



MUSIAD

Tekstil Sektörü Bülteni

AĞUSTOS 2025

Bülten Özeti

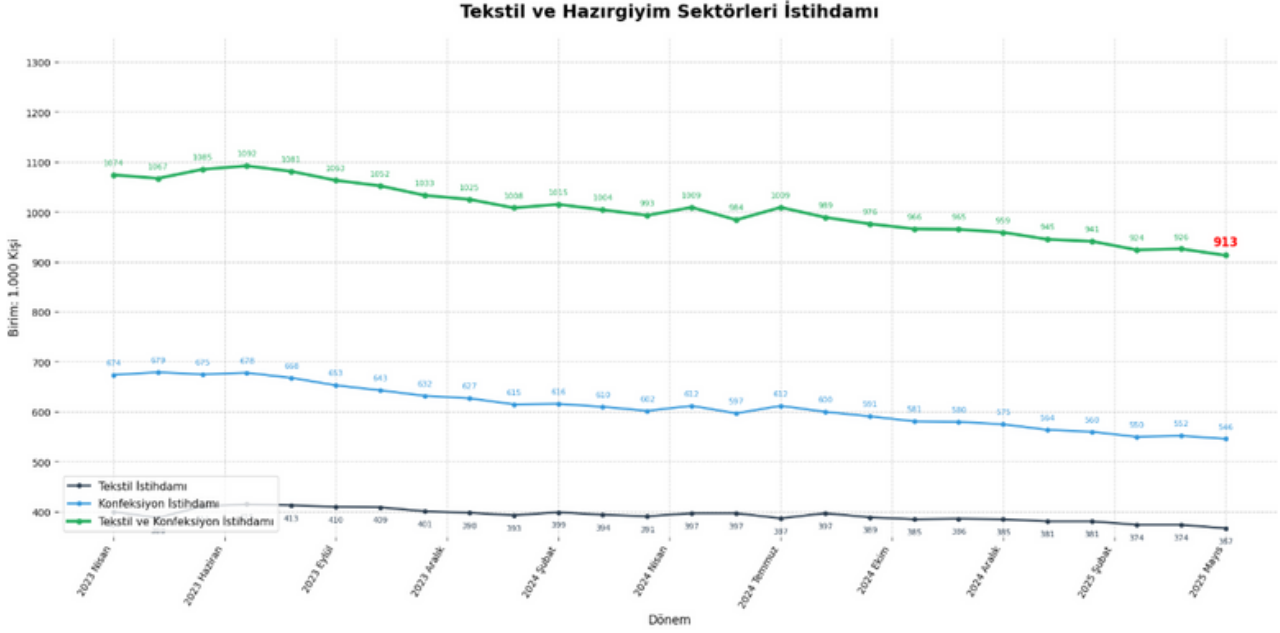
Türkiye tekstil ve hazır giyim sektörü, 2025 yılının ilk yarısında genel olarak bir daralma eğilimi sergilemiştir. Toplam ihracat 2025 Ocak-Haziran döneminde 131.440 milyon dolara ulaşarak artış gösterse de, hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün bu genel ihracat içindeki payı %6,2'ye gerilemiştir. Sanayi ihracatında da dalgalanmalar yaşanmış ve hazır giyim sanayi ihracatındaki göreceli önemi azalmıştır. Bu durum, sektörün küresel pazardaki rekabet gücünü etkileyen faktörlerle karşı karşıya olduğunu göstermektedir.

Ülke bazında ihracat performansında farklılıklar gözlemlenmiştir. Almanya, Hollanda ve İspanya gibi geleneksel pazarlara yapılan hazır giyim ve konfeksiyon ihracatında düşüşler yaşanırken, Ürdün'e %349 gibi dikkat çekici bir artış kaydedilmiştir. Benzer şekilde, Kosova ve Macaristan'a yapılan ihracatta da önemli ivmeler yakalanmıştır. Avrupa Birliği ülkelerine yapılan toplam ihracatın %62,1'ini oluşturması, AB'nin Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörü için stratejik bir pazar olmaya devam ettiğini ancak bu pazarda da %6,5'lik bir düşüş yaşandığını ortaya koymaktadır.

Ürün grupları incelendiğinde, 2025 yılı Ocak-Temmuz döneminde Teknik Tekstil, İplik, Elyaf ve Denim Kumaş gibi bazı ürün gruplarında ihracat artışları yaşanmıştır. Buna karşılık, Dokuma Kumaş, Örmeye Kumaş ve Ev Tekstili gibi geleneksel alanlarda düşüşler veya çok az değişiklikler kaydedilmiştir. Hazır giyim ve konfeksiyon ürün grubunda genel bir düşüş eğilimi hakim olmuş; özellikle Kadın Giyim ve Erkek Giyim gibi büyük hacimli ürünlerde önemli düşüşler yaşanmıştır. Örmeye ve Dokuma konfeksiyon sektörleri genel olarak zorlu bir dönemden geçerken, bazı niş ürün gruplarında artışlar gözlemlenmiştir.

Sektörün genel durumunu yansıtan diğer önemli göstergeler de mevcuttur. Sanayi üretim endeksi ve kapasite kullanım oranlarında dalgalanmalar görülmüş, ancak Tekstil Sanayi'nde %4,8'lik bir düşüşle genel imalat sanayine göre daha kırılgan bir dönem yaşandığı belirtilmiştir. İstihdam seviyeleri ise Nisan 2023'ten Mayıs 2025'e kadar hem tekstil hem de hazır giyim sektörlerinde sürekli bir düşüş eğilimindedir. AVM perakende verileri, giyim kategorisinde nominal büyüme kaydetse de, ayakkabı gibi ilişkili alt sektörlerde yapısal sorunlar olduğunu ve ziyaretçi sayılarındaki düşüşün fiziksel mağazaların çekiciliğinde bir gerilemeye işaret edebileceğini göstermektedir.

Tekstil ve Hazırgiyim Sektörü İstihdamı

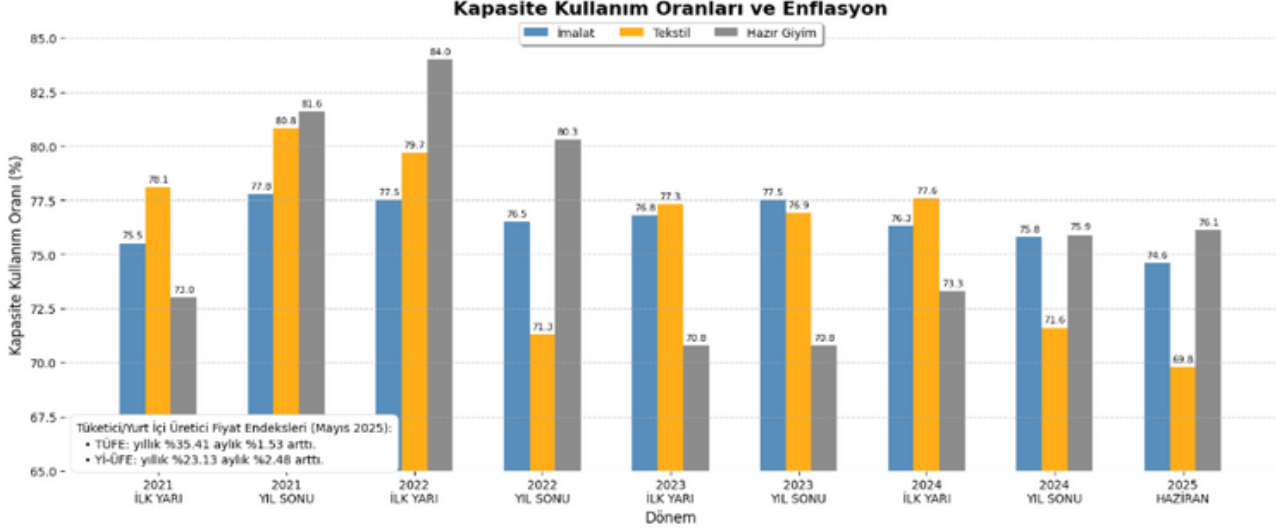


Grafik, hem tekstil hem de hazır giyim sektörlerinde ve dolayısıyla bu iki sektörün toplamında istihdamın sürekli bir düşüş eğiliminde olduğunu net bir şekilde ortaya koymaktadır. Özellikle 2023'ün son çeyreğinden (Eylül-Aralık 2023) 2025 Mayıs ayına kadar olan dönemde bu düşüş ivme kazanmıştır. Örneğin, "Tekstil ve Konfeksiyon İstihdamı" 2023 Nisan ayında yaklaşık 1090 bin kişi seviyesindeyken, 2025 Mayıs ayında 913 bin kişiye gerilemiştir.

