

ALTINCI YAYIM

# İSTANBUL ANA CADDELERİ

BİR CUSHMAN & WAKEFIELD  
ARAŞTIRMA YAYINIDIR

MART 2020



# İÇİNDEKİLER

GİRİŞ	02
YÖNETİCİ ÖZETİ	03
İSTİKLAL CADDESİ	07
BAĞDAT CADDESİ	09
NİŞANTAŞI BÖLGESİ	13
SONUÇ	17



# GİRİŞ

Cushman & Wakefield, İstanbul Alışveriş Caddeleri raporunun altıncı yayımını sunmaktan memnuniyet duyar.

İstanbul alışveriş caddelerinde perakende pazarı dinamiklerini anlamak amacıyla şehrin en gözde üç ana caddesi için seçilmiş gösterge ve parametreler yıllık bazda analiz edilmiş olup, sonuçlar bir önceki yılın aynı dönemine göre karşılaştırılarak alışveriş caddelerindeki genel perakende eğilim ve dinamiklerini yansıtmak için yorumlanmıştır. Seçilen gösterge ve parametreler; perakende arzı, yıllık kiralama hacmi, gerçekleşen yeni perakendeci girişleri, perakende kategori ayrımları, ulusal/uluslararası markalar açısından perakende değişimleri ve cadde yaya trafiği sayımları olmaktadır. İstanbul'daki başlıca ana caddelerin özellikleri yandaki gibidir:

01

Avrupa Yakası'ndaki İstiklal Caddesi, İstanbul'un en ünlü ana alışveriş caddesi olmakla beraber yayalaştırılmış en işlek caddesi olup, çok sayıda ulusal ve uluslararası perakendecilerin yanı sıra kültürel ve tarihi eserlere, müze, tiyatro, restoran ve elçiliklere ev sahipliği yapmaktadır.

02

Avrupa Yakası'ndaki bir diğer gözde ana alışveriş yeri olan Nişantaşı bölgesi ise Rumeli, Teşvikiye, Vali Konağı ve Abdi İpekçi olmak üzere dört ana caddeden oluşmaktadır. Nişantaşı hem ulusal hem de uluslararası lüks markaların başlıca merkez bölgesi olmakla beraber bünyesindeki ünlü restaurant ve kafeleri ile de oldukça popüler bir alışveriş bölgesidir.

03

Anadolu Yakası'ndaki Bağdat Caddesi, İstanbul'un en gözde diğer ana caddelerinin arasında en uzun ve çevre nüfusun gelir seviyesinin en yüksek olduğu cadde olmasıyla birlikte, lüks ve üst segment markaların yanı sıra çok katlı mağazacılığın da yer aldığı geniş yelpazede ulusal ve uluslararası markalara ev sahipliği yapmaktadır.

# YÖNETİCİ ÖZETİ

● 2019 yılında, geçen yıla kıyasla hava koşullarının mevsim normallerinin çok üzerinde seyretmesinin yarattığı olumlu etki doğrultusunda yaya trafiği hem hafta içi hem de hafta sonu her üç cadde de ciddi artış göstermiştir. Hafta içi yaya trafiği, İstiklal Caddesi ve Nişantaşı Bölgesi'nde geçen yıla göre %50'den fazla artış gösterirken, Bağdat Caddesi'nde 2,5 katına çıkmıştır. Hafta sonu yaya trafiğine bakıldığında ise, İstiklal Caddesi'nde 2 katına çıkan bir artış gözlemlenirken, Nişantaşı Bölgesi'nde aynı şekilde %75 oranında ciddi bir artış kaydedilmiştir, ancak Bağdat Caddesi'nde %26'lık bir oran ile diğerlerine kıyasla daha az bir yükselme meydana gelmiştir.

● Yaya trafiğinde görülen bu ciddi artış oranlarına yılın son çeyreğinde süregelen iyi hava koşulları en büyük etken olmuştur. Bununla birlikte, perakende satış endeksleri, çalışmanın yapıldığı dönemde bir önceki yılın aynı ayına (%5,9) göre artış gösterdiği göz önüne alındığında, endeksin aynı seviyelerde kalmaya devam etmesiyle henüz yaya trafiğindeki artışın getirdiği bir sonuç olarak yansımadağı görülmektedir.

● 2018 yılında tüm caddeler toplamında 60 olan kentsel yenileme çalışması, 2019 senesinde 73'e çıkmıştır.

● 2018 senesi itibari ile yine tüm caddeler toplamında boş olan 103 mağazanın 45 tanesi 2019 itibariyle kiralanabilmiştir.

● Kiralama işlem sayısı bu yıl artış gösterdi: üç ana cadde toplamında, 2016 yılında 105, 2017 yılında 109 kiralama işlemi, 2018 yılında 139 kiralama işlemi ve 2019 yılında ise 112 kiralama işlemi gerçekleşmiştir.

● 2018 yılında gerçekleşen yeni kiralama işlemlerinin %35'i giyim ve ayakkabı sektörüne aitken, 2019 yılında bu oran işlemlerin %32'sine denk gelirken, yeme-içme kategorisi geçen yıla göre artış göstererek en çok işlem gören sektör olup kiralama işlemlerinin %33'ü olarak gerçekleşmiştir.

● 2018 yılında 164 mağazada faaliyet gösteren uluslararası marka sayısı, 2019 yılı itibariyle benzer seviyelerde kaydedilmiş olup 165'e yükselmiştir.

