

# 2025 MODA TRENDRERİ

HAZIRLAYAN

Gizem ıldız

OGGUSTO Editörü



Kbra Hani

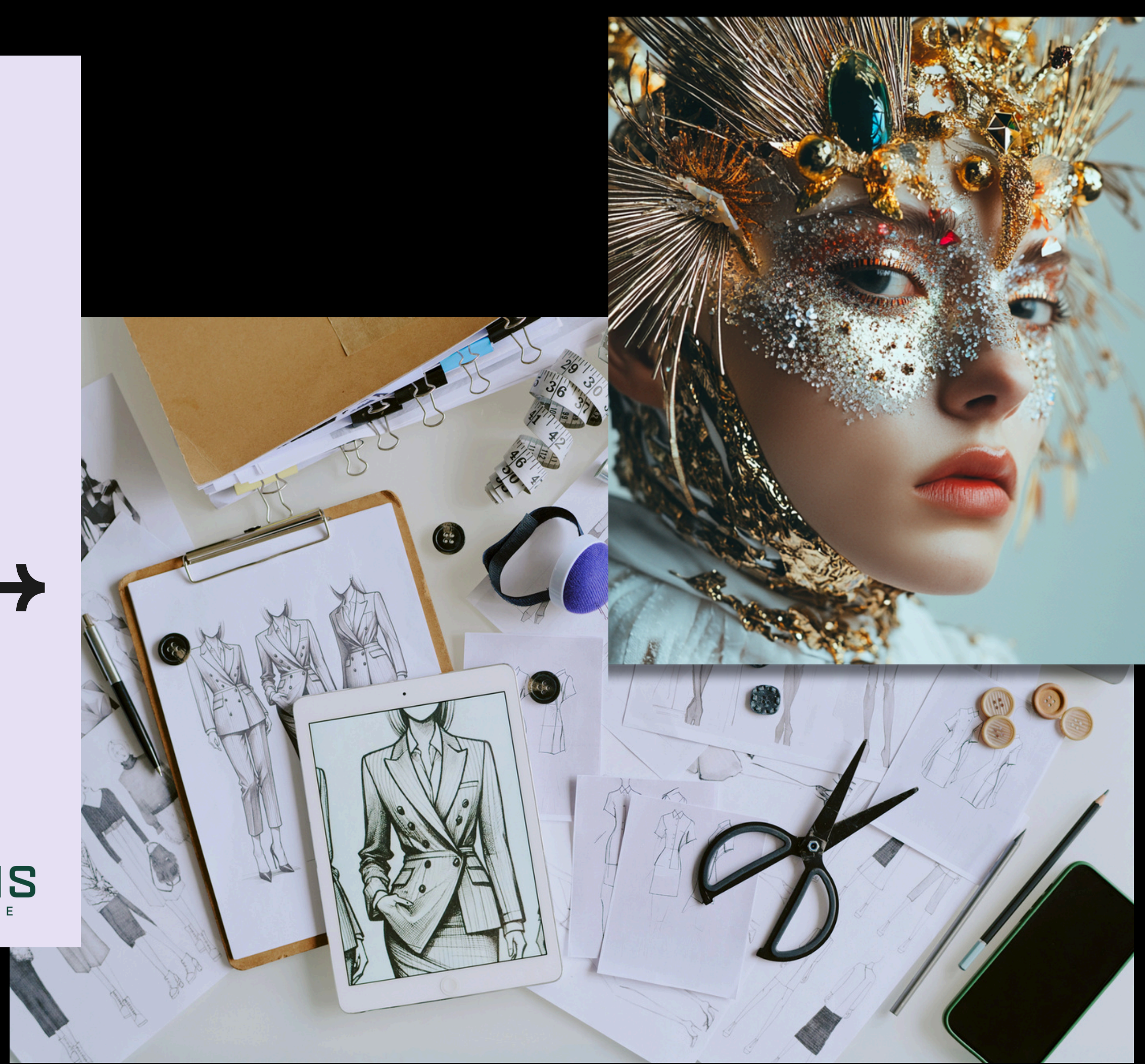
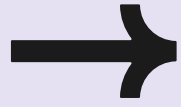
OGGUSTO Moda Koordinatörü

*\*Bu rapordaki bilgiler kaynak gösterilmeden yayınlanamaz.*

## OGGUSTO

RAMS'in Katkılarıyla

 **RAMS**  
TÜRKİYE

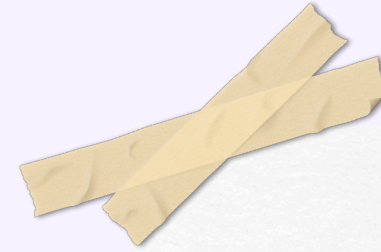


## Moda Dünyasında Büyüme Yüzdesi Tek Haneli Kalıyor

Daha duyarlı, açık fikirli ve kabullenici düşünce biçimlerinin hayatımıza giderek daha fazla entegre olması, geleneksel normları sarsarak yeni bir düzen yaratmaya devam ediyor... Bu değişime en çok zorlanan sektörlerin başında ise moda sektörü geliyor. Son birkaç yıldır sürdürülebilirlik, dijitalleşme ve duyarlılığın en çok konuşulduğu alanlardan biri olan moda, bu yeni düşünce akımlarının ışığında hem tasarım anlayışı olarak hem de üretim süreçlerinde köklü bir dönüşüm geçiriyor.



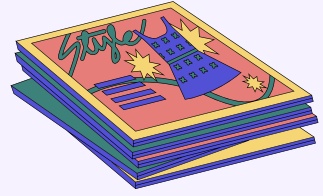
Moda sektöründe markalar büyümek için hacim ve pastadaki pay artışına odaklanacak. Globaldeki fiyat artışları tüketiciler tarafından kabul görmeyecek ve satın almaya yaklaşım azalacak. Sektördeki büyümenin ise tek haneli yüzdelerde kalması bekleniyor. Bunun sonucu olarak da markaların satış yapabilmek için ciddi bir pazarlama stratejisi geliştirmeleri gerekecek.



Dijitalleşme, kişiselleştirme ve etik... 2025 yılında moda sektörüne bu kavramlar yön verecek.