"Tekstil İstihdamı" serisi, 2023 Nisan ayında yaklaşık 413 bin kişiden 2025 Mayıs ayında 369 bin kişiye düşüş göstermiştir. Benzer şekilde, "Konfeksiyon İstihdamı" da 2023 Nisan ayında yaklaşık 674 bin kişiden 2025 Mayıs ayında 544 bin kişiye düşmüştür. Bu istikrarlı düşüş trendi, her iki sektörün de işgücü piyasasında önemli kayıplar yaşadığını açıkça ortaya koymaktadır. Bu durum, sektörlerin karşılaştığı ekonomik zorlukların ve değişen küresel pazar koşullarının işgücü piyasası üzerindeki olumsuz etkilerini gözler önüne sermektedir.

Sanayi Kapasite Kullanım Oranı

Kaynak: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, TCMB, EVD5



Her üç sektörde de kapasite kullanım oranlarında dalgalanmalar yaşanmış; ancak 2024 yıl sonu ve 2025 Haziran dönemlerinde genel bir düşüş eğilimi gözlemlenmiştir. Geçmişte yüksek oranlar sergileyen hazır giyim sektöründe de son dönemde gerileme görülmüştür. Yüksek enflasyonist ortamın devam etmesi (Mayıs 2025 TÜFE %35,41, Yİ-ÜFE %23,13), sektörlerin maliyet yapıları üzerinde ciddi baskı oluşturarak kapasite kullanım oranlarındaki düşüşleri tetiklemektedir.

Kapasite Kullanım Oranları Seyri:

- 2021-2022 Yüksek Performans: Pandemi sonrası toparlanmayla birlikte hazır giyim (2022 İlk Yarı: %84,0) ve tekstil (2021 Yıl Sonu: %80,8) sektörleri yüksek kapasite kullanım oranlarına ulaşmıştır. İmalat sanayi bu dönemde %75-78 bandında istikrarlı seyretmiştir.
- 2022 Sonundan İtibaren Düşüş Eğilimi: 2022 yıl sonunda tekstil (%71,3) ve hazır giyim (%80,3) önceki zirvelerinden gerilemeye başlamıştır. Özellikle tekstil sektöründeki düşüş dikkat çekicidir; 2022 yıl sonundan 2025 Haziran'a kadar %80,8'den %69,8'e düşerek önemli bir kapasite kullanım kaybı yaşamıştır.
- 2025 Haziran Durumu: İmalat (%74,6) ve tekstil (%69,8) sektörlerinde düşüş eğilimi devam ederken, hazır giyim sektörü (%76,1) bu dönemde nispeten daha iyi bir performans sergilemiştir.

Enflasyona Genel Bir Bakış

Enflasyon Oranları (Bir önceki yılın aynı ayına göre yıllık yüzde değişim)

Gösterge	Ağu.24	Eyl.24	Eki.24	Kas.24	Ara.24	Oca.25	Şub.25	Mar.25	Nis.25	May.25	Haz.25	Tem.25
TÜFE	52,0	49,4	48,6	47,1	44,4	42,1	39,1	38,1	37,9	35,4	35,0	33,5
Yİ-ÜFE	35,8	33,1	32,2	29,5	28,5	27,2	25,2	23,5	22,5	23,1	24,5	24,2
YD-ÜFE	28,7	32,3	30,7	25,2	23,5	20,5	20,1	19,3	22,9	25,3	28,4	-

Deflatör

III 2024	IV 2024	I 2025	II 2025	III 2025
50,2	44,6	34,0	-	-

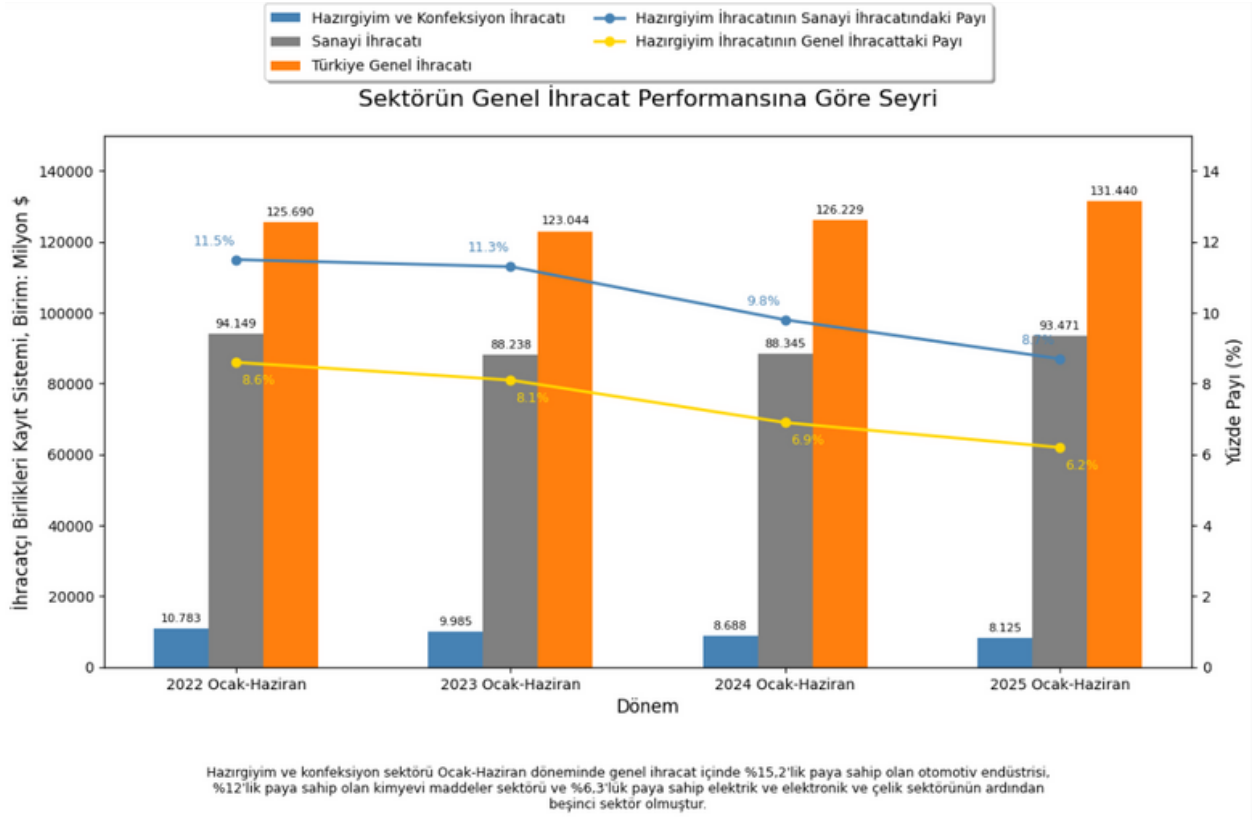
Kaynak: TÜİK

Türkiye ekonomisi, yüksek ve dalgalı bir enflasyon ortamında seyretmektedir. TÜFE ve Yİ-ÜFE’de son aylarda düşüş eğilimi gözlemlense de, oranlar hala yüksek çift haneli seviyelerdedir. Özellikle Tarım ÜFE’deki keskin artışlar ve YD-ÜFE’deki son dönem yükseliş, enflasyonun farklı kanallardan gelen baskılarla devam ettiğini işaret etmektedir.

• TÜFE ve Yİ-ÜFE Seyri:

- TÜFE: Ağustos 2024’teki %52,0’dan Temmuz 2025’te %33,5’e gerileyerek düşüş trendini sürdürmüştür. Bu, enflasyonla mücadele politikalarının sınırlı da olsa etkili olduğunu gösterir, ancak oran hala hedeflenenin üzerindedir.
- Yİ-ÜFE: Mart 2025’te %23,5’e düştükten sonra Nisan’dan itibaren tekrar yükseliş eğilimine girerek Temmuz 2025’te %24,2’ye ulaşmıştır. Bu durum, girdi maliyetlerindeki baskının sürdüğüne işaret eder.

