



**İSTANBUL**  
değerleme

İSTANBUL 2012

## ALIŞVERİŞ MERKEZİ PİYASASI RAPORU



Türkiye'de alışveriş merkezi piyasası 2000'lerin başından bu yana her yıl ortalama yüzde 18 büyüyerek çok hızlı bir gelişim göstermiştir. Bugün gelinen noktada, alışveriş merkezi yatırımlarında hem yapı, hem de hizmet kalitesi olarak uluslararası seviyeler yakalanmıştır. Geçtiğimiz 5 yıl içerisinde inşa edilen Kanyon, İstinye

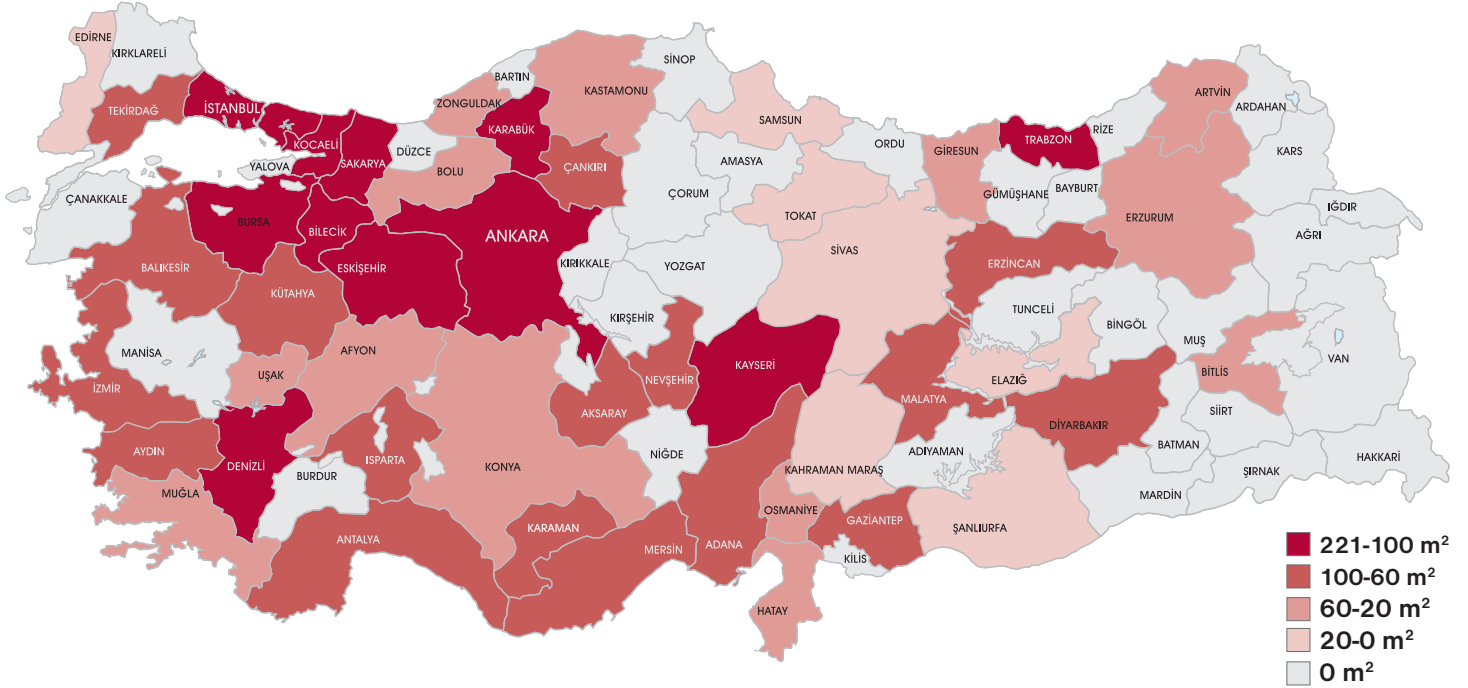
Park ve Forum İstanbul gibi daha pek çok alışveriş merkezi yurtdışından ödüller almaya ve büyük bir ilgi görmeye başlamıştır. Son yıllarda, alışveriş merkezi yatırımları büyük şehirlerden Anadolu şehirlerine doğru kaymaya başlamıştır. 2011 yılında yeni AVM açılışlarının %30'u İstanbul'da, % 70'i ise Anadolu'da gerçekleşmiştir. AVM'lerin Anadolu'ya yayılması bu şehirlere yalnızca ekonomik açıdan değil, sosyal açıdan da büyük bir canlılık getirmektedir.