# 2025'te Moda Dünyasını Neler Bekliyor?



Markalar, kaynak tüketimini azaltıp, geri dönüşümü destekleyecek



Etik moda anlayışı sektörün kalbine yerleşiyor



Doğaya uyumlu ürünler ve üretim süreçleri öne çıkacak



Yenilikçi üretim teknikleri ve teknolojileri artıyor



Modada dijital inovasyonlar konuşulacak



Cinsiyetsiz ve kişiselleştirilmiş moda yükseliyor

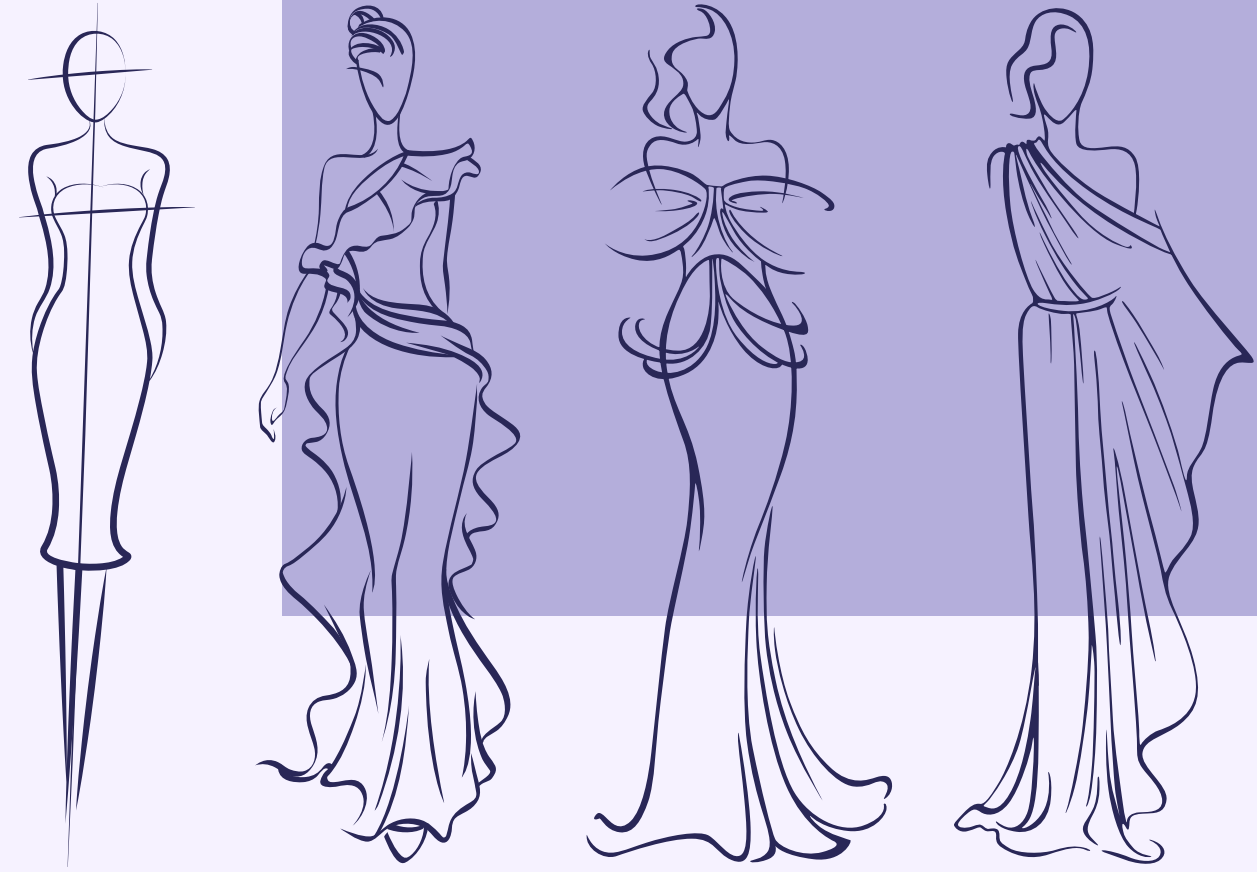
## 2025 Moda Sektörüne Hızlı Bakış

BoF ve McKinsey'in birlikte hazırladığı The State of Fashion 2025 Raporunda global moda ekonomisi, değişen tüketici alışkanlıkları ve moda sistemleri konusunda ilginç rakamlar var. Bu rakamlara göre:

**Küresel Ticaret yeniden şekilleniyor** ve ticari engeller artıyor. 2015 yılından beri 5 kat artan engellere sadece 2023'te yaklaşık 3.000 kısıtlama getirildi.

**Çin'in ekonomik yavaşlaması** ve değişen tüketici tercihleriyle Asya'nın Yeni Büyüme Motorları değişiyor. Hindistan'ın özellikle orta segmentteki moda pazarının 2025'te yaklaşık %12 ila %17 oranında büyümesi bekleniyor.

**Lüks pazarı Japonya'da yükseliyor.** Ülkenin lüks pazarında 2024'te yakaladığı %25-%30 oranında büyümenin 2025 yılında turizmin etkisiyle daha da devam edeceği öngörülüyor.



**Seçenekler artıyor ve anlayışlar değişiyor.** Keşifler de yeniden şekilleniyor. Moda sektöründeki yöneticilerin yüzde 50'sine göre yapay zeka ile güçlendirilmiş içerik ve arama formatı, 2025'te tüketici ürün keşfinde temel kullanım durumu olarak öne çıkacak.

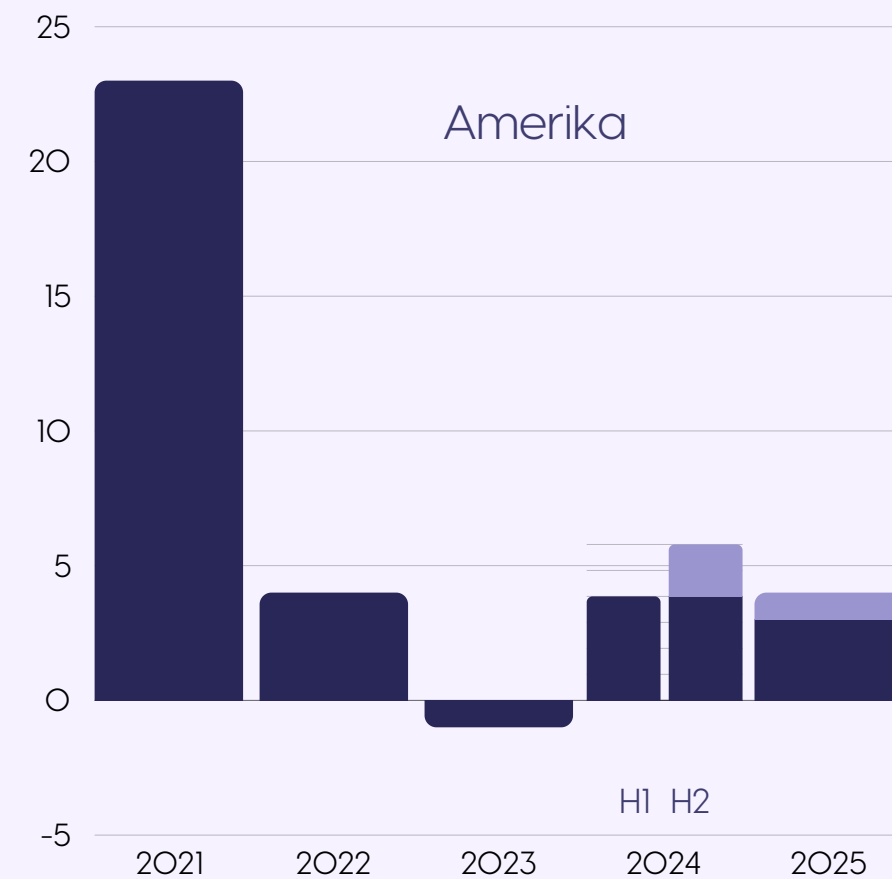
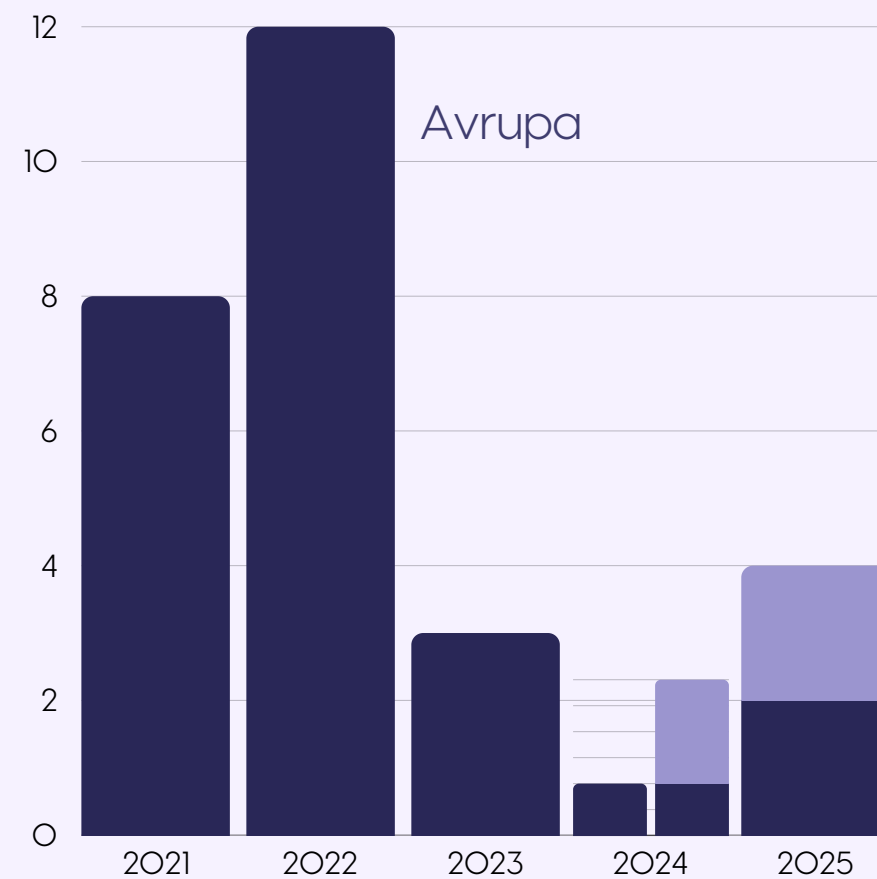
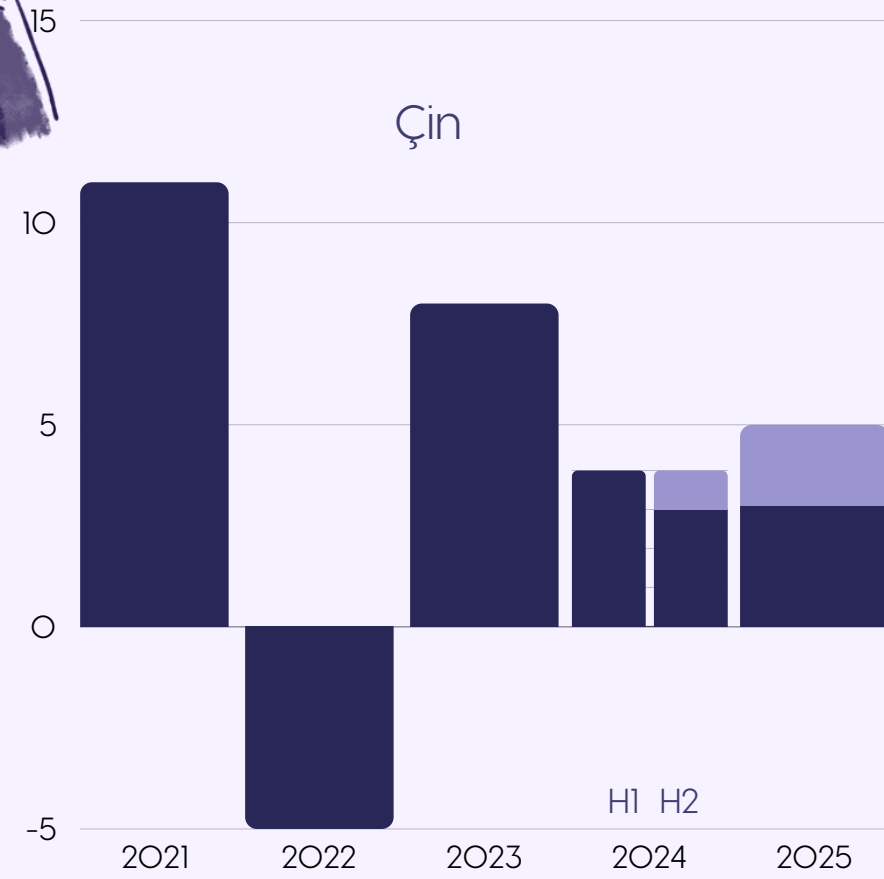
**50 yaş üstü alıcılar** 'Silver Spenders' (gümüş harcamacılar) olarak tanımlanıyor. küresel harcamalarda yüksek paya sahip olmaya devam ediyor.