Türkiye Tekstil Sektörünün Genel Görünümü



Türkiye Genel İhracatındaki İstikrarlı Artış:

- Türkiye'nin genel ihracatı (turuncu çubuklar), 2022 Ocak-Haziran'da 125.690 milyon dolardan başlayarak, her yıl artış göstererek 2025 Ocak-Haziran'da 131.440 milyon dolara ulaşmıştır. Bu durum, Türkiye ekonomisinin genel olarak ihracat kapasitesini artırdığını ve küresel pazarlardaki varlığını güçlendirdiğini göstermektedir.

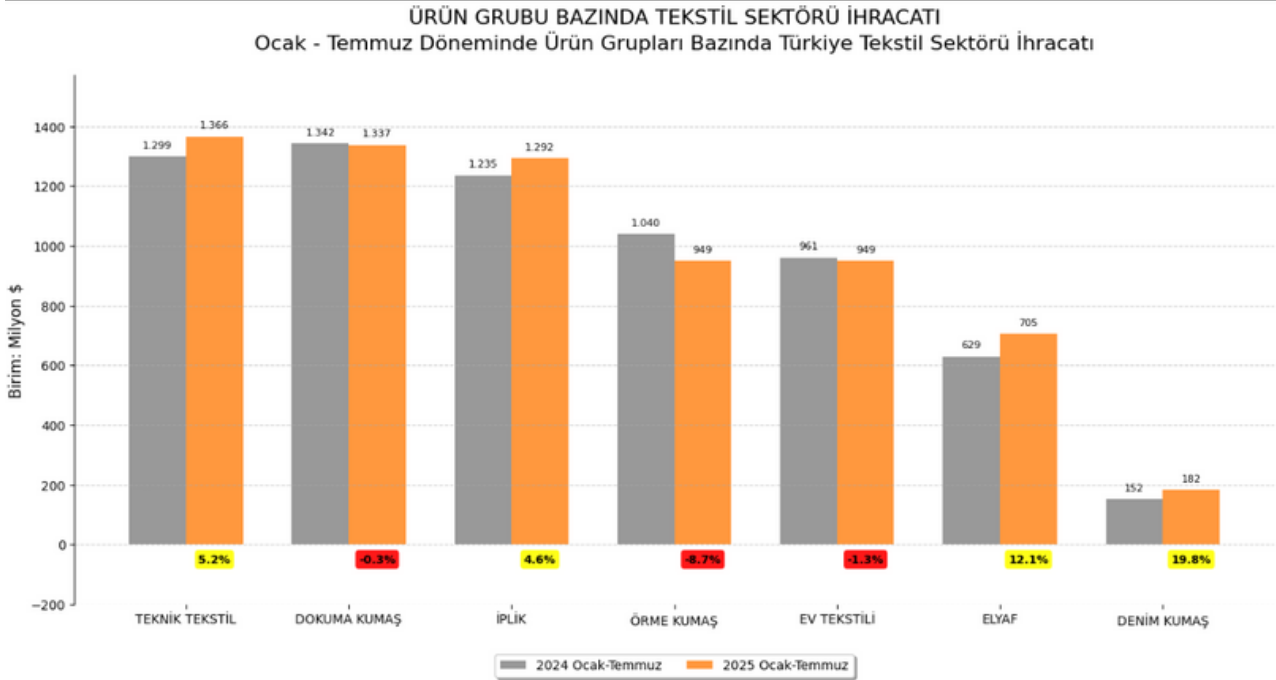
Sanayi İhracatındaki Dalgalanma ve Son Dönem Artışı:

- Sanayi ihracatı (gri çubuklar), 2022 Ocak-Haziran'da 94.149 milyon dolar iken, 2023'te 88.238 milyon dolara düşmüş, 2024'te hafif bir toparlanmayla 88.345 milyon dolara yükselmiş ve 2025'te 93.471 milyon dolara ulaşmıştır. Sanayi ihracatında yaşanan bu dalgalanma, küresel sanayi üretimindeki değişimler ve ekonomik koşullarla ilişkili olabilir.

Paylardaki Önemli Gerileme:

- Hazır Giyim İhracatının Sanayi İhracatındaki Payı (mavi çizgi): Bu pay, 2022'de %11,5 iken, 2023'te %11,3'e, 2024'te %9,8'e ve 2025'te %8,7'ye kadar gerilemiştir. Bu sürekli düşüş, hazır giyim sektörünün sanayi ihracatı içindeki göreceli öneminin azaldığını göstermektedir.
- Hazır Giyim İhracatının Genel İhracattaki Payı (sarı çizgi): Benzer şekilde, genel ihracat içindeki pay da 2022'de %8,6 iken, 2023'te %8,1'e, 2024'te %6,9'a ve 2025'te %6,2'ye düşmüştür. Bu durum, hazır giyim sektörünün Türkiye'nin toplam ihracat pastası içindeki payının giderek küçüldüğünü ortaya koymaktadır.

Ürün Grupları Bazında İhracatımız

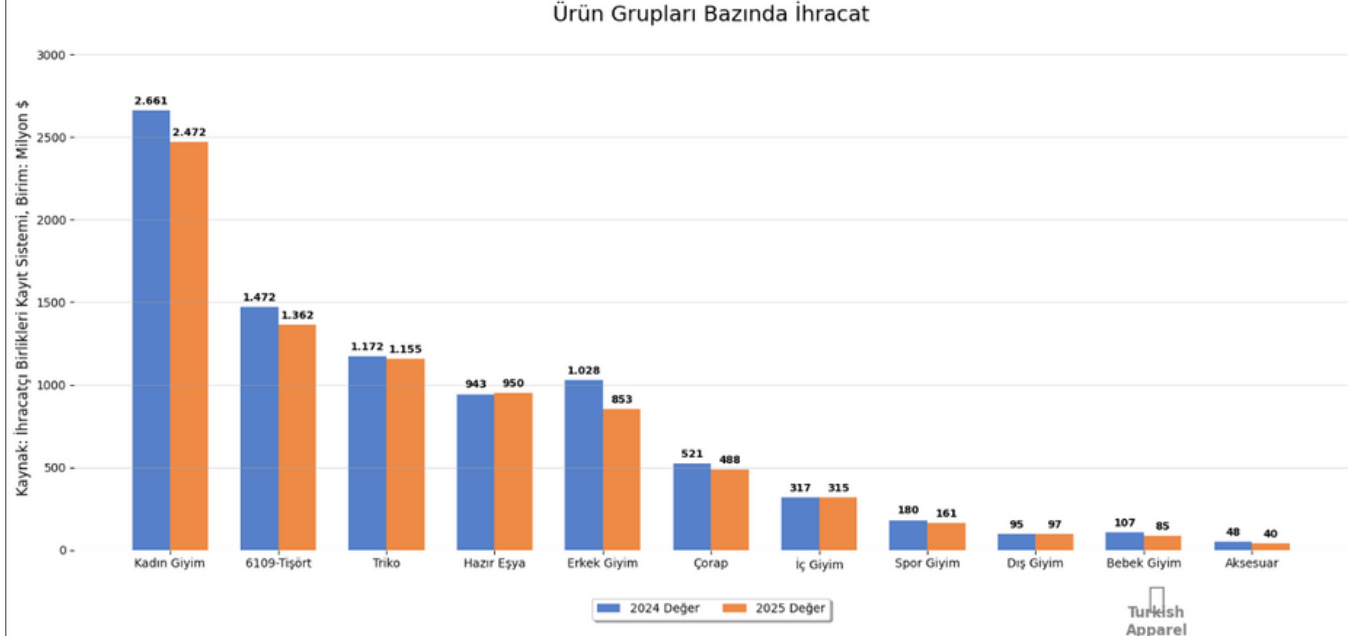


Grafik incelendiğinde, Türkiye tekstil sektörünün ürün grubu bazında farklı dinamikler sergilediği görülmektedir. 2025 yılının Ocak-Temmuz döneminde, bazı ürün gruplarında (Teknik Tekstil, İplik, Elyaf, Denim Kumaş) ihracat artışı yaşanırken, bazı geleneksel ürün gruplarında (Dokuma Kumaş, Örme Kumaş, Ev Tekstili) düşüşler veya çok sınırlı değişimler kaydedilmiştir. Bu durum, sektörün genel performansının, ürün grupları arasındaki çeşitlilik ve farklı pazar taleplerine göre şekillendiğini ortaya koymaktadır.