““

**İSTİKLAL POPÜLER GÜNLERİNE  
DÖNMEYE ÇALIŞIRKEN,  
BAĞDAT VE NİŞANTAŞI İSE UMUT  
VERMEYE DEVAM EDİYOR...**

İstanbul'un en ön planda olan üç alışveriş caddesinin durum tespitini yaparken ve önümüzdeki dönemlerdeki performansını öngörmeye çalışırken, göz önünde bulundurulmuş parametreler; geçtiğimiz yıldan itibaren etkisini gösteren ekonomik dalgalanmalar dolayısıyla perakendecilerin üzerinde devam eden baskı, yıllar içinde caddelerdeki ziyaretçi sayısı ve profilinin değişkenliklerinin yanı sıra dijitalleşmenin perakende üzerindeki etkisi göz önünde bulundurulmalıdır.

**Bahsedilen belirleyicilerin doğrultusunda, geçen yılın aynı dönemine göre hazırlanan çalışma sonucunda toplanan veriler ile:**

- İstiklal Caddesi, gerek ziyaretçi sayısındaki artış gerekse boş mağaza sayısının geçtiğimiz yıla oranla azalması ile geçtiğimiz dönemlere göre incelendiğinde her ne kadar eski popülerliğini yakalaması adına hala zamana ihtiyaç duysa da, caddeye olan ilgi canlanmaya artarak devam etmektedir.
- Bu bağlamda toparlanma sinyalleri gösteren İstiklal Caddesi'ndeki bu gelişime yönelik en itici güç, geçtiğimiz yıla kıyasla perakendeci yapısının giderek caddenin sosyalleşebilme yönünde hizmet eden bir yapıya evriliyor olmasıdır.



Yaya trafiği hava koşullarının da olumlu etkisiyle üç ana caddede de önemli ölçüde arttı.



Kentsel yenileme çalışmalarının yoğunluğunda beklenen azalma bu yıl kaydedilmedi.



Yeme - içme sektörüne olan ilgi tekrar ivme kazanmış olup giyim ve ayakkabı sektörüne olan ilgi de geçen yıl olduğu gibi devam etmiştir.



2018 yılında boş olan mağazaların %44'ü kiralandı.



Perakendede ulusal markalar bu yıl da ağırlığını korumaya devam etmektedir.



Kiralama işlem hacmi metrekare bazında geçen seneye göre azalmış olsa da son beş yıldır benzer seviyelerdedir.

- Bunlara ek olarak, önümüzdeki dönemlerde, önemli yerli ve yabancı firmaların caddede mağaza yatırımlarına başlayacakları göz önüne alındığında caddenin orta vadede daha hızlı toparlanması beklenmektedir. Aynı doğrultuda, kentsel yenileme çalışmalarının İstiklal Caddesi için azalması, perakendeci yapısının turist profilinden kaynaklı keskin değişimindeki yumuşamasının yanı sıra, güvenlik problemlerinin ve yarattığı önyargının geçtiğimiz yıllara kıyasla asgari seviyeye inmesi de toparlanmaya işaret eden faktörlere yardımcı olmaktadır.

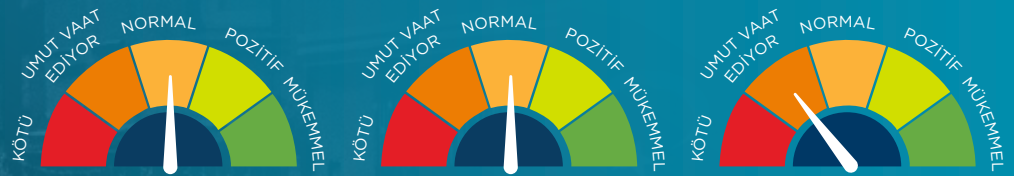
- Bağdat Caddesi ve Nişantaşı Bölgesi'nde ise, kentsel yenileme çalışmalarının geçen yıla kıyasla az bir oranda artmasına rağmen, ortaya çıkan yüksek yaya trafiğine ve yeme-içme sektörüne olan ilginin tekrar canlanması doğrultusunda her iki ana caddenin de sosyalleşebilme yönünde tercih edildiği göz önüne alındığında, bu iki bölge beklentiler yönünde daha hızlı toparlanarak umut vermeye devam edecek güçtedirler.

- Her iki bölge için de, ziyaretçi yöneliminin sadece alışveriş yönünde olmaması eğilimi devamlılığını korumaktadır. Ziyaretçilerin bu caddeler de haftasonu ve iş çıkışlarında gösterdiği yoğun ilgi, yeme-içme sektörüne olan ilginin artarak geçtiğimiz yıllardaki ivmeyi tekrar kazanması ile; bu bölgelerde beklenen büyümeyi yakalaması adına yön vermektedir.

# CADDE - METRE

	İSTİKLAL CADDESİ		BAĞDAT CADDESİ		NİŞANTAŞI BÖLGESİ	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Tahmini ziyaretçi sayısı <b>hafta içi</b> (günlük '000)	119 ▲	183	25 ▲	63	47 ▲	71
Tahmini ziyaretçi sayısı <b>hafta sonu</b> (günlük '000)	190 ▲	390	58 ▲	73	52 ▲	92
Toplam arz (#)	271 ▼	263	343 =	341	386 =	381
Toplam arz ('000 m <sup>2</sup> )	71 ▲	75	86 =	85	53 =	53
Boş mağaza (#)	18 ▼	11	55 ▼	50	29 ▼	24
Boşluk oranı (%)	7 ▼	5	23 ▼	19	7 =	7
İnşaat halindeki bina (‘000 m <sup>2</sup> )	10 ▼	4	21 ▲	22	5 =	5
Kiralama işlem hacmi (#)	35 ▼	28	54 ▼	47	50 ▼	37
Kiralama işlem hacmi (‘000 m <sup>2</sup> )	7 ▲	9	8 =	8	5 ▼	4
Kiralanan alan ortalama büyüklüğü ('000 m <sup>2</sup> )	197 ▲	307	153 ▲	165	102 ▲	119

- ▲ pozitif durum
- ▼ negatif durum
- = nötr durum



\* Cushman & Wakefield Türkiye Modelidir. Hesaplama detayları için en arka sayfaya bakınız.