**Yükselen fiyatlar ve ekonomik baskılar** nedeniyle biçilen değerlerde değişimler görülüyor. Tüketiciler artık maliyet bilincine sahip davranışlar sergiliyor. Tüketicilerin %70'i, gelecek 12 ay içinde maddi durumları iyileşse bile outlet ve indirimli mağazalardan alışverişe devam edeceklerini belirtiyor.



## Moda perakende satışlarında yıllık büyüme, (%)

### Lüks olmayan pazar





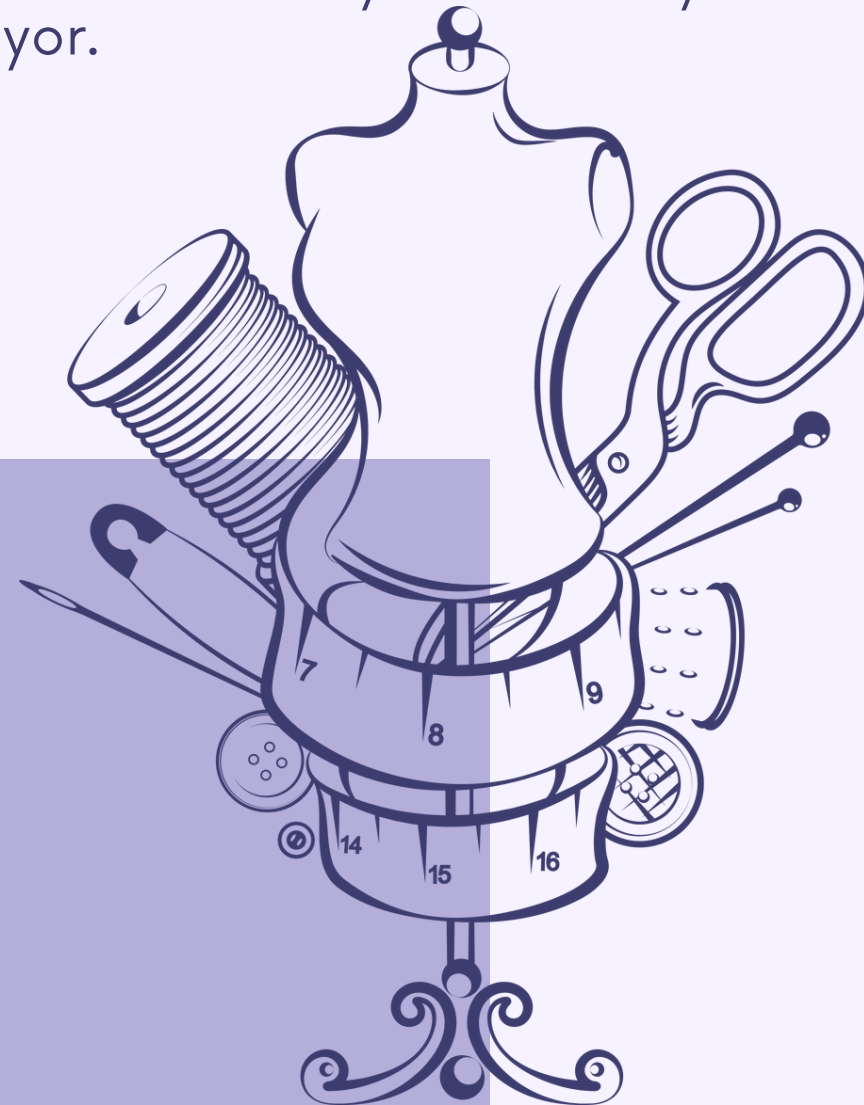
# Etik Moda Anlayışı Sektörün Kalbine Yerleşiyor



## 1.1.

## Satin Aldığınız Her Ürünün Karbon Ayak İzini Anında Öğrenebilirsiniz

Son yıllarda modanın merkezine yerleşen 'etik' kavramı, tüketici davranışlarını şekillendiren en önemli unsurlardan biri haline geldi. Şeffaflık, sürdürülebilirlik ve sorumlu üretim, tüketicilerin satın alma kararlarını etkileyen temel değerler haline gelirken, markalar da bu beklentilere yanıt vermeyi bir öncelik haline getirmeye başlıyor.



Deloitte'un tüketici alışkanlıkları araştırmasına göre, tüketicilerin %75'i, etik olarak üretilmiş bir ürün için daha fazla ödemeye istekli. Bu talep doğrultusunda markalar, ürün etiketlerinde çevre dostu materyaller ve üretim süreçleri hakkında daha şeffaf bilgiler sunacaklar. Aynı zamanda, dijitalleşmenin etkisiyle müşteriler, satın aldıkları her ürünün karbon ayak izini anında öğrenebilecekler.

## Markalar İşçi Haklarına Ne Kadar Saygı Gösteriyor?

Bugün Stella McCartney'den H&M'e kadar birçok moda markası, geri dönüştürülmüş malzemelerle hazırladıkları koleksiyonlarıyla dikkat çekiyor. Markalar, adil işçilik uygulamaları, sürdürülebilir tedarik zincirleri ve çevre dostu malzemelerle üretim yapmayı bir zorunluluk olarak görerek, karbon ayak izlerini azaltan üretim süreçlerine yatırım yapıyor.

Etik moda, yalnızca çevreye duyarlı üretimle değil, sosyal sorumlulukla da şekilleniyor. İşçi haklarına saygı gösteren, adil ücret politikaları benimseyen ve güvenli çalışma koşulları sağlayan markalar, tüketiciler tarafından daha güvenilir kabul ediliyor. Ayrıca, döngüsel ekonomi prensiplerine dayalı giysiler, "yeniden kullan, tamir et ve geri dönüştür" kültürünü teşvik ederek modada daha sürdürülebilir bir yaklaşımı ön plana çıkarıyor.