### Mevcut Stok

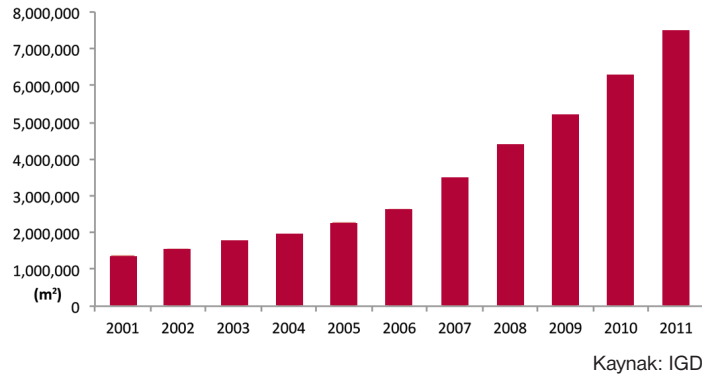
Şu an Türkiye'de 48 şehirde, toplam 302 adet AVM hizmet vermektedir. En yoğun AVM stoğuna sahip olan İstanbul'da 108 adet AVM bulunurken, Ankara'da AVM'lerin sayısı 36'ya, İzmir'de 13'e, Bursa'da 11'e ve Antalya'da 9'ulaşmıştır. 2011 yılında, Türkiye genelinde 34 adet alışveriş merkezi tamamlanmış ve toplamda 5 milyar dolarlık yatırım yapılmıştır.

Türkiye'de faal olan alışveriş merkezlerinin toplam kiralanabilir alanı (TKA) , 2011 yılı itibarıyla 7.5 milyon metrekareye ulaşmıştır.

## Türkiye AVM Haritası



2010 ile karşılaştırıldığında, mağaza alanında % 20 oranında bir artış söz konusudur.

Toplam Kiralanabilir Alan Miktarı Artışı (m<sup>2</sup>)

Mevcut AVM'lerin kiralanabilir alan açısından büyüklükleri incelendiğinde, yarısının 20 bin metrekareden küçük olduğu görülmektedir. Bu tür AVM'ler çoğunlukla nüfus yoğunluğu az olan il ve ilçelerde bulunmaktadır. Türkiye'de 60 bin metrekareden büyük AVM'lerin sayısı ise 24 olup, bunlar İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa, Kayseri ve Mersin gibi şehirlerde yer almaktadır.

Türkiye'de 100 bin metrekarenin üzerinde 4 adet AVM inşa edilmiştir. 2009 yılı sonunda kapılarını açan Forum İstanbul, 175 bin metrekare toplam kiralanabilir alanı ile aynı zamanda Avrupa'nın en büyük alışveriş merkezi olma ünvanını taşımaktadır. Forum İstanbul'da, 8 bin metrekare dev bir akvaryum, buz müzesi, IKEA ve Praktiker gibi yapı market firmaları, 265 adet mağaza ve 5 bin araçlık otopark yer almaktadır.