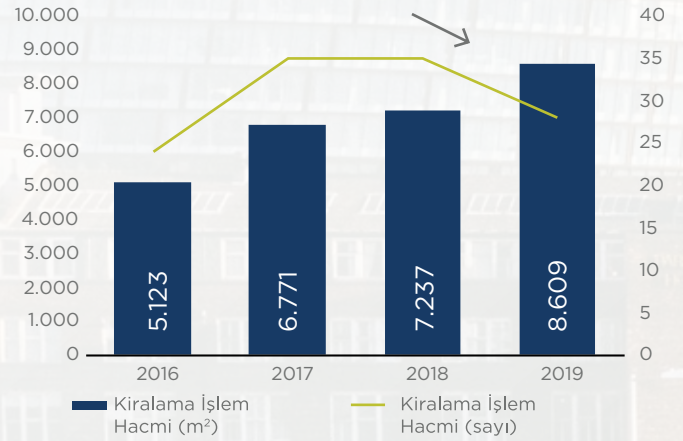
# İSTİKLAL CADDESİ

**İstanbul'un en önemli kültür, turizm ve ticaret merkezlerinden biri olmaya devam eden İstiklal Caddesi, perakendeci yapısının giderek caddenin ziyaretçi yoğunluğuna hizmet etmeye yönelik gelişmekte ve sosyalleşebilme adına alternatif oluşturmasının yanı sıra yerli ve yabancı perakendeci talebinin önümüzdeki dönemlerde artacağı beklentilerine ek olarak caddede kentsel yenileme çalışmalarının yoğunluğunun giderek azalması ve geçtiğimiz yıllara oranla minimuma inen güvenliğe bağlı önyargı ile orta vadede eski popülerliğini yakalayacağı yönünde güçlü sinyaller vermektedir.**

Ana caddeler içerisinde en kalabalık cadde olma özelliğini sürdüren İstiklal Caddesi, hava koşullarının normallerin oldukça üzerinde seyretmesinin yarattığı büyük etkiyle, yaya trafiği 2019'da hem hafta içi hem de hafta sonu olmak üzere oldukça belirgin bir yükseliş göstererek, hafta içi %50 artış, hafta sonu ise 2 katına çıkan bir ivme yakalanmıştır.

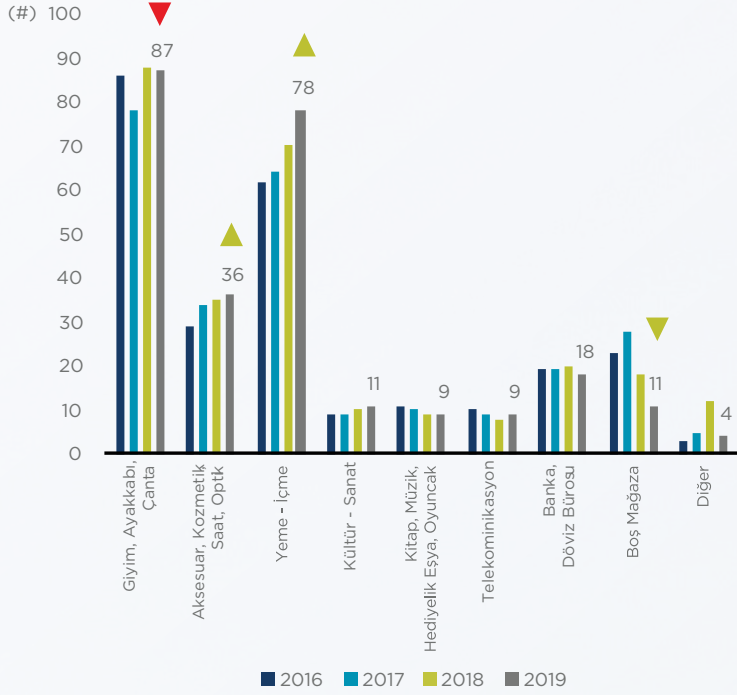
İlginin giderek yükseldiği yeme-içme sektörüne paralel olarak 2019 yılı itibariyle özellikle bu kategorideki mağaza sayılarında artış kaydedilen İstiklal Caddesi'nde, aksesuar ve kozmetik kategorisinde de artış gözlemlenirken, giyim ve ayakkabı kategorisinde geçtiğimiz yıla kıyasla düşüş meydana gelmiştir. 2018 yılındaki boş 18 mağazanın, 2019 yılı itibariyle 6 tanesi kiralanabilmiştir.

İstiklal Caddesi'nde, kiralama işlem hacmi; metrekare bazında bir önceki yıla göre artış gösterirken, sayı bazına göre incelendiğinde düşüş göstermiş olsa da, önceki yıllarda kaydedilen benzer seviyelerde seyretmiş olmasının yanı sıra, boş mağaza sayısı ve boşluk oranı da azalma eğilimini bu yılda sürmeye devam etmiştir. Cadde üzerinde, 2019 yılında toplam 28 kiralama işlemi gerçekleşirken, boş mağaza sayısı da 11 olmuştur.