# 1.2.

## Geri Dönüştürülmüş Kumaşlar Fosil Kaynaklara Olan Bağımlılığı Azaltıyor

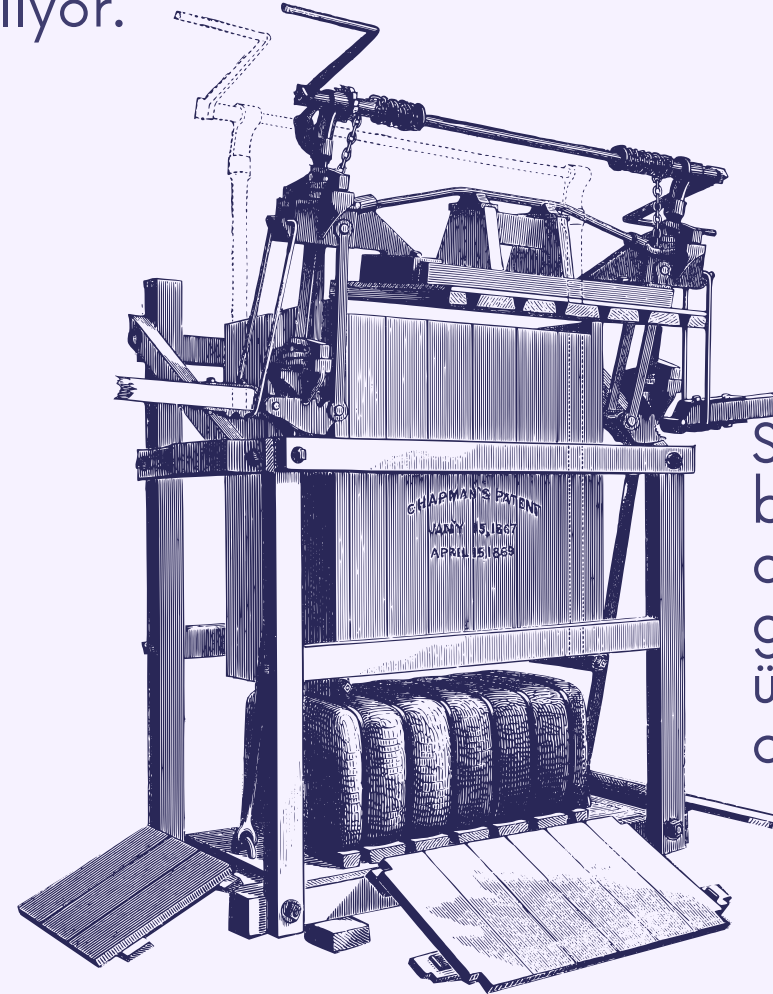


Sürdürülebilirlik, moda'nın üretim süreçlerinde büyük değişimler yaratıyor. Doğal materyallerin kullanımı artarken, keten, kenevir, rejeneratif pamuk ve yün gibi doğal malzemelerin kullanımı ön plana çıkıyor. Markalar, çevre dostu üretim tekniklerine yatırım yaparak su tasarrufunu artırıyor, biyolojik çeşitliliği koruyor ve toprak yenilenmesini sağlıyor. Ayrıca, geri dönüştürülmüş kumaşlar ve yenilenebilir sentetikler gibi çözümler, fosil kaynaklara olan bağımlılığı azaltıyor. Bu gelişmeler, markaların sürdürülebilirliğe daha fazla odaklanmasını ve çevresel etkilerini en aza indirmesini sağlıyor.

# 1.3.

## Su Tüketmeden Gerçekleştirilen Denim Üretimiyle Doğal Kaynaklar Korunuyor

2025 yılı itibariyle, sürdürülebilir moda daha da ilerlemeye ve gelişmeye devam ediyor. Su, enerji ve kimyasal tüketimini azaltmayı hedefleyen inovasyonlar, moda endüstrisinde önemli rol oynayacak. Denim üretiminde su tüketmeden gerçekleştirilen süreçler, kapalı devre boyama sistemleri ve doğal boyaların daha sürdürülebilir şekilde kullanımı gibi gelişmeler, doğal kaynakların korunmasına katkı sağlıyor.



Spiber'in geliştirdiği Brewed Protein™ teknolojisi, bitki bileşenlerinden üretilen yenilikçi filamentlerle modayı dönüştürüyor. Aynı şekilde, Lanzatech'in çelik fabrikalarındaki gaz emisyonlarından ürettiği polyester, sentetik materyallerin üretiminde çevre dostu bir alternatif sunuyor. Bu yenilikler, moda dünyasında döngüsel ekonomi anlayışını daha da pekiştiriyor.



## Etik Modada Sorumluluk Hem Markada Hem De Tüketicide

- \* Etik moda, 2025 yılında sadece markaların değil, tüketicilerin de sorumluluk almasını gerektirecek.
- \* Daha bilinçli bir tüketici kitlesi, satın alma kararlarında çevre dostu ve etik seçenekleri önceliklendirecek.
- \* Markalar ise bu taleplere karşılık vermek için sürdürülebilir malzemeler ve üretim süreçlerine dair şeffaf bilgilere etiketlerinde yer verecek ve karbon ayak izlerini anında öğrenme imkanı sunacak. Bu sayede, moda sektörü daha sürdürülebilir, doğaya uyumlu ve insan haklarına saygılı bir yapıya doğru evrilecek ve etik moda, tüm paydaşlar için bir norm haline gelecek.



# 1.4.

## Döngüsel Moda Büyüyor

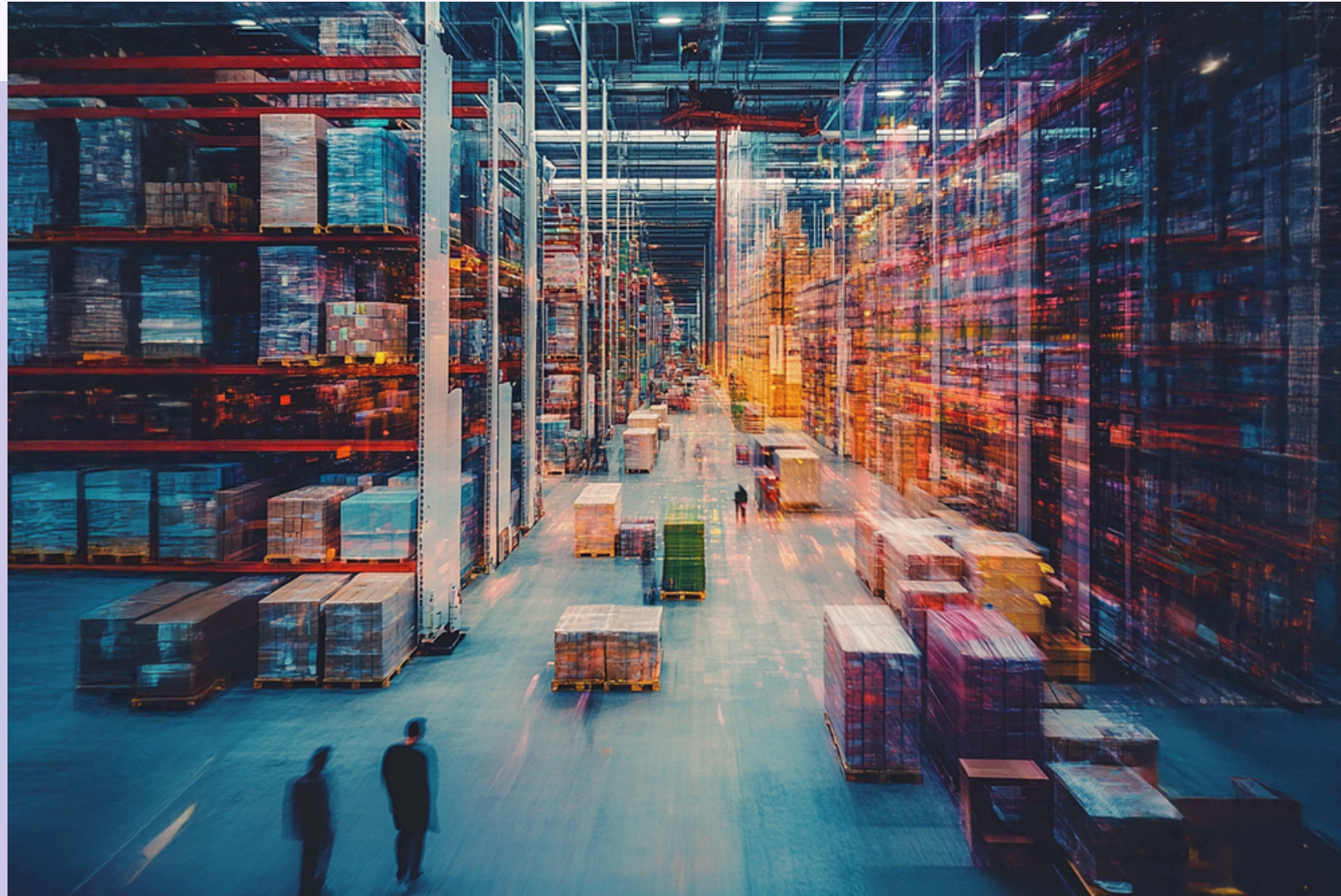
Sürdürülebilir moda sadece çevre dostu üretimle sınırlı kalmıyor; aynı zamanda döngüsel ekonomi prensipleriyle şekilleniyor. Markalar, geri dönüştürülmüş kumaşlar ve organik boyalarla koleksiyonlar hazırlarken, kiralama ve ikinci el moda sektörleri de hızla büyüyor.

Döngüsel iş modelleri, atık azaltımını teşvik ederek, geri alım programları ve geri dönüştürülmüş giysi koleksiyonlarıyla daha çevre dostu bir sistem oluşturuyor. Bu, modanın hayat döngüsünü uzatarak, tüketicileri daha bilinçli ve sürdürülebilir alışverişe yönlendiriyor.



## Moda Sektöründe Türkiye'nin Yükselişi

Lüks ve lüks olmayan moda sektörü dünya genelinde dalgalanan bir grafik gösterse de konunun merkezine Türkiye'yi alırsak yükselişte bir seyir görüyoruz. Global firmalar hem üretim hem de lojistik için Türkiye'yi oldukça avantajlı buluyor. Bu avantaj da rakam olarak geri dönüyor. Bof ve McKinsey'in raporunda da Türkiye'nin avantajları ve bu avantajların getirdiği yükselişe dikkat çekiliyor.



### Tekstil üretiminin 5'te 1'i Türk malı

Türkiye'nin küresel tekstil üretimindeki payı son 20 yılda ikiye katlandı. 2023 yılında Avrupa'ya yapılan tekstil ve hazır giyim ihracatındaki payı %6'ya ulaştı ve bu oranla Vietnam'ı geride bıraktı.