Ana Çıkarımlar:

- **Dönüşüm Sinyalleri:** Grafik, Türkiye tekstil sektörünün geleneksel ürün gruplarından (Örme Kumaş, Ev Tekstili) ziyade, daha teknik ve niş alanlara (Teknik Tekstil, Elyaf, Denim Kumaş) yöneldiğinde veya bu alanlarda rekabet avantajı elde ettiğinde daha başarılı olduğunu göstermektedir.
- **Yüksek Katma Değer Potansiyeli:** Özellikle Teknik Tekstil, Elyaf ve Denim Kumaş'taki güçlü büyüme, sektörün bu alanlarda önemli bir potansiyele sahip olduğunu ve katma değeri yüksek ürünlere odaklanmanın önemini vurgulamaktadır.
- **Küresel Talep Değişimleri:** Örme Kumaş gibi bazı kategorilerdeki düşüşler, küresel pazardaki talep değişimlerini, artan rekabeti veya üretim maliyetlerindeki artışların etkisini yansıtabilir.

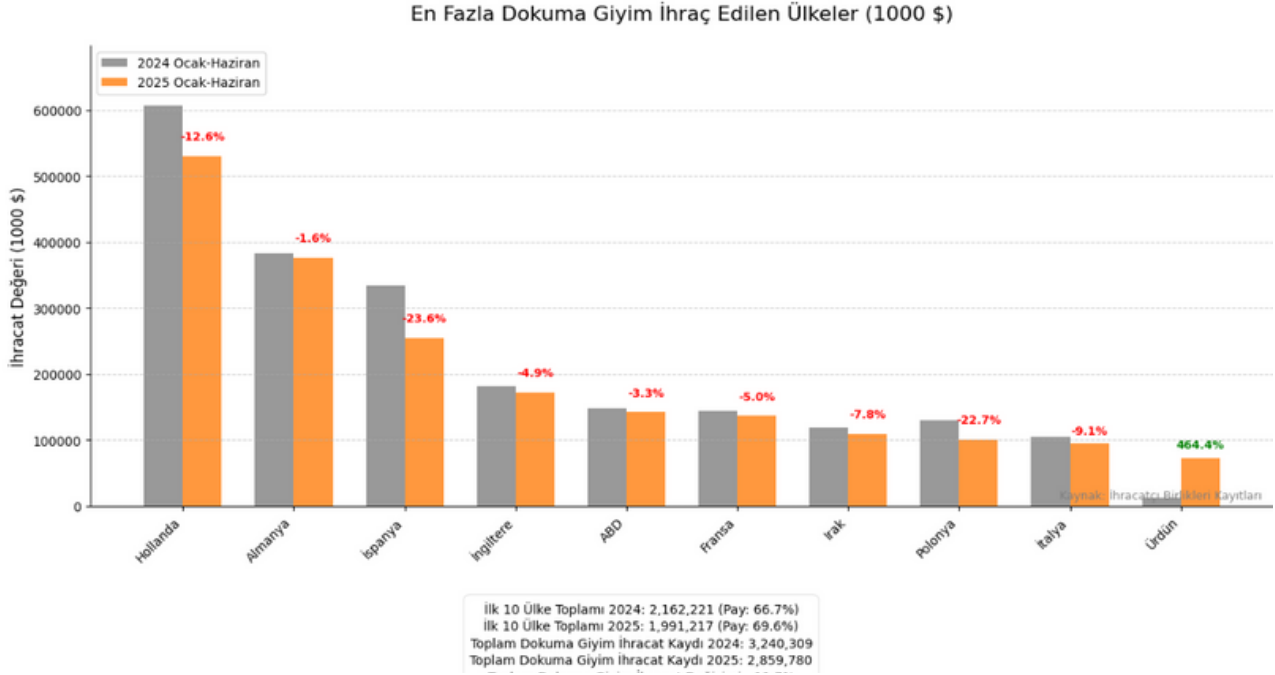
Ürün Grupları Bazında İhracat



Grafik incelendiğinde, 2025 yılında çoğu hazır giyim ve konfeksiyon ürün grubunda 2024 yılına kıyasla bir düşüş yaşandığı görülmektedir. Bu düşüş, genel ihracat verileriyle de uyumlu olup, sektörün zorlu bir dönemden geçtiğini düşündürmektedir. Ancak bazı ürün gruplarında düşüş oranı daha azken, bazılarında daha keskin düşüşler yaşanmıştır.

- Hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe 2025 yılında genel olarak bir daralma yaşandığı gözlemlenmektedir.
- Kadın Giyim ve Erkek Giyim gibi büyük hacimli ürün gruplarında önemli düşüşler yaşanmıştır.
- Hazır Eşya ve Dış Giyim gibi bazı niş veya farklı dinamiklere sahip ürün grupları ise genel düşüş eğiliminden sıyrılıp artış kaydedebilmiştir. Bu, sektör içi çeşitlendirme ve bazı alanlardaki direncin önemini göstermektedir.
- Grafik, sektördeki firmaların ve politika yapıcılarının, azalan pazarlara yönelik stratejilerini gözden geçirmeleri ve artış gösteren veya potansiyeli olan ürün gruplarına odaklanmaları gerektiğini düşündürmektedir.

Dokuma Konfeksiyon İhracatının Durumu

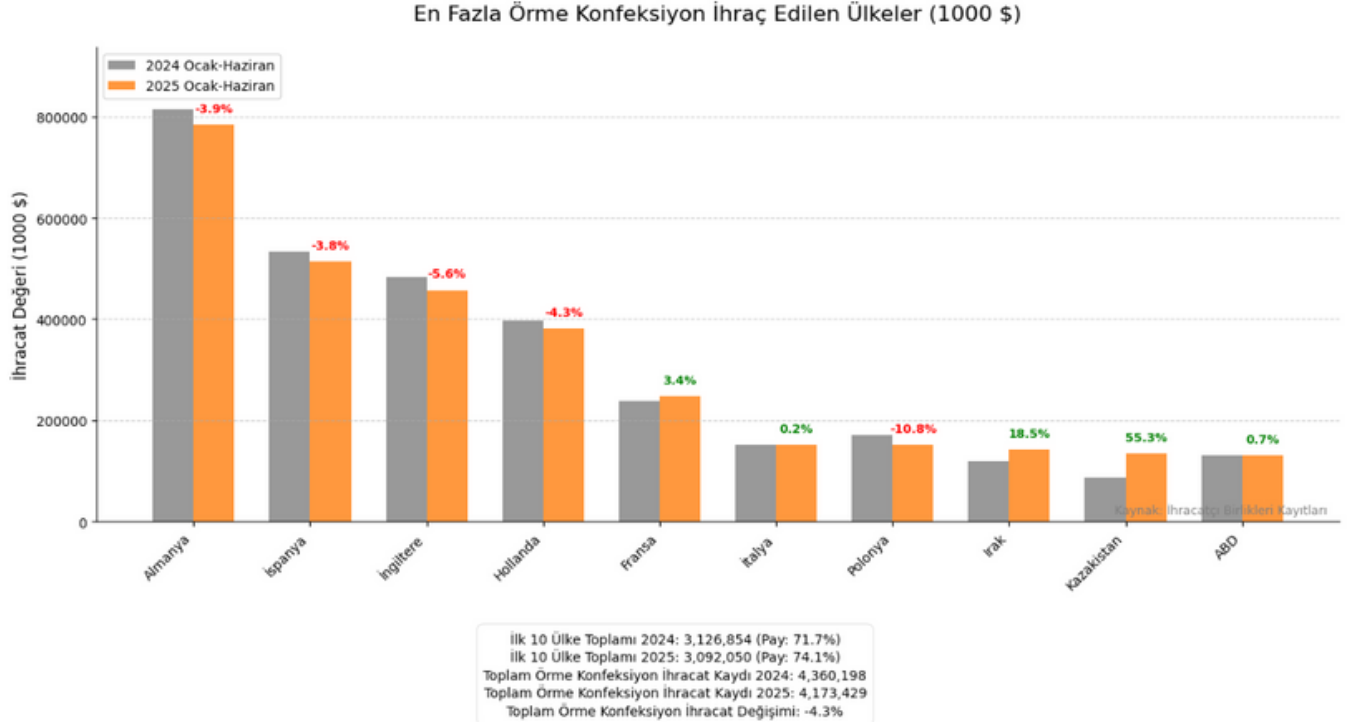


Bu grafik, Türkiye'nin dokuma giyim ürünlerinde en fazla ihracat yaptığı ilk 10 ülkeyi, 2024 ve 2025 yıllarının Ocak-Haziran dönemleri karşılaştırmalı olarak sunmaktadır. Veriler bin dolar cinsindendir ve ülkelerin ihracat değişim yüzdeleri de belirtilmiştir.

