



Koton, 2026 yılının ilk yarısında zorlu piyasa koşullarına rağmen dirençli performansını sürdürdü ve yaklaşık 1,8 milyar TL serbest nakit akışı yarattı.

Jeopolitik belirsizliklerin, petrol fiyatlarındaki yükselişin ve artan enflasyonist baskıların etkili olduğu 2026 yılının ilk yarısında Koton, operasyonel verimlilik, disiplinli gider ve etkin işletme sermayesi yönetimine odaklanarak finansal dayanıklılığını korudu.

Yurt içinde uygulanan dezenflasyon programı ve sıkı para politikası koşullarının tüketici talebini sınırlandırmaya devam ettiği ve döviz kurlarının enflasyon artışının belirgin ölçüde altında seyrettiği yılın ilk yarısında, Koton'un konsolide satışları yaklaşık 18 milyar TL seviyesinde gerçekleşti.

Satın alma maliyetlerini enflasyonun altında tutmayı başaran ve stok yönetimindeki etkinliğini artıran Koton, jeopolitik gerilimlerin maliyetler üzerindeki olumsuz etkilerine rağmen brüt kâr marjını yılın ilk yarısında geçen yılın aynı dönemine kıyasla 0,5 puan artırarak %54,7 seviyesine taşıdı. Enflasyonist baskıların ve enflasyonun üzerinde artan kira giderlerinin etkisi altındaki bu dönemde faaliyet giderleri etkin şekilde yönetildi. Kur farkı gelirlerindeki önemli gerilemeye karşın, disiplinli gider yönetimi sayesinde FAVÖK marjı dirençli kalarak %21,4 seviyesinde gerçekleşti.

Koton, bu dönemde stoklarını yıllık bazda %15 ve finansman giderlerini %27 azaltarak yaklaşık 1,8 milyar TL seviyesinde güçlü serbest nakit akışı yarattı.

Yurt içi mağazacılıkta sektöre paralel, yurt dışı mağazacılıkta ise %10 reel büyüme gerçekleşti.

Yurt içinde tüketici talebindeki zayıflığın yılın ilk yarısında artarak devam etmesi, hazır giyim sektörünü baskı altında tutarken, Koton'un yurt içi mağazacılık satışları sektöre paralel bir performans sergiledi.

Yurt dışı mağazacılık satışları ise, faaliyet gösterilen coğrafyalardaki jeopolitik çatışmaların olumsuz etkilerine rağmen, yeni açılan mağazaların ve operasyonel iyileştirmelerin katkısıyla yılın ilk yarısında %10 reel büyüme kaydetti. Bu dönemde yurt dışı operasyonlarının brüt kâr marjı da yıllık bazda 11 puan arttı.

Körfez Bölgesi'nde toplam satışlar ABD Doları bazında %99 büyüdü.

Apparel Group ortaklığıyla yönetilen Körfez Bölgesi'nde, Temmuz 2026 itibarıyla yıl başından bu yana 6 yeni mağaza daha açıldı. Bölgede yaşanan çatışmaların olumsuz

etkilerine rağmen, LFL mağazacılık satışları yılın ilk yarısında ABD Doları bazında %4,7; dönüşüm programı ve yeni açılan mağazaların katkısıyla toplamda ise yıllık bazda %99 büyüdü.

Koton'un mağaza sayısı 466'ya ulaştı.

Koton, 2026 yılının ilk yarısında 11 yeni mağaza açılışı ve 11 mağaza kapanışı gerçekleştirdi. Temmuz ve Ağustos ayının ilk yarısında yurt dışındaki yeni açılışların katkısıyla toplam mağaza sayısı 466'ya yükseldi. Şirket, yılın ikinci yarısında uluslararası büyümesini hızlandırarak özellikle yurt dışı pazarlardaki mağaza yatırımlarına ağırlık vermeyi planlıyor.

Koton Club 10 milyon üyeyi aştı, omnichannel dönüşüm tamamlandı.