### AB'nin tedarik adresi Türkiye

Avrupa'daki markaların %25'inden fazlası Türkiye'yi kritik bir tedarik lokasyonu olarak listeliyor. Türkiye, Inditex, H&M, Boohoo ve Asos gibi büyük markalar için geniş bir tedarik ağını barındırıyor.

### Hızlı teslimat büyük avantaj

Asya-Pasifik'teki 150-170 günlük teslimat sürelerine kıyasla, Türkiye'de teslimat süreleri 50 günün altına düştü ve nakliye ortalama sadece 7 gün sürüyor. Bu, tedarik zinciri izlenebilirliğini ve hızını artırıyor.

### Alışveriş siteleri işbirliği istiyor

Popüler alışveriş sitesi Shein, Türkiye'de yaklaşık 1.000 üreticiyle iş birliği yaparak, üretimi temel tüketici pazarlarına daha yakın konumlandırma stratejisini destekliyor.



# Vintage Mağazalar Hızla Yükseliyor

OGGUSTO



Tüketiciler hem şık hem de anlamlı ürünlere yatırım yapıyor.



2025, kadın modasının lüks ve yenilikçi bir evreye doğru ilerlediği bir yıl olacak. Klasik şıklığın modern dokunuşlarla harmanlandığı bu dönemde, markaların arşivlerine dönerek nostaljik öğeleri yeniden yorumladığına tanık olacağız.

Gün batımı renklerinin hakim olduğu pastel paletler, tasarımlara romantik ve huzurlu bir atmosfer katacak. Sürdürülebilirliğin ön plana çıktığı ve kişiselleştirilmiş tasarımların daha da önem kazandığı bu dönemde, doğal materyaller ve etik üretim süreçleri lüksün yeni kriterleri haline gelecek. İpek, kaşmir ve organik pamuk gibi doğal kumaşlar hem şıklık katacak hem de çevreye duyarlı bir yaklaşım sergileyecek.

90'ların minimalizmi ve 70'lerin bohem ruhu, modern silüetlerle yeniden yorumlanıyor. Romantik maksimalizm akımıyla birlikte bol detaylı, çiçekli ve volanlı kıyafetler de popülerliğini koruyor.



### Beste Midilli

Beymen, İthal Kadın Markalar Satınalma Müdürü



Valentino

Valentino'nun koleksiyonlarında sıkça karşımıza çıkan teatral detaylar, kırmızı halıya hazır bir şıklık sunuyor. Ancak bu romantik havayı dengelemek için güçlü silüetler de önemli bir yer tutuyor.

Üstün işçilik, her parçaya özel bir değer katacak ve lüksün gerçek anlamını yansıtacaktır. Alaia'nın couture kalitesi ve Bottega Veneta'nın el işçiliği, bu durumun en güzel örnekleri arasında yer alıyor. Doğal renkler, desenler ve asimetrik kesimlere sahip tasarımlar ise moda hareketlilik katacak. Loewe'nin özgün desenleri ve Chloe'nin romantik detayları, bu trendin öncü markaları arasında bulunuyor.

Jacquemus gibi markalar, minimal silüetleri büyük aksesuarlarla birleştirerek, çarpıcı bir kontrast yaratıyor. 2025'te kadın modası, lüksün sadece maddi değeriyle değil, aynı zamanda sürdürülebilirlik, teknoloji, estetik ve geçmişe saygı gibi değerlerle de ölçüldüğü bir dönem olacak. Tüketiciler hem şık hem de anlamlı ürünlere yatırım yaparak, kendi tarzlarını yansıtan ve çevreye duyarlı bir moda anlayışı benimseyecekler.

OGGUSTO

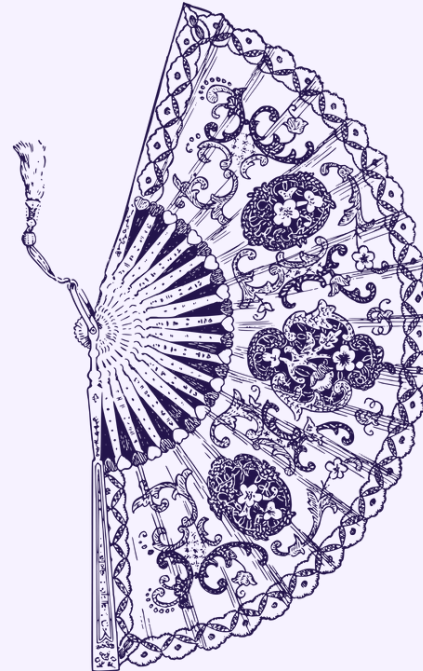
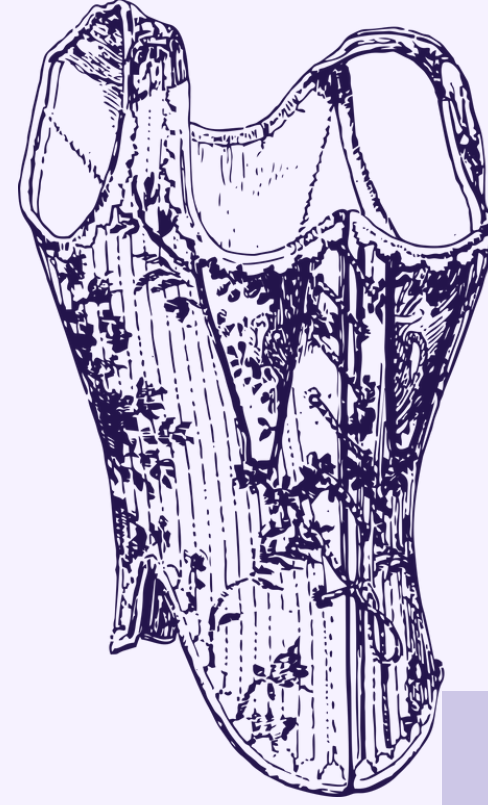




## 2.1. Modada "Yeniden Doğuş" Kültürü

Sürdürülebilirliğe artan ilgi, alışveriş alışkanlıklarını da değiştirdi. Vintage mağazalar uğruna seyahat edilecek kadar kıymetleniyor. Yeni kıyafet üretiminin çevresel etkileri göz önüne alındığında, daha az üretim ve daha az atıkla kaliteli ürün arayışı, tüketicilerin vintage ve ikinci el alışverişe yönelmesine yol açtı. Hızla değişen moda trendlerinin etkisiyle, tüketiciler artık daha kaliteli, benzersiz ve sürdürülebilir seçenekleri tercih ediyor.

Kimsede olmayan parçalara sahip olma isteğiyle özel parçalar arayan tüketiciler, sadece online ya da butiklerden değil, dünyanın en iyi vintage butikleri ve bit pazarlarından alışveriş seçeneğini de benimsiyorlar. Avrupa'daki ünlü vintage butikleri, seyahati seven moda meraklılarının rotasında önemli bir durak halinde. İkinci el ve vintage alışverişin popülerliği arttıkça, bu sektör, ekonomik ve çevresel katkıları göz önüne alındığında hızla büyüyen bir pazar haline geliyor. Bu, sadece kıyafetleri yeniden kullanmakla kalmayıp, moda dünyasında "yeniden doğuş" kültürünü de pekiştiriyor.





# Modada Dijital İnovasyonlar Konuşulacak



# 3.1.

## Sosyal Ticaretin Yükselişi

Sosyal medya ve dijital platformlar, hayatımızın her alanında olduğu gibi moda endüstrisinin de merkezi olmaya devam ediyor. Sosyal ticaret, TikTok, Pinterest, Instagram gibi platformlar aracılığıyla gelişirken, müşteriler bir ürünü almadan önce o ürünü görüyor, aynı ürüne sahip olan diğer tüketicilerin ürün hakkındaki yorumlarını, deneyimlerini inceleyerek o ürünü alıp almama konusunda bir karar veriyor.



*Thank  
You for  
Shopping  
With us!*

OGGUSTO



## Moda Uğruna Seyahat Noktası: Ginza

Her zaman kendine has sokak modası olan ve farklı akımların çıkış noktası olan Japonya sadece alışveriş için bile gidilen bir destinasyon haline geliyor. Yen'in dolar karşılığında avantajlı hale gelmesi Japon ekonomisi için tartışmalı olsa da Tokyo'da lüks alışveriş rakamları hızlı bir yükselişe geçti. Şehrin lüks moda alışverişiyle öne çıkan Ginza bölgesinde ünlü modaevlerinin kapısında oluşan uzun kuyrukların 2025 yılında daha da artması bekleniyor. 2024'ün ilk yedi ayındaki toplam ziyaretçi sayısı, geçen yıla göre %7,4 artarak 21 milyonu geçen Japonya'ya gelen turistlerin çoğunun lüks alışveriş yaptığı düşünülüyor.



