

İstiklal Caddesi genç giyimde yeniden marka

Çok eskiden İstanbul'un en lüks mağazalarının sıralandığı Beyoğlu, bu niteliğini kaybedince yakınlar olmuştu. Ama cadde kendi dinamiğiyle gelişmeye devam etti. Gençlere ve turistlere seslenen büyük bir eğlence ve kültür merkezi oldu. Son iki yıldır bir başka değişim daha göze çarpıyor: Ünlü giyim markaları burada mağazalar açıyor.

■ Emre ERDOĞAN



Dükkan arayanlar arttı

Yirmi yıldır İstiklal Polo Garage'ın mağaza müdürlüğünü yapan Zeki Özçoban, son iki senedir Beyoğlu'nun çehresinin değiştiğini söylüyor: "Diğer ünlü firmalar da gelince, bir baktık gece 22.00'de bile şık insanlar alışverişe gelmeye başladı. Bu durum satışta da yansıdı. Geçen senelere oranla adet bazında yüzde 160 artış görüldü. Devamlı olarak Taksim'de mağazası olmayan firmalardan, bildiğiniz boş dükkan var mı, diye sorular geliyor bana. İstiklal Caddesi'nde 50-100 metrekare arası bir yer için, aylık 15-20 milyar kira isteniyor. Üç katlı binaların aylık fiyatları 40-50 milyara çıkabiliyor. Son olarak İstiklal Caddesi'nde kiraya verilen bir dükkanın sadece hava parası için 500 milyar istendi."



■ Fotoğraflar: Kutup DALGAKIRAN

Turist faktörünü göze aldık

İstiklal Caddesi'nde son açılan marka Puma. Doğu Avrupa'daki ilk konsept mağazasını 16 Nisan'da Beyoğlu'nda açan Puma, burada diğer mağazalardan farklı olarak sportif olmayan ürünler de satıyor. Gözlük, mayo ve iç giyim ürünleri bunlardan bazıları. Yakında Puma markalı parfüm de satılacak. 1 milyon euroluk bir yatırım yapılan mağaza için Beyoğlu'nun seçilmesi tesadüf

değil. Puma yetkilileri özellikle Taksim'i ziyaret eden turistleri ve gezmeye çıkan gençleri hedefliyor: "Konsept bir mağaza için Taksim birebir. Çünkü Nişantaşı'nu fazla turist ziyaret etmez. Ama Beyoğlu, New York, Paris ve Amsterdam'la yarışabilecek bir yer". Mağazada çalışanların en az bir dil bilme zorunluluğu var. Haftasonu 8 bin kişi Puma Beyoğlu mağazasına uğruyor.



Diesel'in özel takı koleksiyonu sadece Beyoğlu'nda

İlk mağazasını Akmerkez'de açan gençlerin gözde markası Diesel'in Beyoğlu'nda iki mağazası var. Meydana yakın olan mağazada sadece Diesel ayakkabıları satılıyor. Caddede 4 katlı ikinci mağazası geçen kasımda yenilenip açıldı. Beyoğlu'na turistlerin ve entelektüel kesimin sıklıkla uğraması onlar için önemli. Diesel yetkilileri "İstiklal Caddesi hep Türkiye'nin en önemli alışveriş merkezlerinden biri olmuştur. Ekonominin zayıf olduğu dönemlerde bile turistler bu dengeyi ayakta tuttu" diyorlar. Ciro açısından Bağdat Caddesi'yle eşdeğer olan Beyoğlu Diesel Mağazası'nda, dünyada sadece Diesel'in beş mağazasında bulunan takı koleksiyonu da var.

Markiz'e önce yaşlılar geliyordu şimdi gençler geliyor

Geçen aralık ayında açılan Markiz Pasajı sayesinde, daha önce İstiklal Caddesi'nde görmediğimiz markalar Taksim'le tanışmış oldu. Gömlek Markası Ravelli, kadın ve erkek ayakkabı markası Ivy-Oxford/Dunlop, hazır giyim markası Stefanel, Miss Sixty ve Energie bunlardan birkaçı. Aydın Saat, ayakkabı ve çantalarıyla ünlü Demirel, çanta ve deri mont markası Vario, Markiz Pasajı'nda bulunuyor. Pasajdaki mağazalardan sadece Mavi Jeans'in daha önce İstiklal'de şubesi bulunuyordu. Gençlerin tercih ettiği "sokak modası" markası Miss Sixty ve Energie, İstiklal Caddesi'ndeki hareketin farkında. "Markiz ilk açıldığında eski Markiz'i merak eden bir kitle geliyordu. Şimdi gençler gelmeye başladı" diyorlar.



Çevredeki okullar önemli bir faktör

Geçen haziranda açılan Nike İstiklal Mağazası'na, hafta sonları 4 bin kişi geliyor. Altı katlı bu mekanda, spor kıyafetlerin yanında gece giysileri bile var. Nike, çevredeki okulların önemli bir etken olduğunu belirtiyor. Şu aralar gençlerden en çok ilgi gören ürünler arasında, Nike İstanbul tişörtleri bulunuyor.



Adidas'ın da mağazası var

Bir buçuk sene önce açılan Adidas mağazasında, 500'e yakın çeşit bulunuyor. Spor ürünlerinin yanında, özel temalı koleksiyonlar ve özel ayakkabılar da yer alıyor.

Trafiğe kapalı, o yüzden orta yaş üstü gelmiyor

Sekiz mağazalı bir zincir Blue System, son mağazasını iki ay önce İstiklal'de açtı. Mağaza yetkilileri şöyle diyor: "Buradaki canlı kültür ve sanat etkinlikleri ve kafeler genç nüfusu çekiyor. Caddenin trafiğe kapalı olması orta yaş ve üstü grupların buraya pek gelmemesini sağlıyor. Gençler açık havada yürümekten ve mağazaları gezmekten hoşlanıyor. Bu nedenle gençlere yönelik markalar için Beyoğlu ideal." İstiklal Caddesi'ndeki Blue System mağazasına hafta sonları 1000 kişi geliyor.

Burası İstanbul'a gelen tüm turistlerin uğradığı ilk yer

İki sene önce açılan mağazalardan Adil Işık, genelde orta yaş grubuna hitap etmesiyle tanınıyor, ama Beyoğlu'nda gençlere de satış yaptıklarını, yaş sınırının 14'e kadar indiğini belirtiyor. Mağaza yetkilileri "İstanbul'a gelenlerin ilk geldiği yer Beyoğlu'dur. Bu yüzden gelecekte burası dünyanın merkezi olmaya aday" diyor.

Bir markaysan burada mağazan olmalı

İki buçuk sene önce açılan Tiffany Beyoğlu'nun aylık satış miktarı 4300 parça civarında. Onların da müşterilerini gençler oluşturuyor. Dokuz ay önce açılan Rodi yetkilileri ise, Beyoğlu'nun kendine özgü bir imajı olduğunu, bir markanın kesinlikle burada bir mağazasının olması gerektiğini söylüyor.