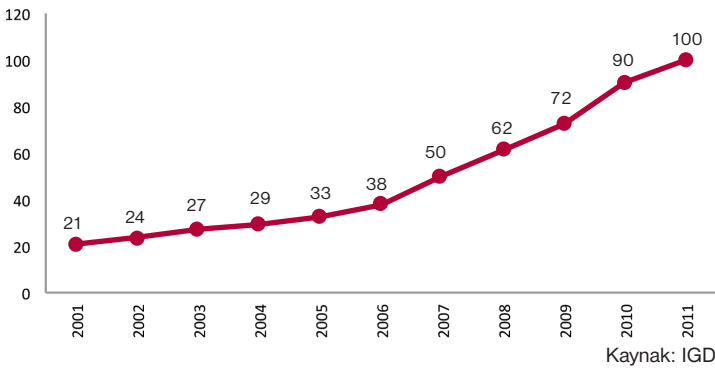
## Türkiye'deki En Büyük AVM'ler

Forum İstanbul AVM	İstanbul	175.000 m <sup>2</sup>
Marmara Forum AVM	İstanbul	135.000 m <sup>2</sup>
İstanbul Cevahir AVM	İstanbul	110.000 m <sup>2</sup>
Ankamall AVM	Ankara	107.000 m <sup>2</sup>
Torium AVM	İstanbul	90.000 m <sup>2</sup>
Antares Alışveriş ve Yaşam Merkezi	Ankara	85.000 m <sup>2</sup>
Anatolium AVM	Bursa	84.000 m <sup>2</sup>
Kentpark AVM	Ankara	80.000 m <sup>2</sup>
Panora AVM	Ankara	80.000 m <sup>2</sup>
Forum Ankara Outlet AVM	Ankara	80.000 m <sup>2</sup>
Korupark AVM	Bursa	74.580 m <sup>2</sup>
CEPA AVM	Ankara	73.000 m <sup>2</sup>
Forum Mersin AVM	Mersin	71.500 m <sup>2</sup>
Akkoza AVM	İstanbul	70.000 m <sup>2</sup>
Anatolium AVM	Ankara	70.000 m <sup>2</sup>
Meydan AVM Ümraniye	İstanbul	70.000 m <sup>2</sup>
212 AVM	İstanbul	70.000 m <sup>2</sup>
M1 Tepe AVM	Adana	69.000 m <sup>2</sup>
Forum Bornova	İzmir	67.000 m <sup>2</sup>
Viaport AVM	İstanbul	66.000 m <sup>2</sup>
Forum Kayseri AVM	Kayseri	65.000 m <sup>2</sup>
Akbatı Alışveriş ve Yaşam Merkezi	İstanbul	63.500 m <sup>2</sup>
Optimum Outlet AVM	Adana	61.000 m <sup>2</sup>
Deposite Outlet AVM	İstanbul	60.000 m <sup>2</sup>

## AVM Yoğunluğu

Şehirlerde AVM'lerin yoğunluğu, 1000 kişi başına düşen kiralanabilir alan (mağaza alanı) ile ölçülmektedir. 2010 yılında, Türkiye genelinde ortalama AVM yoğunluğu 1000 kişi başına 90 metrekare iken, 2011'de açılan AVM'lerle birlikte 100 metrekareye yükselmiştir. Avrupa ile bir kıyaslama yapıldığında ise, Avrupa'da ortalama AVM yoğunluğunun 220 metrekare olduğu düşünüldüğünde, Türkiye'de hala alışveriş merkezi geliştirilmesine ihtiyaç olduğu sonucu çıkarılabilir. Ancak bu ihtiyacın nüfus ve kişi başına düşen milli gelir artışı ile paralel şekilde planlanması gerekmektedir.

## 1000 Kişi Başına Ortalama TKA Artışı



## İllere Göre 1000 Kişi Başına TKA

ANKARA	225 m <sup>2</sup>
İSTANBUL	221 m <sup>2</sup>
DENİZLİ	163 m <sup>2</sup>
KAYSERİ	160 m <sup>2</sup>
BURSA	133 m <sup>2</sup>
TRABZON	131 m <sup>2</sup>
BİLECİK	125 m <sup>2</sup>
KOCAELİ	121 m <sup>2</sup>
ESKİŞEHİR	121 m <sup>2</sup>
KARABÜK	114 m <sup>2</sup>
SAKARYA	111 m <sup>2</sup>
TÜRKİYE	100 m <sup>2</sup>

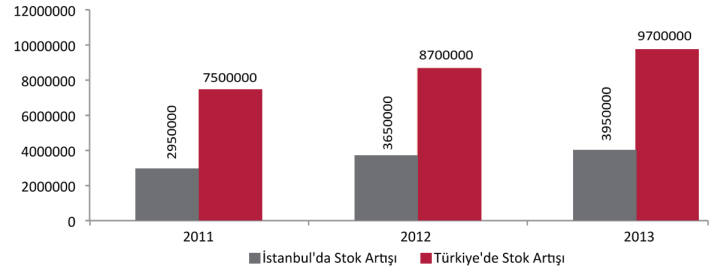
Kaynak: İGD, 2011

Yandaki tabloda Türkiye ortalamasının üzerinde bulunan şehirler ve AVM yoğunlukları görülmektedir. Ankara ve İstanbul'da 1000 kişi başına düşen mağaza alanı (TKA) Avrupa ortalamasındadır. Halen devam eden inşaatlarla birlikte, bu şehirlerdeki AVM piyasası doygunluk sınırına yaklaşacaktır. Bundan sonraki yıllarda, AVM yatırımlarında daha özellikli projeler geliştirilmesi, diğer yandan Anadolu şehirlerine yoğun bir yönelme olması beklenmektedir.

## Gelecek Stok

Tüm Türkiye'de, halihazırda planlanma aşamasında olan veya inşaatı devam eden 70 civarında AVM projesi vardır. Bu projelerin tamamlanmasıyla, 2013 yılının sonunda Türkiye'deki toplam AVM sayısının 370, 1000 kişi başına düşen TKA'nın ise 125 metrekare olması öngörülmektedir. Günümüzde artık büyük konut projelerinin içersinde 5.000 ile 15.000 metrekare arasında değişen alışveriş merkezleri veya alışveriş caddeleri planlanmaktadır. Bunlar da hesaba katıldığında 2013'te, Türkiye'deki toplam kiralanabilir AVM alanı yaklaşık 9.7 milyon metrekareye yükselecektir.