Dokuma giyim sektöründe, 2025 yılının ilk yarısında 2024'ün aynı dönemine kıyasla genel bir daralma gözlemlenmektedir. Toplam dokuma giyim ihracatı %11,7 oranında önemli bir düşüş kaydetmiştir. İlk 10 ülkenin toplam ihracatındaki düşüş oranı ise %7,9'dur. Bu düşüşler, sektörün küresel pazardaki mevcut zorluklarla karşı karşıya olduğunu göstermektedir. Ancak, Ürdün pazarı bu genel düşüş eğiliminin tamamen dışında, astronomik bir artışla dikkat çekmektedir.

Dokuma giyim sektörü, 2025 yılının ilk yarısında genel olarak zorlu bir dönemden geçmektedir. Hollanda, İspanya ve Polonya gibi büyük pazarlardaki ciddi düşüşler, sektörün acil stratejik müdahalelere ihtiyaç duyduğunu işaret etmektedir.

Örme Konfeksiyon İhracatının Durumu

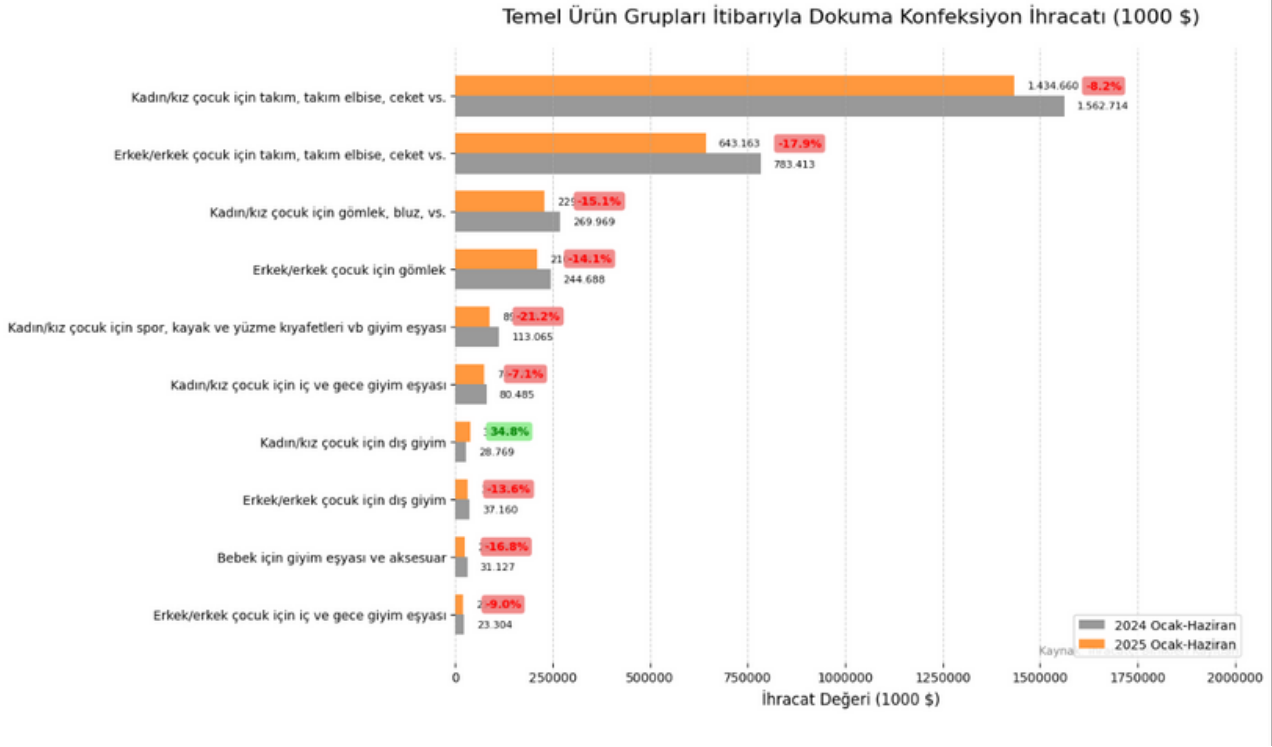


Bu grafik, Türkiye'nin örme konfeksiyon ürünlerinde en fazla ihracat yaptığı ilk 10 ülkeyi, 2024 ve 2025 yıllarının Ocak-Haziran dönemleri karşılaştırmalı olarak sunmaktadır. Veriler bin dolar cinsindendir ve ülkelerin ihracat değişim yüzdeleri de belirtilmiştir.

Grafik, örme konfeksiyon sektöründe 2025 yılının ilk yarısında genel olarak bir düşüş eğilimi olduğunu göstermektedir. Toplam örme konfeksiyon ihracatı %4,3 oranında düşüş kaydetmiştir. İlk 10 ülkenin toplam ihracatındaki düşüş oranı ise %1,1 olarak gerçekleşmiştir. Bu düşüş, özellikle Almanya, İspanya, İngiltere ve Hollanda gibi geleneksel büyük pazarlardaki ihracatın azalmasından kaynaklanmaktadır. Ancak, bu genel eğilimin aksine Irak, Kazakistan, Fransa ve ABD gibi bazı pazarlarda önemli artışlar yaşanması dikkat çekicidir.

Örme konfeksiyon sektöründe genel bir daralma yaşanmasına rağmen, pazar dinamiklerinin ülkeler bazında farklılaştığı net bir şekilde görülmektedir. Geleneksel Batı Avrupa pazarlarındaki düşüşler, sektör için yeni stratejilerin gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Temel Ürün Grupları İtibariyle Dokuma Konfeksiyon İhracatı

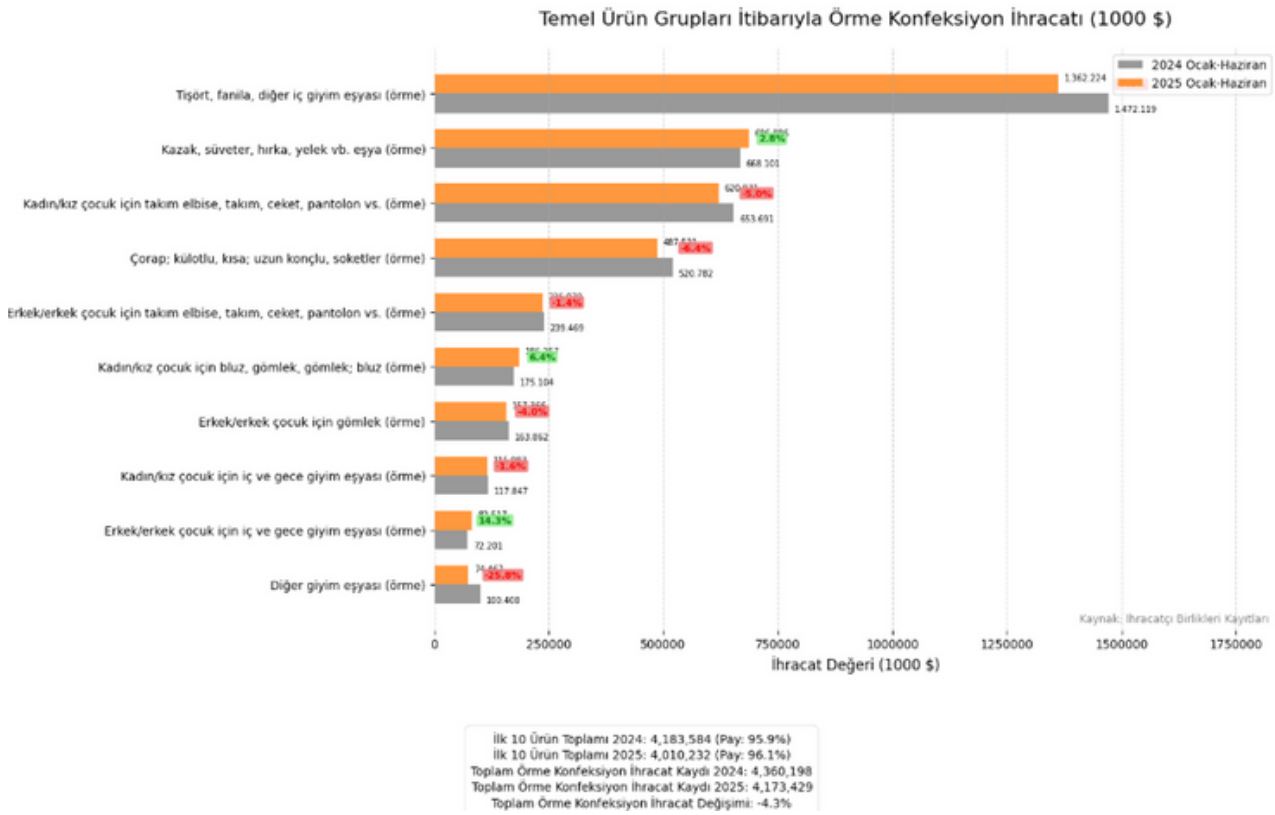


Bu yatay çubuk grafik, Türkiye'nin dokuma konfeksiyon sektöründeki temel ürün gruplarının 2024 ve 2025 yıllarının Ocak-Haziran dönemlerindeki ihracat performansını bin dolar cinsinden karşılaştırmalı olarak sunmaktadır. Grafikte her bir ürün grubunun değişim yüzdesi de çubukların sonunda belirtilmiştir.