Son bir yıl içinde incelenen kiralama işlemlerinin neredeyse tamamının yeni kiralamaların oluşturduğu İstiklal Caddesi'nde 28 işlemin 13'ü yeme-içme (en büyüğü Starbucks olmak üzere, Caffè Nero, Espresso Lab, Viyana Kahvesi, vb), 8'i giyim ve ayakkabı (en büyükleri; Boyner, Defacto ve Özlenir olmak üzere, Yargıcı, U.S. Polo, Suwen, D'S Damat, vb), 4'ü kozmetik (Ray-Ban, Gratis, Golden Rose, vb) kategorilerine ait markalar olmuştur.





▲ Olumlu anlamda artış ya da azalış ▼ Olumsuz anlamda artış ya da azalış

2018-2019 arasında İstiklal Caddesi'den 10'u giyim ve ayakkabı, 5'i de yeme-içme markası olan toplam 20 marka çıkış yapmıştır. The House Cafe, Borsa Lokantası, İnci, Kemal Tanca gibi ulusal markalar çıkış yaparken, geçtiğimiz yıla göre kıyaslandığında uluslararası marka çıkışında azalma gözlemlenmiştir. Bununla birlikte, bir önceki yıla göre cadde üzerinde aynı şekilde ulusal markalar ağırlığını korusa da, yukarıda bahsi geçen birtakım uluslararası markalar da giriş yapmıştır.

İstiklal Caddesi'nde, özellikle bu yıl kaydedilen yoğun yaya trafiği, boş mağaza sayısının son üç yıldır giderek azalması ve beraberinde kentsel yenileme çalışmalarının yoğunluğunun bu sene itibariyle metrekare bazında düşmesinin de yarattığı olumlu tablo ile geçen yıl üzerinde durulan Atatürk Kültür Merkezi projesinin de orta vadede tamamlanacak olması da İstiklal Caddesi'nin ve civar bölgesinin yaratacağı cazibe adına oldukça katkı sağlayacaktır.

Kantitatif veriler doğrultusunda ise kiralama işlem hacminin sayı bazında düşüş göstermesi bahsedilen olumlu gelişmeler ile kıyaslandığında düzleşme sinyallerinin, orta vadede etkisini göstermesi beklenmektedir. Dolayısıyla, İstiklal Caddesi'nin popüler günlerine dönmesi her ne kadar olası olsa da, hala zamana ihtiyacı vardır.

## CADDE - METRE

### İSTİKLAL CADDESİ

	2016	2017	2018	2019
Tahmini ziyaretçi sayısı <b>hafta içi</b> (günlük '000)	126 ▼	112 ▲	119 ▲	183 ▲
Tahmini ziyaretçi sayısı <b>hafta sonu</b> (günlük '000)	201 ▼	179 ▲	190 ▲	390 ▲
Toplam arz (#)	253 ▲	260 ▲	271 ▼	263
Toplam arz ('000 m <sup>2</sup> )	62 ▲	67 ▲	71 ▲	75
Boş mağaza (#)	23 ▲	28 ▼	18 ▼	11
Boşluk oranı (alan büyüklüğü %)	9 =	10 =	7 ▼	5
İnşaat halindeki bina ('000 m <sup>2</sup> )	6 ▲	14 =	10 ▼	4
Kiralama işlem hacmi (#)	24 ▲	35 =	35 ▼	28
Kiralama işlem hacmi ('000 m <sup>2</sup> )	5 ▲	7 =	7 ▲	9
Kiralanan alan ortalama büyüklüğü (m <sup>2</sup> )	213 =	218 ▼	197 ▲	307

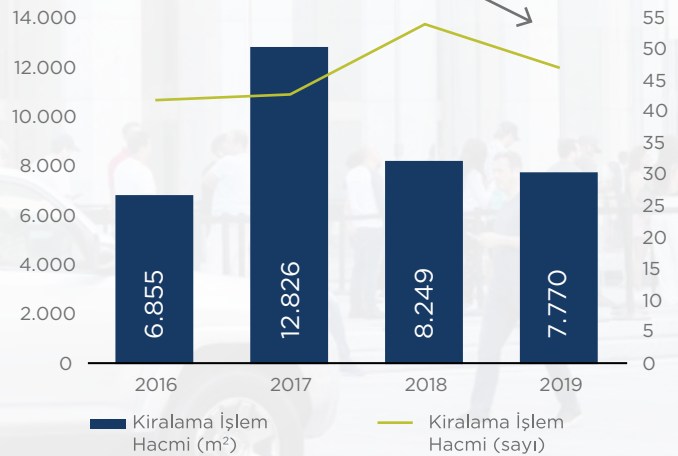
▲ ▼ pozitif durum ▲ ▼ negatif durum = nötr durum

# BAĞDAT CADDESİ

Anadolu Yakası'nın hem en gözde caddesi hem de ana perakende merkezi olan Bağdat Caddesi, İstanbul'un en uzun alışveriş caddesi olma özelliğine sahiptir. 2019 yılında bir önceki yıla göre benzer seviyede kaydedilen perakende arz sayısı 341 olan caddede, kentsel yenileme çalışmaları alışveriş caddeleri arasında en yoğun seyretmeye devam ederken bu yıl, sayı metrekare bazında az da olsa artış göstermiştir.