## Gelecek AVM Stoğu



İstanbul, bugün 3 milyon metrekareye yaklaşan mağaza alanı ile AVM piyasasında başı çekmektedir. Önümüzdeki 2 yıl içerisinde, İstanbul'daki mevcut stoğa 20'nin üzerinde AVM ve 1 milyon metrekare kiralanabilir alan daha eklenecektir.

## Devam eden projeler

İstanbul'da yapımına başlanan projelerin çoğu yeni konut alanları olarak gelişen Küçükçekmece, Başakşehir ve Ataşehir gibi ilçelerde yoğunlaşmaktadır. Marmara Park AVM (Esenyurt, 100.000 m<sup>2</sup>), Babil Çarşısı (Esenyurt, 48.000 m<sup>2</sup>), Neo City (Bahçeşehir, 65.000 m<sup>2</sup>), Mall of İstanbul (Başakşehir, 135.000 m<sup>2</sup>) ve Brandium AVM (Ataşehir, 60.000 m<sup>2</sup>) bu bölgelerde yapımına başlanan önemli projeler arasındadır.

İstanbul'un şehir merkezi de AVM yatırımları için bir çekim alanı olma özelliğini sürdürmektedir. İş merkezlerinin bulunduğu Şişli, Levent ve Maslak'taki mevcut alışveriş merkezlerine yakında Zorlu AVM (Zincirlikuyu, 60.000 m<sup>2</sup>) ve 42 Maslak AVM (Maslak, 21.000 m<sup>2</sup>) eklenecektir.

2012' de kapılarını açan Bulvar Samsun (15.000 m<sup>2</sup>), Tarsu AVM (Mersin, 27.700 m<sup>2</sup>) ve Manisa'nın ilk AVM'si olan Magnesia AVM'nin (Manisa, 19.000 m<sup>2</sup>) yanı sıra anadolu'da Batman, Siirt ve Niğde'nin 2013 yılına kadar ilk alışveriş merkezlerine kavuşması beklenmektedir.

## Rönesans Gayrimenkul

Optimum İzmir AVM	2012	58.500 m <sup>2</sup>
Kahramanmaraş AVM	2013	52.000 m <sup>2</sup>
Samsun AVM	2013	66.000 m <sup>2</sup>
Şanlıurfa AVM	Planlanıyor	50.000 m <sup>2</sup>

## Multi Development

Forum Adana	2014	45.000 m <sup>2</sup>
Forum Çanakkale	2015	27.800 m <sup>2</sup>
Forum Diyarbakır AVM	2015	43.400 m <sup>2</sup>
Gaziantep Forum	2013	44.000 m <sup>2</sup>
Forum Elazığ	2013	26.300 m <sup>2</sup>

## Turk mall

Novada Ataşehir AVM	2012	20.000 m <sup>2</sup>
Novada Maslak	2013	15.000 m <sup>2</sup>



## AVM PİYASASI RAPORU

ları beklenmektedir. Diğer yandan Rönesans Gayrimenkul İzmir, Kahramanmaraş, Samsun ve Şanlıurfa'da 50 bin metrekarenin üzerinde toplam 4 AVM projesi gerçekleştirmektedir. Forum İstanbul ve Forum Ankara'nın geliştiricilerinden Multi Development ise Adana, Çanakkale, Diyarbakır ve Elazığ'da birer Forum AVM açmayı planlanmaktadır. Tüm bu projelerle 2014 yılına kadar, Anadolu'daki toplam AVM alanı (TKA) 1 milyon 200 bin metrekareyi bulacaktır.

## Tüketici Profili

Tüketici eğilimleri ile ilgili araştırmalara göre AVM'ler sadece alışveriş için değil, eğlenmek ve sosyalleşmek ihtiyaçlarına da hizmet etmektedir. Özellikle çalışan kesimler için AVM'ler, haftasonları aileleriyle birlikte vakit geçirebildikleri mekanlar haline gelmiştir. Her ay, ülkedeki alışveriş merkezleri on binlerce kişi tarafından ziyaret edilmektedir.

Alışveriş merkezlerinde geçirilen zamanın artmasıyla birlikte tüketici harcamaları da artmaktadır. Tabii ki bu gelişmelerde hanehalkı gelirinin artmasının da rolü vardır. 2004 yılında hanehalkı başına perakende harcaması 452 lira iken, 2010 yılında 845 liraya yükselmiştir. Tüketicinin alım gücünün bu şekilde katlanarak artmasının alışveriş merkezlerine olan talebi de canlandıracağı düşünülmektedir.