Grafik, dokuma konfeksiyon ihracatında 2025 yılının ilk yarısında 2024'ün aynı dönemine kıyasla genel bir gerileme yaşandığını açıkça göstermektedir. Toplam dokuma konfeksiyon ihracatı %11,7 oranında önemli bir düşüş kaydetmiştir. Listelenen ürün gruplarının büyük çoğunluğu da belirgin oranlarda düşüşler yaşamıştır. Bu durum, sektörün küresel talep daralmalarından, artan rekabetten veya maliyet baskılarından ciddi şekilde etkilendiğini düşündürmektedir. Ancak, bu olumsuz tablo içinde "Kadın/kız çocuk için dış giyim" kategorisi, dikkate değer bir artışla pozitif yönde ayrılmaktadır.

Dokuma konfeksiyon sektörü, 2025 yılının ilk yarısında birçok ana ürün grubunda önemli ihracat kayıpları yaşamıştır. Bu durum, sektörün mevcut küresel ekonomik iklimin ve rekabetin olumsuz etkilerine maruz kaldığını açıkça göstermektedir. Kadın ve erkek takım elbise ile gömlek gibi hacimli ve geleneksel ürünlerdeki düşüşler, sektörün genel performansını aşağı çekmektedir.

Temel Ürün Grupları İtibariyle Örme Konfeksiyon İhracatı



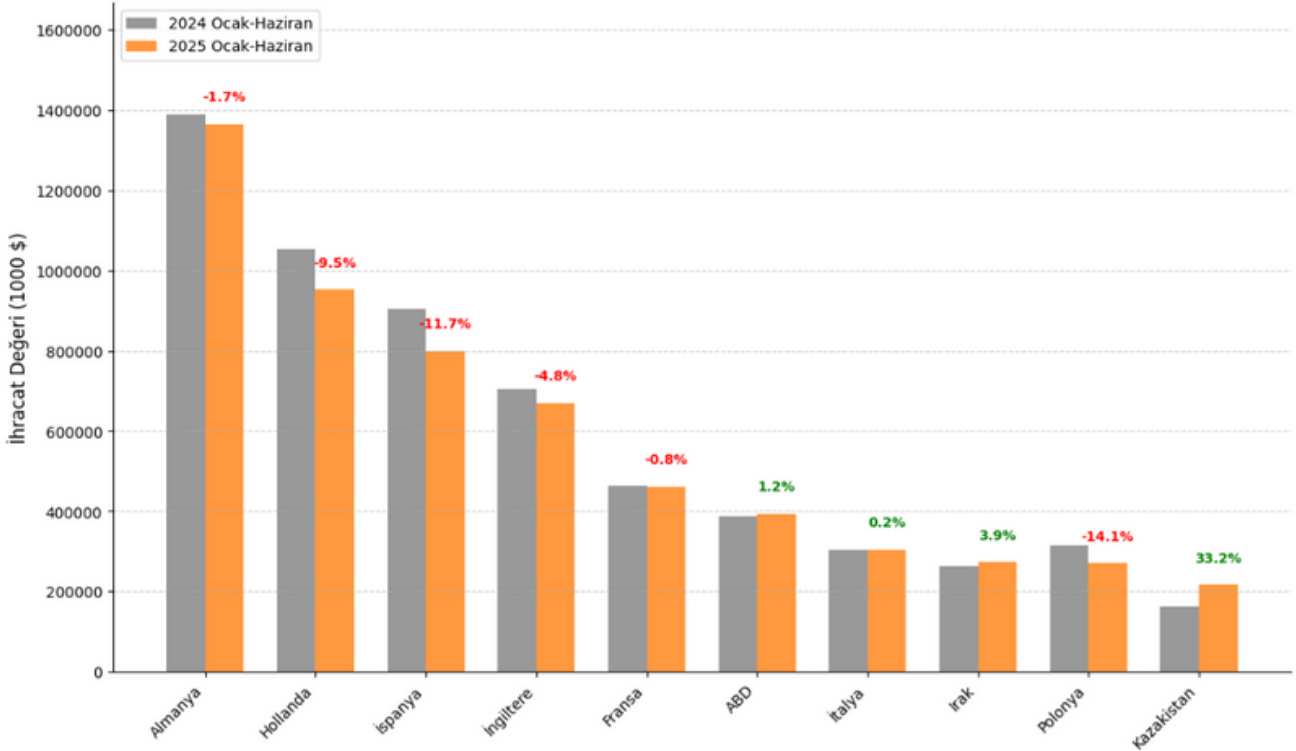
Bu yatay çubuk grafik, Türkiye'nin örme konfeksiyon sektöründeki temel ürün gruplarının 2024 ve 2025 yıllarının Ocak-Haziran dönemlerindeki ihracat performansını bin dolar cinsinden karşılaştırmalı olarak sunmaktadır. Grafikte her bir ürün grubunun ihracat değerleri ve 2024/2025 değişim yüzdeleri net bir şekilde görülmektedir.

Örme konfeksiyon ihracatı, 2025 yılının ilk yarısında 2024'ün aynı dönemine kıyasla genel bir düşüş eğilimi sergilemektedir. Toplam örme konfeksiyon ihracatı %4,3 oranında gerilemiştir. Grafikte yer alan ilk 10 ürün grubunun çoğu ihracatta düşüş kaydederken, "Kazak, süveter, hırka, yelek vb. eşya" (örme), "Kadın/kız çocuk için bluz, gömlek, gömlek; bluz" (örme) ve "Erkek/erkek çocuk için iç ve gece giyim eşyası" (örme) gibi bazı gruplar artış göstermeyi başarmıştır. Bu durum, sektörün farklı ürün segmentlerinde değişken performanslar sergilediğini ve pazar dinamiklerinin farklılaştığını göstermektedir.

Örme konfeksiyon ihracatı genelinde bir daralma yaşanmasına rağmen, detaylı ürün grubu analizi farklı performans sergileyen alanları ortaya koymaktadır. Tişörtler ve takım elbiseler gibi hacimli kategorilerdeki düşüşler genel performansı olumsuz etkilerken, kazak, bluz ve erkek iç/gece giyimi gibi ürünlerdeki artışlar sektör için fırsatlar barındırmaktadır.

Dünyada Tekstil Sektörü

Türkiye'den En Fazla Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatı Yapılan Ülkeler (1000 \$)



2025 yılı Ocak-Haziran döneminde Türkiye'den en fazla hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı yapılan ülkeler sırasıyla Almanya, Hollanda ve İspanya olmuştur.

Geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre Almanya'ya yapılan ihracat %1,7 oranında düşüşle 1,4 milyar dolar olarak gerçekleşirken, Hollanda'ya yönelik ihracat %9,5'lik bir düşüşle 952,3 milyon dolar seviyesinde kaydedilmiştir. İspanya'ya yapılan ihracat ise %11,7'lik düşüşle 800 milyon dolara gerilemiştir.