Bağdat Caddesi'nde, boş mağaza sayısı bu yıl da düşüş göstermiş olup son üç yıldır azalmaya devam ederken, 2018'de 42 adet olan kentsel yenileme proje sayısı 2019'da 44 adet seviyesinde seyretmiştir. 2019 yılında İstanbul'un tüm gözde alışveriş caddeleri için söylenebilecek en çarpıcı gelişme olan iyi hava koşullarının yarattığı büyük etkiyle sıçrama gösteren yaya trafiğinin bir sonucu olarak, Bağdat Caddesi'nde de tahmin edilen ortalama ziyaretçi sayısı bir önceki yıla göre, hafta içi 2,5 katına çıkarken, hafta sonu ise %26'lık bir artış oranı ile diğer caddelere göre daha az bir yükselme kaydetmiştir.

2019 yılında yükselişte olan yeme-içme sektörü Bağdat Caddesi'nde de etkisini göstermiş olup, bu kategorideki mağaza sayısında artış kaydedilmiştir. Halihazırda olan perakende mağaza dağılımının da görüleceği üzere artış gösteren kategorilerde aksesuar ve kozmetik ile ev eşyası ve dekorasyon sektörü de yerini alırken, giyim ve ayakkabı kategorisi önceki yıllarda yakaladığı ivmeyi devam ettirememiş olup az da olsa düşüş göstermiştir. Genel olarak bakıldığında ise caddedeki mağaza sayıları geçen yıla benzer seviyelerde kaydedilmiştir.



Bağdat Caddesi'nde, 2019 yılında kiralama işlem sayısında düşüş kaydedilse de, metrekare bazındaki kiralama işlemlerinin toplamı bir önceki yıla benzer seviyelerde kaydedilmiştir. 2018 yılına kıyasla, metrekare bazında benzer bir seviyenin yakalanması; işlemlerin daha az ancak kiralanılan alanların daha büyük metrekareler olmasından kaynaklıdır. Kaydedilen bu işlemlerin %30'undan



fazlası yer değiştirme projesi işlemleri olup, bu yeni kiralama işlemi türünde kaydedilen bu oran sadece Bağdat Caddesi özelinde görülmektedir.

Toplamda gerçekleşen 47 kiralama işleminin 16'sı yeme-içme kategorisinden olurken, giyim ve ayakkabı kategorisi 10 işlemlerle bu sıralamayı takip etmiştir. Kaydedilen bu yeni kiralama işlemlerinin 39'u yeni giriş (en büyüğü Benetton olmak üzere; Calzedonia, Nine West, Kahve Dünyası, vb.), 8'i yer değiştirme (en büyüğü Denizbank olmak üzere; Skechers, İpekyol, ETS Tur, Tozz Shop) şeklinde gerçekleşmiştir. 2018 yılındaki boş 55 mağazanın 2019 yılı itibarıyla %44'ü kiralanmıştır.



## CADDE - METRE

### BAĞDAT CADDESİ

	2016	2017	2018	2019
Tahmini ziyaretçi sayısı <b>hafta içi</b> (günlük '000)	33 ▼	24 =	25 ▲	63
Tahmini ziyaretçi sayısı <b>hafta sonu</b> (günlük '000)	56 ▼	41 ▲	58 ▲	73
Toplam arz (#)	332 ▲	338 ▲	343 =	341
Toplam arz ('000 m <sup>2</sup> )	75 ▲	80 ▲	86 ▼	85
Boş mağaza (#)	42 ▲	59 ▼	55 ▼	50
Boşluk oranı (alan büyüklüğü %)	21 =	23 =	23 ▼	19
İnşaat halindeki bina ('000 m <sup>2</sup> )	18 ▲	27 ▲	21 =	22
Kiralama işlem hacmi (#)	42 =	43 ▲	54 ▼	47
Kiralama işlem hacmi ('000 m <sup>2</sup> )	7 ▲	13 ▼	8 =	8
Kiralanan alan ortalama büyüklüğü (m <sup>2</sup> )	163 ▲	298 ▼	153 ▲	165

▲ pozitif durum ▼ negatif durum = nötr durum



Bunların yanı sıra, caddeden 2018-2019 arasında toplamda 35 marka çıkış yaparken, en çok giriş yapan yeme-içme kategorisi, aynı zamanda 11 adet ile en çok çıkış yapan markalara (Alaçatı Muhallebici, Robert's Coffee, Komşu Fırın, vb.) ait kategori de olmuştur. Giyim ve ayakkabı kategorisi 9 adet çıkış yapan marka (Louis Vuitton, Massimo Dutti, Aldo, Roman, eksilen mağaza sayısı ile Damat, vb.) ile ikinci sırada yerini almıştır. Swatch, Atasay, Bobbi Brown gibi 6'sı kozmetik ve aksesuar sektörüne ait olan kategori de sıralamayı takip etmiştir. Çıkış yapan yeme-içme markalarının yerine çoğunlukla yine aynı sektörden Petit Bain, Elliotte gibi markalar gelirken bir kısmı da boş mağaza konumundadır. Giyim ve ayakkabı kategorisinden çıkış yapan markalar için de yine giriş yapan markalar (Nine West, Calzedonia vb.) aynı kategoriden olurken yine aynı şekilde kalan kısmının büyük çoğunluğu boş mağaza konumundadır. 2018 yılında boş konumda olan mağazalara 2019 yılında; büyük çoğunlukla yeme-içme (Kahve Dünyası, Tusa & Co, Burger@, vb.) giyim ve ayakkabı (Benetton, Skechers, vb.) ile kozmetik ve aksesuar (Inglot, Cassandra vb.) kategorilerinden giriş yapılmıştır. Cadde üzerindeki önemli çıkışlar; Louis Vuitton ve Samsung gibi markalar olmuştur.