## Kiralalar

2008'de yaşanan global krizin ardından alışveriş merkezlerinde kiralalar yükselme trendine girmiş, ancak ard arda açılan alışveriş merkezleri yüzünden kira artışları sınırlı seviyelerde kalmıştır. 2011 sonu itibarıyla, İstanbul ve Ankara'nın merkezi bölgelerindeki alışveriş merkezlerinde dükkan kiralaları aylık ortalama 75-85 €/m<sup>2</sup> civarlarında iken, Anadolu şehirlerinde 40-50 €/m<sup>2</sup> civarlarındadır. 2011'in sonlarına doğru döviz kurlarında yaşanan artış AVM kiracılarını zor durumda bırakmıştır. Kira ödemelerinde zaman zaman ortaya çıkan bu tür sıkıntıları gidermek için bazı AVM'ler döviz kurunu sabitleme yöntemine başvurmuştur. AVM'lerde döviz ile kiralaların 2012'de yürürlüğe girecek olan Türk Ticaret Kanunu ile birlikte kalkması beklenmektedir.

## Alışveriş Caddeleri

Türkiye alışveriş caddeleri açısından çok zengin bir ülke değildir. Bu, şehir merkezlerinde bu tür caddelerin önceden planlanmasından kaynaklanmaktadır. Var olan caddelerin de bir çoğu otopark imkanı, güvenlik vb gibi modern alışveriş koşullarını sağlayabilecek niteliklerde değildir. Bu sebeplerle alışveriş caddeleri perakendeciler açısından çok fazla ciro getiren yerler haline gelmemiştir. Yalnızca İstanbul'da Bağdat Caddesi, İstiklal Caddesi ve Nişantaşı karlılık açısından AVM'lerle yarışacak düzeydedir.

Diğer yandan, caddelerin AVM'lere göre avantajları bulunmaktadır. Açık havada bulunma ve şehir içinde dolaşma zevki insanların AVM'ler yerine caddeleri tercih etme nedenleri arasındadır. Yatırımcılar bu eksikliği, alışveriş merkezi projelerine sokak veya meydan özelliğinde açık alanlar ve dışa açılan dükkanlar ekleyerek gidermeye başlamışlardır. İstanbul'da İstinye Park, Viaport Pendik, ArenaPark (Küçükçekmece), Ümraniye Meydan AVM üstü açık alışveriş merkezi konseptinin uygulandığı başarılı örnekler arasındadır.

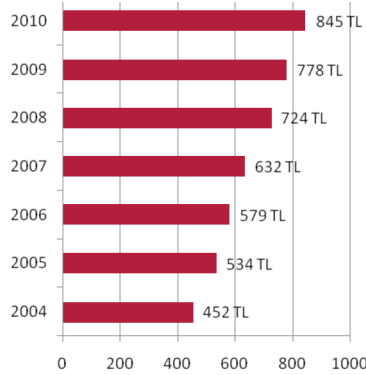
## 2012 Öngörülleri ve Yeni Trendler

Gerçekleştirilmekte olan projeler ve nüfus/gelir artışı oranları dikkate alındığında özellikle İstanbul ve Ankara'da AVM piyasasında bir doygunluk noktasına doğru gelinmektedir. Önümüzdeki yıllarda AVM projelerinin başarılı olması için tüketici isteklerinin detaylı bir şekilde analiz edilmesi ve farklılaşmaya gidilmesi büyük bir önem arz etmektedir.

Son yıllarda alışveriş merkezlerinde görmeye başladığımız temalı parklar tüketiciye, özellikle de çocuklara eğlenceli vakitler sunmakta ve diğer alışveriş merkezlerinden farklılaşmada önemli bir rol oynamaktadır. İstanbul'da temalı park konseptini hayata geçiren Torium AVM, Neomarin AVM ve Forum İstanbul'da buz parkı, safari parkı ve Jurassic Park gibi çeşitli eğlence alanları bulunmaktadır. Bunlara ek olarak 2011 yılında hizmete giren Ora AVM'de masal temalı bir lunapark bulunmakta olup, eski Tatilya'nın yerine yapılan ve 2012'nin ikinci çeyreğinde açılması planlanan Marmara Park AVM'de ise bir uzay parkı yer alacaktır.



## Hanehalkı Başına Aylık Ortalama Perakende Harcaması (TL)



Kaynak: TÜİK