Alışveriş sürecini kolaylaştıran sosyal ticaret sayesinde tüketiciler, alışveriş yaparken fiyat karşılaştırma, stok ve tedarik durumlarını takip etme gibi talepleri için sosyal medya ve mağazaların online uygulamalarını kullanmaya devam ediyor.

Markalarsa sosyal medya üzerinden yürüttükleri dikkat çekici kampanyalarıyla sadık müşterileri ile iletişim halinde kalırken, potansiyel müşteri pazarını da genişletiyor.

Retail Economics'e göre 2026 yılına kadar çevrimiçi satışların, giyim satışlarının %60'ını oluşturması bekleniyor.



Çevrimiçi alışveriş yapanların %69'u, alışveriş sırasında doğrudan perakendecinin arama çubuğunu kullanıyor.



ancak %80'i arama deneyiminden memnun değil ve siteyi terk ediyor.

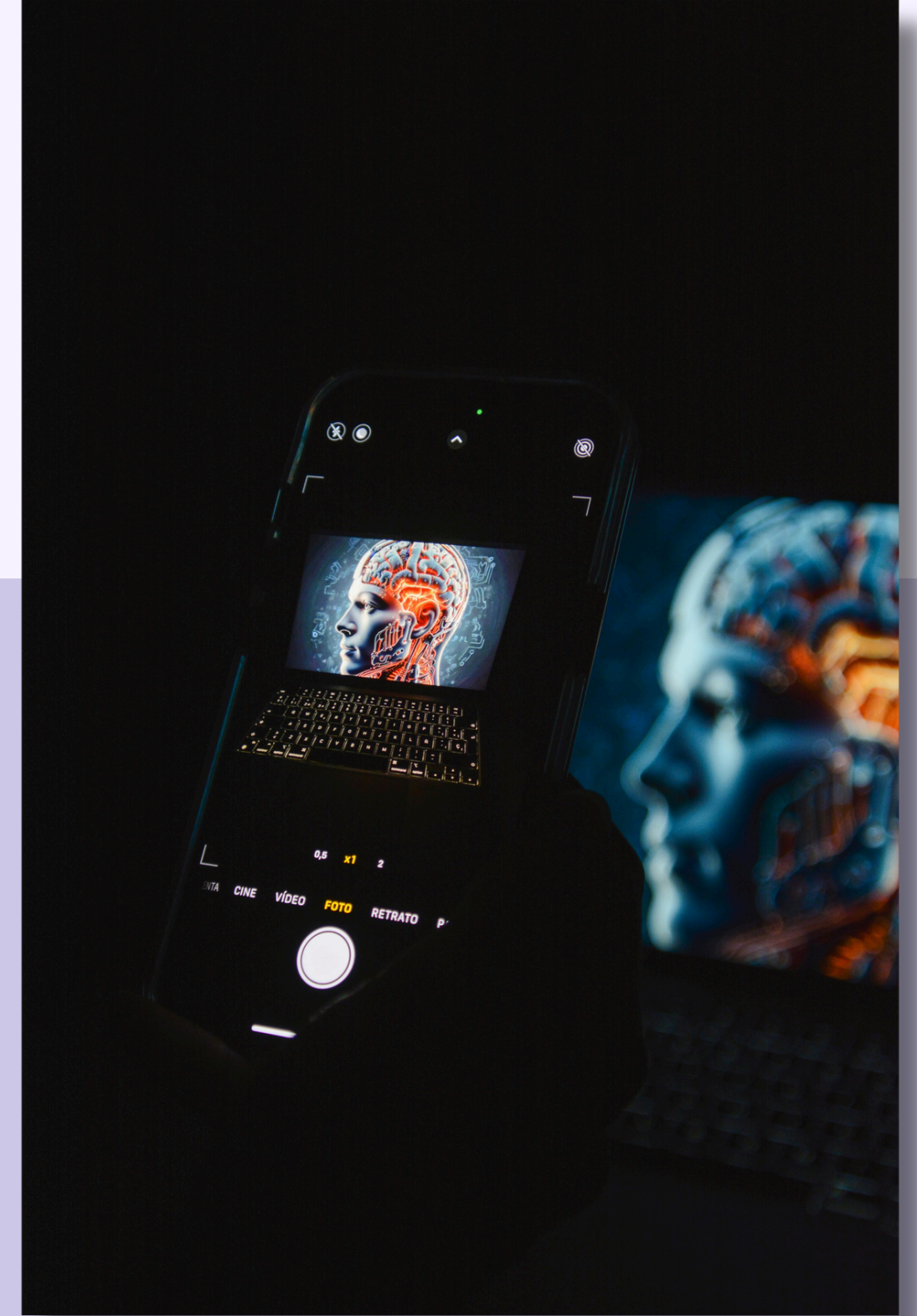


Moda markalarının %50'si, 2025'te generatif yapay zekânın ürün keşfi için ana kullanım durumu olacağını belirtti.

## 3.2. Artırılmış Gerçeklik ve Otomasyon

Artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR) teknolojileri, moda dünyasında hızla yaygınlaşarak sektörde dijitalleşmenin önünü açıyor. Bu yenilikçi teknolojiler, moda endüstrisinde kullanılan otomasyon ve veri analitiğiyle üretim süreçlerini optimize ederek israfı azaltıyor ve verimliliği artırıyor.

Tüketicilerin sanal ortamda kıyafet denemelerini mümkün kılan AR ve VR uygulamaları, iade oranlarını düşürmeyi hedefliyor ve böylece çevreye verilen zarar en aza indiriliyor. Ayrıca, dijital moda fuarları ve sanal showroom'lar sayesinde fiziksel üretim ve nakliye ihtiyacı minimuma indirilerek sürdürülebilir moda çözümleri güçleniyor. Bu dijital dönüşüm, modayı hem çevreye duyarlı hale getiriyor hem de tüketici deneyimlerini daha erişilebilir ve interaktif kılıyor.



## Üretken Yapay Zeka: 2025'te Ürün Keşfi ve Alışveriş Deneyimlerini Dönüştürüyor

Yapay zekanın moda sektöründeki en büyük etkilerinden biri online satış ve benzeri kanallarda oluyor. 2025 yılı sonunda yapay zekanın alışveriş sitelerine daha çok entegre olması bekleniyor.



- \* Moda yöneticilerinin %50'si, 2025'te tüketici ürün keşfi için üretken **yapay zekanın önemli** bir rol oynayacağını düşünüyor.
- \* Müşterilerin %69'u **online alışveriş** yaparken doğrudan bir perakendecinin arama çubuğuna gittiklerini belirtiyor. Ancak, %80'i arama deneyiminden memnun değil ve sonuç olarak siteden ayrılıyor.
- \* Müşterilerin %82'si ne satın alacaklarını araştırmak için **harcadıkları zamanı** azaltmada AI'nın yardımcı olmasını istiyor.
- \* Revolve, üretken AI destekli aramayla yaptığı deneylerden **müşteri etkileşiminde** önemli artışlar olduğunu bildiriyor.
- \* OpenAI'nin GPT-4o'nun son AI modeli, öncekilerden %15 ila %20 **daha doğru geri dönüşler** veriyor.

“

**Bu sezon renklerin sakinleştirici etkisi doğallığa olan arzuyu tetikliyor.**



**Özlem Süer**  
Moda Tasarımcısı

2025'in renk etkileri doğal ilhamların, canlı enerjilerin ve teknolojik gelişmişliğin uyumlu bir karışımını yansıtıyor. Sürdürülebilirlik, dijital rönesans gibi küresel trendlere hitap eden, kendini ifade etme seçenekleri sunuyor.

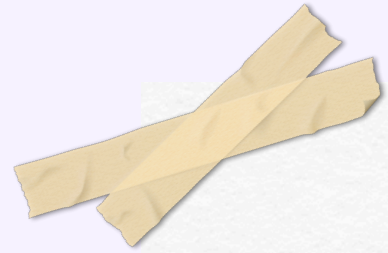
Bu sezon renklerin sakinleştirici etkisi günlük yaşantımızda doğallığa olan arzuyu tetikliyor. Doğadan ilhamını alan noktada geniş bir yeşil skalası, antik bronz ve yanık kahveler, pas turuncusu, okyanus ışıltısı, bale point pembesi ve sisli pudra tonları... Vurgu etkiler için ise; şurup rengi, nane yeşili, soluk gri, inci beyazı diyebiliriz...

Bir diğer seçkide ise dijital dünya ilhamıyla neonlar, tropikal parlaklıklar, cesur kırmızılar, güneş sarısı tonları, eğlenceli pozitiflikle dengeleyen canlılık katan bir palet... Dijital ve yaratıcı etkilerden ilham alan canlı, cesur ve avangart moda parçalarını günümüzde teknoloji ve yeniliğe kanalize eden, akıllı ve renk değiştiren kumaşlar, materyaller, metalik tonlarda detaylar göreceğiz. Hafif, akışkan renkler, dijital ve fiziksel dünyalar arasındaki çizgiyi bulanıklaştırarak, teknolojiyle kusursuz bir şekilde harmanlıyoruz.