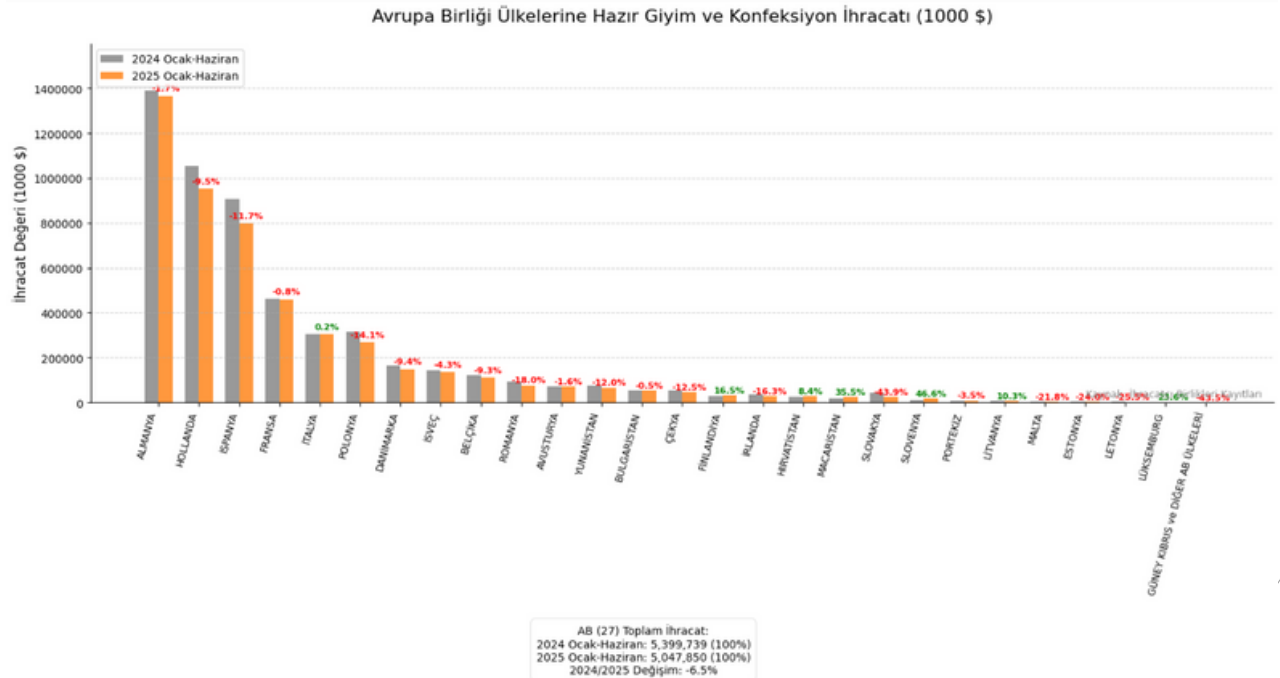
2025 Ocak-Haziran döneminde Türkiye'den en fazla hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı gerçekleştirilen ilk on ülkeye toplamda 5,7 milyar dolar değerinde ihracat yapılmıştır. Bu on ülkenin, 8,1 milyar dolarlık toplam sektörel ihracat içindeki payı %70,2 olarak hesaplanmaktadır.

AB Ülkelerinde Yılın İlk Yarısına Bakış

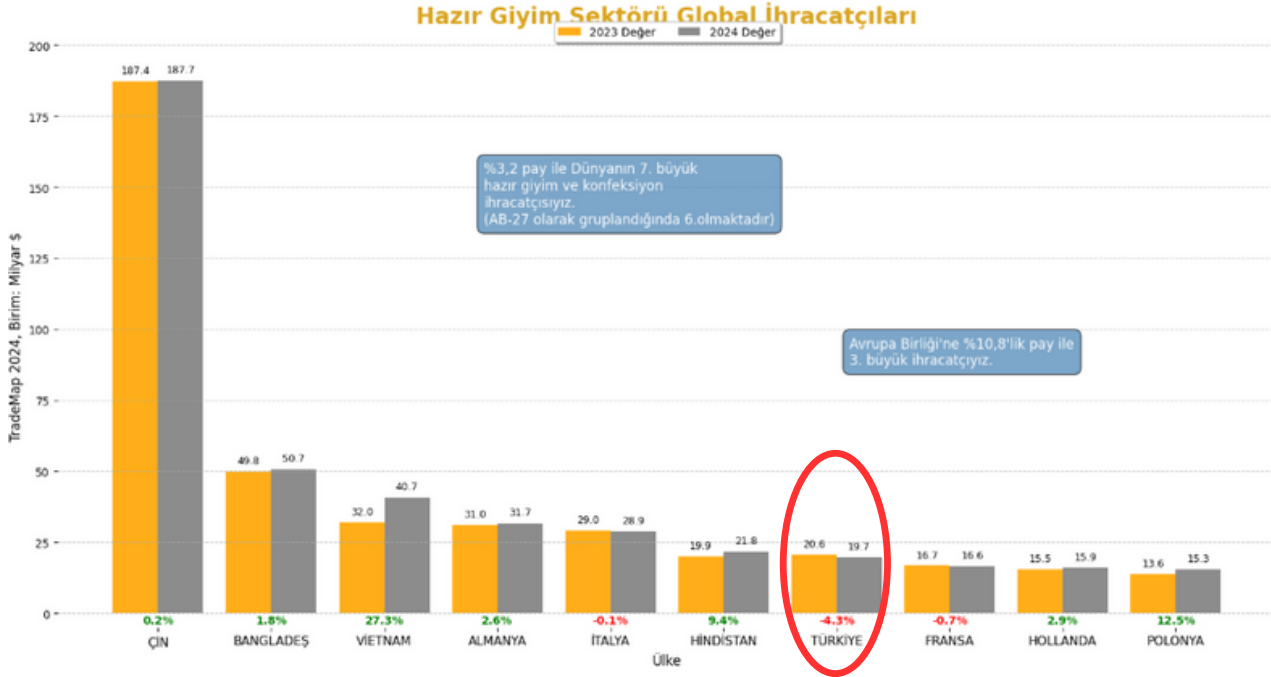
2025 yılı Ocak-Haziran döneminde Türkiye'den 27 Avrupa Birliği ülkesine toplam 5 milyar dolar değerinde hazır giyim ve konfeksiyon mamulü ihraç edilmiştir. Bu rakam, Türkiye'nin toplam hazır giyim ve konfeksiyon ihracatından Avrupa Birliği ülkelerinin aldığı payın %62,1 seviyesinde olduğunu göstermektedir. Bu durum, Avrupa Birliği'nin Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörü için stratejik ana pazar olma özelliğini koruduğunu bir kez daha ortaya koymaktadır.

2025 yılının ilk yarısında, 27 Avrupa Birliği ülkesinden yirmisine yapılan hazır giyim ve konfeksiyon ihracatında %0,5 ile %43,9 arasında değişen oranlarda azalmalar yaşanmıştır. Buna karşılık, sadece yedi Avrupa Birliği ülkesine yapılan ihracatta %0,2 ile %46,6 arasında değişen oranlarda artışlar kaydedilmiştir.

Belirtilen dönemde en yüksek oranlı ihracat artışı gerçekleşen Avrupa Birliği ülkesi, %46,6'lık artış ile Slovenya olmuştur. Bu, yeni pazarlarda yakalanan önemli bir ivmeyi işaret etmektedir. En yüksek oranlı ihracat düşüşü görülen Avrupa Birliği ülkesi ise %43,9 düşüş kaydedilen Slovakya olmuştur.



AB Pazarında Türkiye'nin Durumu



Grafik, Çin'in açık ara en büyük hazır giyim ihracatçısı konumunu koruduğunu, ancak Türkiye'nin önemli bir global oyuncu olduğunu ve özellikle Avrupa Birliği pazarında güçlü bir konuma sahip olduğunu göstermektedir. Ne var ki, 2023'ten 2024'e geçişte Türkiye'nin ihracatında bir düşüş yaşanırken, Vietnam, Hindistan ve Polonya gibi bazı rakiplerin önemli artışlar kaydetmesi dikkat çekicidir.