Bağdat Caddesi üzerinde 2019 yılında lüks marka sayısı 35 mağaza ile bir önceki yıla göre benzer seviyelerde kaydedilmiş olup, uluslararası marka sayısı ise artış kaydederek 60'tan 64'e yükselmiştir.

Kiralama işlem sayısının düşmesine ve inşaat halindeki binaların yoğunluğunun az da olsa artışına rağmen, Bağdat Caddesi; azalışını sürdürmeye devam eden boş mağaza sayısı ve bu yıl özellikle vurgulanması gereken iyi hava koşullarına bağlı oldukça yüksek hafta içi ve hafta sonu yaya trafiği ile, umut vermeye devam etmektedir.

Uluslararası markaların az da olsa artış göstermesi de bu düzelmeye devamlılığı yönünden olumlu sinyaller vermektedir. Bununla birlikte, yükselişte olan yeme-içme sektörünün aynı paralellikte Bağdat Caddesi'nin de bu trendi yakalaması ile alışveriş rutininin yanı sıra sosyalleşme alanında aynı şekilde tercih edilen bir bölge olmasından ötürü, caddede öngörülen ivmelenme sağlanacaktır. Ek olarak; kira seviyelerinin, yürürlüğe giren Türk Lirası anlaşması ve mal sahibi üzerindeki süregelen kullanıcı talebi baskısı ile düşüş beklentisi de aynı şekilde perakedeci talebi açısından caddeye katkı sağlayacaktır.



# NİŞANTAŞI BÖLGESİ

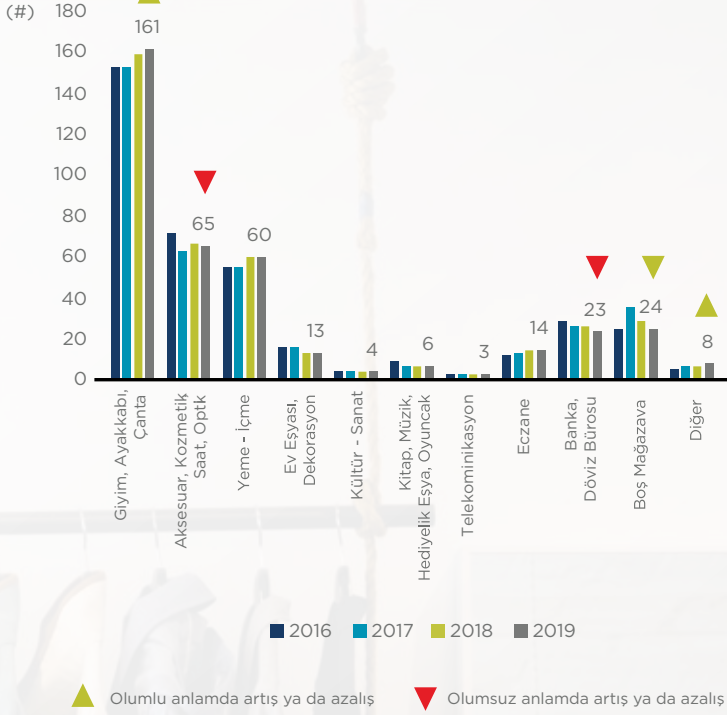
Avrupa Yakası ve İstanbul'un en önemli lüks perakende merkezi olan Nişantaşı Bölgesi, üst segmentte çok sayıda uluslararası ve ulusal markaya ev sahipliği yapmaktadır. Alışveriş yönünden güçlü dört caddeyi bünyesinde barındıran bölgede, en büyük ve fazla sayıda lüks marka Abdi İpekçi Caddesi'nde yer almaktadır. 2019 yılında yaya trafiğinin dramatik yükselişi eğilimi Nişantaşı Bölgesi'nde de etkisini gösterirken, hafta içi %50'den fazla, hafta sonu ise %75'ten fazla artış kaydedilmiştir. Kentsel yenileme çalışmalarının yoğunluğunun seviyesinde ise bir önceki yıla göre bakıldığında değişim saptanmamıştır.

Nişantaşı Bölgesi'nde, tüm kategoriler incelendiğinde sektör dağılımında önemli bir farklılık görülmezken, geçen yıla kıyasla mağaza sayısında en fazla artış, az bir oranda da olsa giyim ve ayakkabı kategorisinde görülmüştür. Yeme-içme sektörüne ait mağaza sayısındaki yükselme eğilimi, diğer iki ana caddelere kıyasla Nişantaşı Bölgesi'nde ön plana çıkmamıştır. Bununla birlikte, kozmetik ve aksesuar kategorisinde ise küçük bir gerileme meydana gelmiştir.

Perakende arzı az bir düşüş göstererek 381 mağaza olarak kaydedilen Nişantaşı Bölgesi'nde, boş mağaza sayısı 2019 yılında da azalmasını sürdürerek son üç yıldır devam eden düşüş eğilimini korumuştur. Bununla birlikte, geçtiğimiz yıl boş olan 29 mağazanın %50'den fazlası kiralanmıştır. Kiralama hacmi sayı ve metrekare bazında azalma gösterse de, önceki yıllarda ulaştığı seviyelerde seyrettiği gözlenmektedir. Bir önceki yıla kıyasla kiralama işlem sayılarında kaydedilen düşüşün temel sebebi, 2018 yılında gerçekleşen işlemlerin çok sayıda ancak küçük metrekarelerden oluşmasından kaynaklı olduğunu söylenebilir. Ek olarak inşaat halindeki binaların



Teşvikiye ve Rumeli Caddesi'nde azalmasına karşın bölge genelinde kentsel çalışmaların yoğunluk derecesi geçtiğimiz yıla göre benzer seviyelerde seyretmiştir.



