workshoplarla yayıncılık ve medya teknolojilerinin geleceği, sektördeki dijital dönüşüm ve yeni nesil üretim süreçleri ele alındı.

Sektörün önde gelen firmalarını, uluslararası markalarını, teknoloji uzmanlarını ve profesyonel ziyaretçilerini İstanbul'da buluşturan BROADCASTEX 2026, Türkiye'nin yayıncılık ve medya teknolojileri alanındaki potansiyelinin uluslararası pazarlara tanıtılmasına katkı sağlayan önemli bir organizasyon olarak dikkat çekti.

22–25 Ekim 2026 tarihleri arasında İstanbul Yenikapı Fuar Merkezi'nde düzenlenen BROADCASTEX 2026, sektörün yeni teknolojilerle buluşmasına, ticari ilişkilerin geliştirilmesine ve İstanbul'un bölgesel yayıncılık ve medya teknolojileri merkezi olarak konumlandırılmasına yönelik hedefleriyle öne çıktı.