”

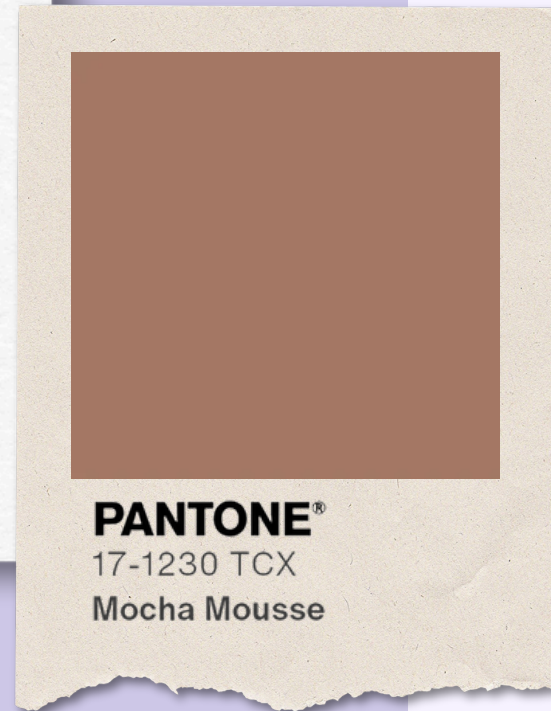
# 3.3. Giyilebilir Teknoloji ve Akıllı Kumaşlar

Moda ve teknolojinin kusursuz birleşimiyle geliştirilen akıllı kumaşlarda önümüzdeki yıl işlevsellik artırılarak kullanıcıların yaşam kalitesini iyileştirmeyi hedefliyor.



## Yılın Rengi: Mocha Mousse

Uluslararası renk otoritesi Pantone Color Institute 2025 yılının rengini **Mocha Mousse** olarak açıkladı. Zengin ve kadifemsi; aynı zamanda da sakin ve bağlanma duygusunu tetikleyen renk olarak tanımlanan kahverenginin bu tonu 2025 yılında modadan dekorasyona birçok alanda kendini daha çok gösterecek.



- Vücut ısısını düzenleyen, UV koruması sağlayan, nem yönetimi gibi özellikleriyle öne çıkan bu akıllı kumaşlar, giysileri sadece estetik bir unsur olmaktan çıkararak sağlık ve konforun hizmetine sunuyor.
- Ruh haline veya çevresel koşullara göre renk değiştiren kumaşlar ve vücut verilerini izleyen akıllı giysiler, kişiselleştirilmiş bir deneyim sunarken, spor kıyafetleri ve montlar gibi ısıtılmalı ve nefes alan giysiler kullanıcının ihtiyaçlarına anında yanıt veriyor. Böylelikle kullanıcılar, stillerinden ödün vermeyerek konforu en ileri seviyeye taşıyabiliyorlar.
- Giysilere entegre edilen akıllı etiketler veya QR kodları ile kullanıcılar, giysilerinin bakım ve geri dönüşüm bilgilerine ulaşabiliyor. Bu teknoloji, modayı sadece bir stil unsuru olmaktan çıkararak, dijital dünya ile daha derin bir etkileşim sağlayan işlevsel bir alana taşıyor.





# Toplumsal Normların Ötesinde Bir Moda



# 4.1. Cinsiyetsiz Moda Kapsayıcılıkla Büyüyor

2025 yılı, modanın kişiselleştirilmiş yaklaşımlarla şekillendiği bir döneme işaret ediyor. Tüketiciler, artık yalnızca trendleri takip etmekle yetinmiyor; kendilerini ifade eden, özgün ve bireysel tasarımlara yöneliyor. Herkesin kendi bedenine ve tarzına uygun; kişisel dokunuşların olduğu parçalar yaratması mümkün hale geliyor.

Cinsiyetsiz moda, moda dünyasında hızla yükselen bir anlayış olarak cinsiyet kimliklerine dair geleneksel sınırları yıkıyor. Bireylerin cinsiyet normlarına bağlı kalmadan kendilerini özgürce ifade etmelerine olanak tanıyan bir kapsayıcılık anlayışıyla büyümeye devam eden cinsiyetsiz moda, herkesin gardırobunda yer alabilecek çok yönlü ve uniseks parçalar sunarak, moda dünyasında çeşitlilik ve bireyselliğe daha fazla alan açıyor.

Perakendeciler, mağaza ve çevrimiçi platformlarında cinsiyetsiz koleksiyonlar oluşturarak, kapsayıcı bir alışveriş deneyimi sunarken, kapsayıcı pazarlama stratejileriyle de geniş bir kitleye hitap ediyorlar. Moda endüstrisinde toplumsal normların ötesine geçmeyi başaran cinsiyetsiz moda, herkes için eşit bir ifade alanı yaratma anlayışını güçlendiriyor.

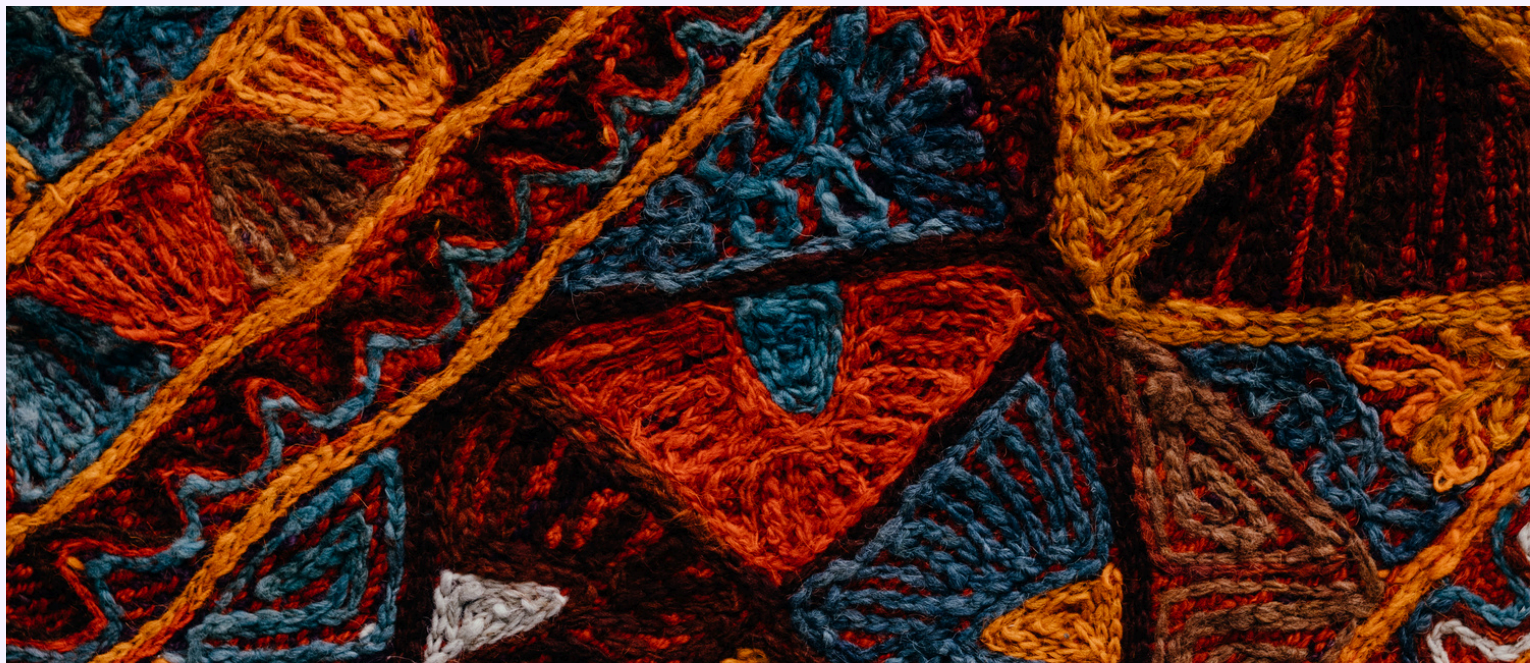


Re/Done'ın %100 cinsiyetsiz ve sürdürülebilir koleksiyonu The Mel ilgi görmeyi başarıyor.

## 4.2. Etnik Desenler, Kültürel ve Sanatsal Dokunuşlar

Her zaman kültürel ve sanatsal ifadenin bir aracı olarak karşımıza çıkan moda, taşıdığı değerleri estetik ve el işçiliğiyle birleştirerek yaratıcılığın zanaat ile buluştuğu yönünü gözler önüne sermeye devam ediyor. Küreselleşen moda dünyası, geleneksel motiflerin çağdaş tasarımlarla harmanlandığı yaratıcı iş birliklerini daha fazla kucaklıyor.