Türkiye'nin Özel Konumu ve Avrupa Birliği Pazarındaki Rolü:

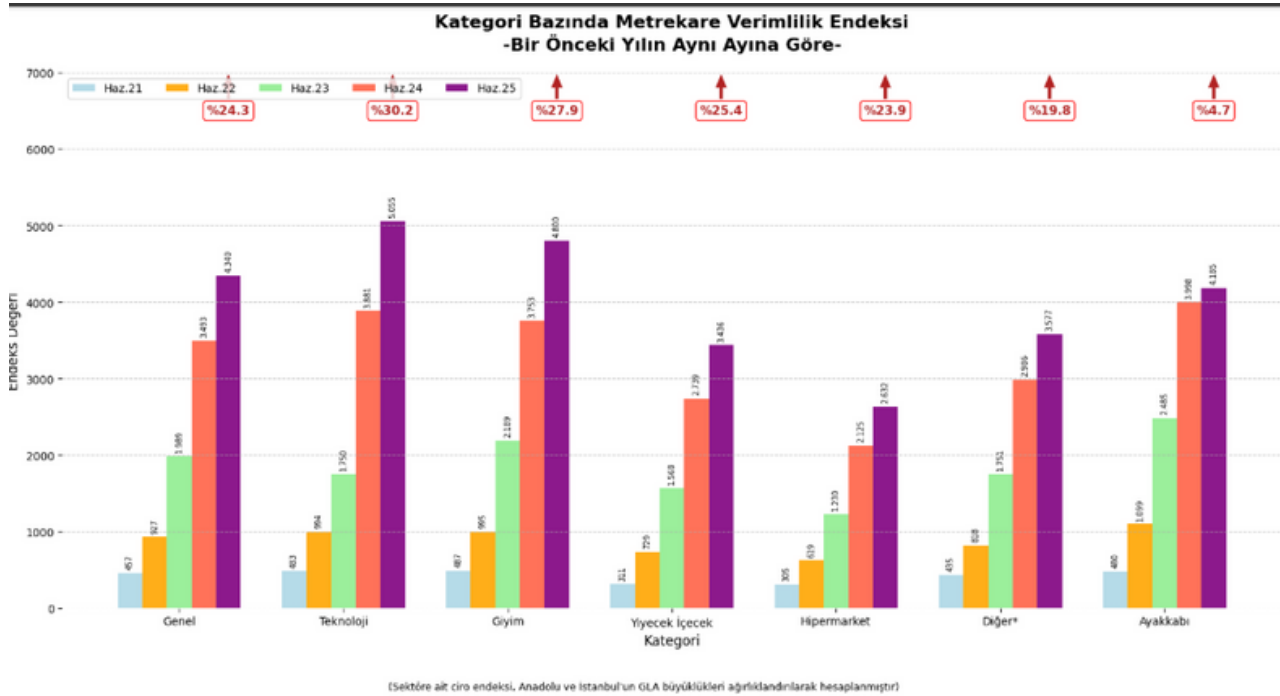
- Grafikte ayrıca belirtildiği gibi, Türkiye %3,2'lik pay ile dünyanın 7. büyük hazır giyim ve konfeksiyon ihracatçısıdır (AB-27 olarak gruplandığında 6. sıraya yükselmektedir).
- En önemlisi, Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne yapılan ihracatta %10,8'lik pay ile 3. büyük ihracatçı konumunda olması, AB pazarının Türkiye için ne kadar kritik olduğunu bir kez daha vurgulamaktadır.

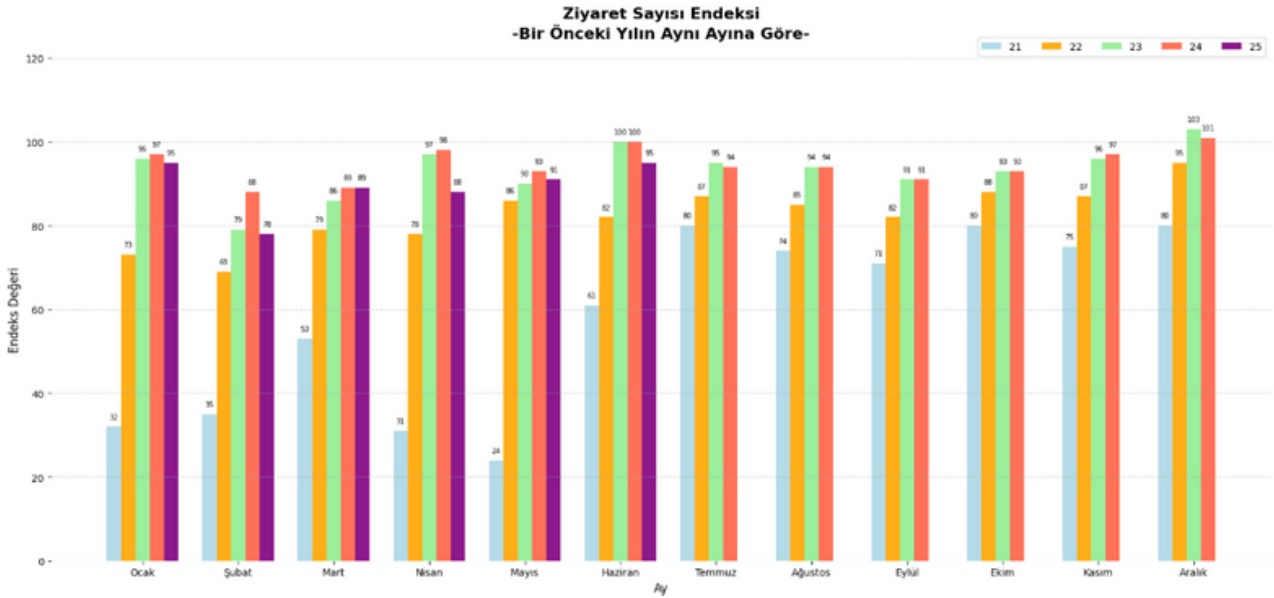
AWM'lerin Tekstil Sektörüne Etkisi

Alışveriş Merkezleri ve Yatırımcıları Derneği (AYD) ile Akademetre Research tarafından açıklanan Haziran 2025 AVM Endeksi sonuçları, perakende sektörünün genel görünümü ve tekstil/hazır giyim sektörü özelindeki dinamikler hakkında önemli bilgiler sunmaktadır.

Kategori Bazında Ciro Performansı:

- Teknoloji Lideri: Haziran ayında metrekare verimliliğinde en yüksek artış, nominal olarak %30,2 ile teknoloji kategorisinde yaşanmıştır.
- Giyim ve Yiyecek/İçecek İvmesi: Giyim kategorisi %27,9, yiyecek/içecek kategorisi ise %25,4 oranında nominal büyüme kaydetmiştir.
- Ayakkabıdaki Yapısal Problem: Ayakkabı kategorisi nominalde sadece %4,7'lik artışla en düşük performansı sergilemiş, bu da sektörde yapısal bir problem olduğuna işaret etmiştir.
- Aylık Bazda Giyim Önde: Mayıs 2025'e göre aylık bazda giyim kategorisi %5,7'lik artışla öne çıkarken, teknoloji %2,2, yiyecek/içecek %1,5 ve ayakkabı %1,4 artış göstermiştir. Diğer ve hipermarket kategorilerinde ise aylık bazda azalışlar yaşanmıştır.





AVM Ziyaretçi Sayısı:

- Yıllık Düşüş, Aylık Artış: Haziran 2025'te ziyaret sayısı endeksi bir önceki yıla göre %5 oranında azalmıştır. Ancak, ciroda olduğu gibi, geçen yılki güçlü baz etkisi nedeniyle bu düşüş yanıltıcı olabilir. Aylık bazda (Mayıs 2025'e göre) ise %4'lük bir artışla 2025'in en güçlü ziyaretçi sayısı yakalanmıştır.
- Çeyreklik Daralma: İkinci çeyrek bazında ziyaret sayısı endeksi bir önceki yılın aynı dönemine göre %6'lık bir azalış göstermiştir.

Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü İçin Yansımalar:

- Reel Daralmanın Etkisi: AVM cirolarındaki reel daralma, genel perakende sektörünü ve dolayısıyla AVM'ler üzerinden satış yapan tekstil ve hazır giyim firmalarını doğrudan etkilemektedir. Hanehalkının azalan harcanabilir geliri, bu sektörlerdeki satış hacimlerini baskılamaktadır.
- Giyimdeki Nispeten İyi Performans: Giyim kategorisinin yıllık nominalde %27,9'luk artış kaydetmesi (enflasyon altı olsa da), ve aylık bazda en yüksek artışı göstermesi, bu kategorinin hala belirli bir talebi koruduğunu veya diğer kategorilere göre daha iyi performans sergilediğini düşündürmektedir.
- Ayakkabıdaki Ciddi Sorun: Tekstil ve hazır giyimle yakından ilişkili olan ayakkabı kategorisindeki %4,7'lik nominal büyüme ve yapısal sorun tespiti, bu alt sektördeki zorlukların derinliğini göstermektedir.
- Ziyaretçi Sayısındaki Düşüş: AVM ziyaretçi sayısındaki yıllık bazdaki düşüş, fiziksel mağazaların genel çekiciliğinin veya tüketicilerin alışveriş alışkanlıklarının değiştiğinin bir işareti olabilir. Aylık bazdaki artış ise dönemsel canlanmaya işaret etse de, uzun vadeli trendler için dikkatli olunmalıdır.