Koton'un müşteri sadakat programı Koton Club'ın yurt içindeki üye sayısı Temmuz 2026 itibarıyla 10 milyonu aştı. Programın, yurt dışında CIS Bölgesi ve Sırbistan'ın ardından, yılın ikinci yarısında Gürcistan ve Fas'ta da devreye alınması planlanıyor.

Omnichannel stratejisi kapsamında yurt içinde mağaza stoklarının e-ticaret kanalıyla entegrasyonu tamamlandı. Temmuz ayında Gebze'deki e-ticaret deposunun kapatılmasıyla stokların daha etkin yönetilerek operasyonel verimliliğin artırılması ve müşteri taleplerine daha hızlı yanıt verilmesi hedefleniyor.

CEO Dr. A. Bülent Sabuncu'nun Değerlendirmeleri

Koton CEO'su Dr. A. Bülent Sabuncu, şirketin 2026 yılı ilk yarı performansı ile ilgili şu değerlendirmelerde bulundu:

"2026 yılına, Türkiye'de enflasyonun ve buna bağlı olarak finansman maliyetlerinin kademeli olarak gerileyeceği ve faaliyet ortamının yıl içinde öngörülebilirliğinin artacağı beklentisiyle başlamıştık. Ancak ilk çeyrek sonunda Ortadoğu'da başlayan jeopolitik gerilim ve CIS Bölgesi'nde devam eden çatışma ortamının etkisiyle küresel ve yurt içi piyasalarda artan dalgalanmalar, faaliyet ortamının yılın başında öngördüğümüzden daha zorlu ve belirsiz hale gelmesine neden oldu. Türkiye'de dezenflasyon programı ve sıkı para politikası da tüketici talebi üzerindeki baskısını sürdürürken, küresel çatışmaların etkisiyle maliyetler ve finansman giderlerinde artışlar gerçekleşti.

Bu zorlu ortamda, güçlü operasyonel çevikliğimiz ve finansal disiplinemiz sayesinde dirençli bir performans sergiledik. Etkin stok ve işletme sermayesi yönetimi ile disiplinli gider kontrolü sayesinde operasyonel karlılığımızı ve nakit yaratma gücümüzü korurken, yüksek faiz ortamında finansman giderlerimizi azaltmayı başardık. Yurt içinde sektöre paralel bir performans gösterirken, yurt dışında enflasyonun altında artan döviz kurlarına rağmen reel büyümemizi hızlandırarak büyüme stratejimizi kararlılıkla sürdürdük.

Yılın ilk yarısında yaşanan makroekonomik gelişmeler ve T.C. Merkez Bankası'nın yıl sonu enflasyonu beklentisindeki yukarı yönlü güncelleme doğrultusunda, yıl sonu

beklentilerimizi güncelliyoruz. Yıl sonu satış büyüme beklentimizi yatay – düşük tek haneli büyüme olarak yeniliyoruz. Bu yıl içinde açmayı planladığımız bazı yeni mağaza açılışlarını bir sonraki yıla erteliyoruz ve yıl sonu net mağaza artış beklentimizi 5'in üzerinde olacak şekilde güncelliyoruz. Kar marjları, net finansal borçluluğun FAVÖK'e ve yatırım harcamalarının satışa oranları beklentilerimizi ise koruyoruz.

Önümüzdeki dönemde uzun vadeli büyüme stratejimiz doğrultusunda operasyonel verimlilik ve finansal disiplin odağımızı korurken, faaliyetlerimizi ve müşteri deneyimimizi geliştirmeye devam edeceğiz. Brand Finance tarafından Türkiye'nin en değerli 35. markası olarak gösterilmemiz, Koton'un güçlü marka konumunun ve uzun vadeli değer yaratma potansiyelinin önemli bir göstergesi olurken, önümüzdeki dönemde de bu değeri daha da ileri taşımaya odaklanacağız.”

Daha fazla bilgi için:

<https://kurumsal.koton.com.tr>

yatirimci.iliskileri@koton.com