Farklı kültürel geçmişlerden gelen tasarımcılar ve sanatçılar arasında gerçekleştirilen iş birlikleri, benzersiz hikayeler anlatan giysiler yaratmaya devam ediyor. Kültürel çeşitlilik ve sanatsal ifade, sınırlı sayıda üretilen koleksiyonlarla kutlanıyor ve moda, sanatsal mirası onurlandıran bir platform haline gelmeye devam ediyor.



Christopher John Rogers



Phlemuns

## 4.3. Moda Demokratikleşiyor, Birey Kendine Özgü Tarzı Yaratıyor

3D baskı ve yapay zeka destekli tasarımdaki gelişmeler modadaki kişiselleştirme çağına damgasını vuruyor. Bu gelişmeler tüketicileri pasif birer alıcı olmaktan çıkararak, aktif ortak yaratıcılar haline getirmeye başlıyor.

Bu yeni dönemde özelleştirme, yalnızca beden ayarlamalarıyla sınırlı kalmıyor; müşteriler, dijital şablonları kullanarak kendi tarzlarını ve vücut yapılarını birebir yansıtan giysiler tasarlayabiliyorlar. Böylece moda, demokratikleşerek her bireyin kendine özgü tarzını yaratmasına olanak tanıyor. Aynı zamanda kişisel ifadenin sınırlarını genişleterek, tüketicilere tasarımlar üzerinde doğrudan etki edebilme gücü sunuyor ve modayı daha kapsayıcı hale getirmeye devam ediyor.

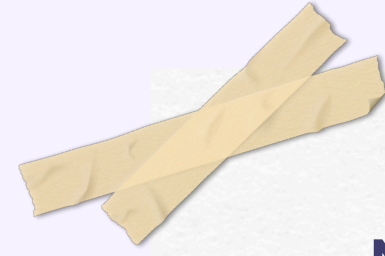




# Moda ve Spor Giyimin Flörtü

OGGUSTO





## Sahneye çıkan Tasaki & Asics Nike&Jacquemus, Dolce & Gabbana ve Skims iş birlikleri çok sevildi

Olimpiyatlara özel olarak J.Crew ve Ralph Lauren gibi markaların sergiledikleri performans, moda dünyasını etkilemiş görünüyor. Dior'un Paris Saint-Germain, Supreme'in New York Yankees, Balenciaga'nın Manchester United, Off-White'in Golden State Warriors ve Gucci'nin Juventus için hazırladığı koleksiyonlar, moda sektörünün spor dünyasında ne kadar etkili olabildiğini gösterdi.

Moda ve spor giyimin flörtü yabancı bir konu değil. Ancak stil sahibi dokunuşların olduğu, yeni teknolojilerle üretilen spor giyim çok fazla kişinin radarına girmeye ve stillerde daha çok yer almaya başladı.



Spor giyimin minimalist duruşu, akıllı teknolojilerle üretilen ve üst düzey konfor sağlayan kumaşları, öne çıkan trend sahibi duruşları spor giyimi öne taşımayı ve trend olmayı başarıyor.

2025 yılında spor giyimde çok daha yenilikçi ürünler bekleniyor. Bunu da spor giyim firmalarının öne çıkan koleksiyonlarla yapması hem de moda markalarının spor giyime ayrı bir bütçe ayırarak gerçekleştirmesi bekleniyor. Globaldeki yükselen spor giyim markalarının Türkiye pazarına giriş yapması ve yerli spor giyim markalarının kaliteleriyle çitayı yükseltmesi de sektörde heyecan yaratan detaylardan.



Tasak, & Asics

## Moda dünyasının ilgi alanı genişliyor.



**Onur Demircan**

adidas Türkiye Kıdemli Pazarlama Direktörü



Moda ve spor giyim sektörü 2025 yılında çok daha sık bir araya gelirken bu gelişmeler öne çıkacak.

- Spor ve modanın bir araya gelmesi bir popüler kültür ürünü ya da pazarlama stratejisi olmanın ötesinde. Sadece sporcularla değil artık spor giyim markaları lüks tasarım markalarıyla da iş birlikleri yapıyor. 2025 yılında da farklı disiplinlerle iş birlikleri devam edecek.
- K-pop'un küresel yükselişi moda trendlerini de etkilemeye ve markaların itici gücü olmaya devam ediyor. K-pop endüstrisi gelişmeye devam ettikçe, moda üzerindeki etkisinin devam etmesi ve modern dünyanın küreselleşmiş doğasını yansıtan yeni fikirler ve stiller üretmesini öngörüyoruz. Dövüş sanatlarından ilham alan, süper ince alt tabanlı, uzak doğu stiline cevap olan modellerin son dönemdeki yükselişi de bunun bir yansıması diyebiliriz.

- Hem klasik hem de spor parçalara uyum sağlayabilen çok yönlü, fonksiyonel ve uzun ömürlü ürünleri hayata geçirmek artık daha önemli. Günümüz dünyasında tüketiciler satın aldığı bir üründen sadece tek bir fonksiyon gerçekleştirmesini değil, tüm beklentilerini karşılamasını bekliyor. Spor aktiviteleri için aldığı ayakkabı ya da giyim ürününün aynı zamanda şıklık ihtiyacını da karşılaması en önemli beklentiler arasında olmaya devam edecek. Ultra Trail ve performans odaklı aktivitelerin artmasıyla birlikte de fonksiyonelliğiyle öne çıkan koşu ürünleri, günlük yaşamda da stil ve konforu bir araya getiren vazgeçilmez seçenekler haline geliyor.
- 2000'ler nostaljisinin yeniden alevlenmesiyle, old-school estetiği tutkunlarına cool bir referans niteliğinde hayatımıza giren "Blokette stili" 2025'te de devam edecek. Takım formalarının sportif faaliyetler haricinde günlük yaşamda da kullanımını ifade eden 'blokecore' estetiği ile 'coquette' yani zarif ve şık unsurların birleşiminden ortaya çıkan bu akım feminenlik ve maskülenliği bir araya getiriyor.
- Gen-Z'nin en çok zaman geçirdiği alanlardan olan oyun endüstrisi de moda markalarından nasibini almaya devam edecek. Uzun zamandır dünyada özellikle gençlerin büyük tutkunu olduğu online oyunların popüleritesi, moda dünyasının da ilgisini çekti. Küresel anlamda oyuncuların, oyun içi kıyafet satın alma modülleri aracılığıyla karakterlere gerçek hayattaki love brand'lerinin ürünlerini giydirmesi ve sanal olarak bu ürünleri satın alması da bu trendin yükselerek devam edeceğinin bir kanıtı. Ek olarak gerçek hayatta da oyunların ve karakterlerinin kullanıldığı ayakkabı ve giyim modelleri de artarak hayatımızda olmaya devam edecek.





Küresel spor giyim pazarı büyüklüğü 2023 yılında 203,26 milyar dolar olarak değerlendirildi. 2024 yılını 211,57 milyar dolar ile bitirmesi beklenen sektörün 2032 yılına kadar 298,06 milyar dolara ulaşması bekleniyor.

Spor giyim sektöründe değişimi yakalayan markalar, 2024 yılında segmentin ekonomik kârının %57'sini oluşturacak. Bu oran, 2020'deki %20 seviyesinden büyük bir artışı temsil ediyor.



Gucci X adidas





# Bitirirken

## Tüketme değil kişiselleşme dönemi

Kaynakları doğru kullanma konusunda kritik bir öneme sahip moda sektörü kapsayıcılık anlayışını 2025 yılında da devam ettiriyor. Döngüsellığı daha da sindirmiş bir sektör tüketmeye değil kişiselleşmeye dönüyor ve çok daha bilinçli hale geliyor.

Yapay zekadaki gelişmelerin sonucu tüketiciler seçimlerini çok daha bilinçli şekilde yapıyor. Moda dünyasının dev markalarından mikro üreticilere kadar her oyuncunun çok daha dikkatli ve uzun uzun düşünülmüş adımlar atması da artık bir zorunluluk.

---

# Kaynaklar

**Tourist splurge in Japan creates new headache for luxury brands,**  
<https://www.reuters.com/world/japan/tourist-splurge-japan-creates-new-headache-luxury-brands-2024-08-01/>

**The State of Fashion 2025: Challenges at every turn,**  
<https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/state-of-fashion>

**International visitors to Japan reached record-high 3.29 million,**  
<https://www.travelvoice.jp/english/international-visitors-to-japan-reached-record-high-3-29-million-in-july-2024-totaling-20-million-and-more-this-year>

**Sports Apparel Market Size, Share & Industry Analysis,**  
<https://www.fortunebusinessinsights.com/sports-apparel-market-107401>

**Consumer spending behavior and drivers,**  
<https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/retail-distribution/consumer-behavior-trends-state-of-the-consumer-tracker.html>

**Why online retail growth will continue towards 2028,**  
<https://www.retail-economics.co.uk/retail-insights-trends/why-online-retail-growth-will-continue-towards-2028>

**Fashion Briefing: Why Revolve's AI-powered search is a game-changer for the business,**  
<https://www.glossy.co/fashion/fashion-briefing-why-revolves-ai-powered-search-is-a-game-changer-for-the-business/>