2018-2019 içerisinde toplamda 37 kiralama işlemi, 14'ü Abdi İpekçi'de, 10'u Vali Konağı'nda, 7'si Rumeli Caddesi'nde ve 6'sı Teşvikiye'de olmak üzere gerçekleşmiştir. Özellikle Vali Konağı'ndaki kiralama işlem sayıları geçtiğimiz yıla göre oldukça artarken aynı oranda, sırasıyla Teşvikiye ve Rumeli caddelerinde ise azalma meydana gelmiştir.

Toplamda gerçekleşen kira işlemlerinin %40'tan fazlası (15 adet) giyim ve ayakkabı kategorisinden markalar (The All Brands, Punto, Roman, vb.) olup, ikinci sırayı 8 adet işlem ile yeme-içme sektöründen markalar (Big Mamma's, Hıref Cafe, Caffè Nero'nun yer değiştirmesi, vb.) alırken, 7 adet işlemle onu kozmetik ve aksesuar kategorisinden markalar (Atasay, Pandora, vb.) takip etmiştir. Çıkış yapan



## CADDE - METRE

### NİŞANTAŞI BÖLGESİ

	2016	2017	2018	2019
Tahmini ziyaretçi sayısı <b>hafta içi</b> (günlük '000)	46 ▼	37 ▲	47 ▲	71 ▲
Tahmini ziyaretçi sayısı <b>hafta sonu</b> (günlük '000)	46 ▲	51 =	52 ▲	92 ▲
Toplam arz (#)	380 =	380 ▲	386 ▼	381 ▼
Toplam arz ('000 m <sup>2</sup> )	59 =	55 =	53 =	53 =
Boş mağaza (#)	25 ▲	35 ▼	29 ▼	24 ▼
Boşluk oranı (alan büyüklüğü %)	12 =	11 =	7 =	7 =
İnşaat halindeki bina ('000 m <sup>2</sup> )	0.4 ▲	5 =	5 =	5 =
Kiralama işlem hacmi (#)	39 ▼	31 ▲	50 ▼	37 ▼
Kiralama işlem hacmi ('000 m <sup>2</sup> )	5 =	4 =	5 =	4 =
Kiralanan alan ortalama büyüklüğü (m <sup>2</sup> )	124 ▲	140 ▼	102 ▲	119 ▲

▲ ▼ pozitif durum ▲ ▼ negatif durum = nötr durum



kategorilerde ise ilk sırayı aynı şekilde giyim ve ayakkabı (9 adet) sektöründen markalar (Tom Ford, Moccasini, Faruk Saraç, Cengiz Abazoğlu, vb.) alırken, sıralama 6 adet yeme-içme markası (McDonald's, Krispy Kreme, Galata Muhallebicisi, vb.) ile 5 adet aksesuar ve kozmetik kategorilerden markalar (Gaisa, Stef Kuyumculuk, vb.) olarak devam etmiştir. Birinci sırada olan giyim ve ayakkabı sektörü işlemlerinin %85 gibi ciddi bir oranda ulusal markalar tarafından yapılmış olup, son iki senedir bu oranın giderek artmakta olduğu görülmektedir (2018 yılında kaydedilen oran %70).

2018-2019 içerisinde Nişantaşı Bölgesi'nde, bir önceki yılda kaydedilen uluslararası markaların çıkışlarında azalma kaydedilirken; bölgede gerçekleşen önemli pazar çıkışları; Tom Ford, Moccasini, Vitra gibi markalar olmuştur.

Mevsim normalleri üzerinde seyreden olumlu hava koşulları Nişantaşı Bölgesi'ndeki hafta içi ve hafta sonu yaya trafiği benzer şekilde pozitif büyük bir etki yaratmıştır.

Kentsel yenileme çalışmalarının yoğunluğunda önemli bir fark olmamasına karşın, boş mağaza sayısında süregelen düşüş eğilimi de, yaya trafiğindeki bu yükselişe katkı sağlamıştır. Bütün bunlara ek olarak; Nişantaşı Bölgesi'nin, alışverişin yanı sıra restoranlar ve ikincil caddelerdeki yeni nesil kahveciler, bölgenin cazibe merkezi olmasına yararken, ziyaretçi çekişinin artmasını sağlayan ana sebeplerden olmayı sürdürmektedir.





# SONUÇ

İstanbul'un en gözde üç alışveriş caddelerinin ağırlığını oluşturduğu ana cadde pazarında; perakendeci talebi, özellikle devam eden dalgalı döviz kuru, 2019 yılında etkisini gösteren ekonomik yavaşlama beraberinde yürürlüğe giren Türk Lirası cinsinden kira sözleşmeleri düzenlemesi faktörlerinden etkilenirken aynı şekilde mülk sahipleri üzerindeki baskının da devam etmesine neden olmasının yanı sıra kentsel yenileme çalışmalarında beklenen azalma metrekaare bazında henüz istenilen seviyelerde gerçekleşmemesinden kaynaklı, her üç caddedeki kırılmalılığın minimum seviyeye inmesi adına hala zamana ihtiyaç duyulmaktadır. Bütün bunlara rağmen, İstiklal Caddesi'nin son dört yıldır geçirdiği sürece bakılırsa, özellikle bu yıl önemli bir toparlanma sürecine girdiği görülmekte, bu da caddenin popüler günlerini orta vadede tekrar yakalayacağı yönünde sinyaller vermektedir.

Bağdat Caddesi ve Nişantaşı Bölgesi'ne bakıldığında ise umut veren yapının devam ettiğini, bu toparlanma sürecinde, çıkış yapan uluslararası markaların geçen yıllara oranla azalmasını da göz önünde bulundurarak söylemek mümkün. Her iki ana caddenin de alışverişin yanı sıra tercih edilmesinde büyük rol alan restoranların ve yeni nesil kahve dükkanların doğrultusunda sosyalleşme merkezi olmaları eğilimini, bu yıl aynı şekilde İstiklal Caddesi de yakalamaya başlamıştır. Üst segment yeme-içme profilindeki markalar yönünden hala zayıf olsa da, özellikle bu yıl yeme-içme sektöründen markaların caddeye girişi beraberinde, geçmiş yıllarda yakaladığı hareketli yapı tekrar ivmelenmeye başlamışken, ek olarak yerli ve yabancı markaların

caddedeki yatırım planları ve Atatürk Kültür Merkezi projesinin tamamlanması, İstiklal Caddesi'ndeki bu artışı daha da hızlandıracaktır. Her üç ana caddede de boş mağaza sayısındaki azalma eğiliminin bu yıl da aynı doğrultuda sonuçlanması, caddelerde iyileşme/düzelme yönünde önemli bir faktör olmaktadır. Bununla birlikte; önemli bir rol oynayan olumlu hava koşullarının etkisi ile ziyaretçi sayısının her üç cadde için hem hafta içi hem de hafta sonu olmak üzere dramatik ölçüde yükselişi, her bir ana caddenin oldukça önemli birer çekim merkezleri olduklarını tekrar ispat ederken, bu denli büyük bir potansiyel; dijital dünyanın son gelişmelerinin takip edildiği, ziyaretçi eğilimlerinin doğru saptandığı daha etkin perakende yöntemleri ile İstanbul ana cadde pazarında istenilen toparlanmanın daha hızlı yakalanması adına efektif bir şekilde yönlendirilmelidir.



---

## TUĞRA GÖNDEN

Yönetim Kurulu Başkanı

tugra.gonden@cushwake.com

+90 212 334 78 00

---

## ÇİĞDEM İŞÖZEN

Danışman, Araştırma

cigdem.isozen@cushwake.com

+90 212 334 78 00

Cushman & Wakefield, ticari gayrimenkul hizmetleri alanında, müşterilerine insanların çalışma, alışveriş yapma ve yaşama şekillerini değiştirmelerinde yardımcı olan global bir lider. 60 ülkede bulunan 400 ofis ve 53.000 çalışanı ile şirket, dünyanın dört bir yanında kullanıcı ve yatırımcılara önemli değer sağlayan kapsamlı yerel ve global bilgiler sunuyor. Cushman & Wakefield, kiralama, varlık hizmetleri, sermaye piyasaları, tesis yönetim hizmetleri (C&W Services markası altında), global kullanıcı hizmetleri, yatırım yönetimi (DTZ Investors markası altında), kiracı temsilciliği ile değerlendirme ve danışmanlık ana faaliyet alanlarından 2018 yılında elde ettiği 8,8 milyar dolarlık gelire dünyanın en büyük ticari gayrimenkul hizmetleri şirketleri arasında yer alıyor. Daha fazla bilgi için [www.cushmanwakefield.com.tr](http://www.cushmanwakefield.com.tr) adresini ziyaret edebilir veya Twitter'da @CushwakeTurkiye'i takip edebilirsiniz.

Bu rapor, Cushman & Wakefield LLP tarafından hazırlanmıştır ve sadece ticari gayrimenkul ile ilgilenen kimseler tarafından bilgi amaçlı olarak kullanılabilir. Söz konusu bu yayının piyasalar ya da kaynak gösterilen piyasalardaki gelişmeler hakkında kapsamlı bir açıklama yapma amacıyla hazırlanmamıştır. Bu rapor Cushman & Wakefield LLP tarafından güvenilirliğine inanılan kamuya açık kaynaklardan yararlanılmış bilgileri içermekte olup, söz konusu veriler kesin olarak doğrulanmamış olduğundan raporun doğru ve eksiksiz bilgiler içerdiğini garanti edilmemektedir. İşbu raporda yer alan bilgilerin herhangi birinin doğruluğu veya eksiksizliği konusunda açık veya zımni hiçbir garanti veya taahhüt verilmemektedir. Cushman & Wakefield LLP bu bağlamda raporun içeriğini okuyan kimselere veya herhangi bir üçüncü tarafa herhangi bir sorumluluk üstlenmeyecektir. İşbu raporda verilen tüm fikirler değişkenlik gösterebilir. Söz konusu bu yayının piyasalar ya da kaynak gösterilen piyasalardaki gelişmeler hakkında kapsamlı bir açıklama yapma amacıyla hazırlanmamıştır.

©2020 Cushman & Wakefield LLP. Her hakkı saklıdır.

Cushman & Wakefield LLP ya da ilgili herhangi bir şirketi tarafından daha fazla bilgilendirme mesajları almak istemiyorsanız, kişisel bilgileriniz ile birlikte konu kısmına "Unsubscribe" yazarak [unsubscribe@eur.cushwake.com](mailto:unsubscribe@eur.cushwake.com) adresine e posta gönderebilirsiniz.

River Plaza, Büyükdere Cd.,  
Bahar Sk, No:13, Kat 15,  
Levent 34394, İstanbul



[www.cushmanwakefield.com](http://www.cushmanwakefield.com)

[www.cushbakisi.com](http://www.cushbakisi.com)