



“InnDesign-Otel Yapıları, Tasarım, Yenileme Fuarı ve İş Platformu” Otel Yapılarında Yenilemeye Odaklandı

Akdeniz Tanıtım organizasyonu ve Projem dergisi iş birliği ile “InnDesign-Otel Yapıları, Tasarım, Yenileme Fuarı ve İş Platformu” 13-16 Kasım 2019 tarihleri arasında Konyaaltı Nazım Hikmet Fuar ve Kongre Merkezi’nde gerçekleşti. Kırkın üzerinde firma ve tasarım ofisinin katıldığı fuar ve iş platformunun ilk iki gününde üç farklı konu başlığında yedi oturum yapıldı. bi_özet gayrimenkul, etkinliğin basın destekçisi olarak panelist ve moderatörlere otel yapılarında yenileme konusunu sordu. Tasarımcı Sokağı’ndaki mimar ve iç mimarlarla görüşmeler yaptı.

InnDesign’da Birinci Gün Otellerde Yangın Güvenliği ve Tesisat Ele Alındı
InnDesign’ın ilk günü, Türkiye Yangından Korunma ve Eğitim Vakfı (TÜYAK) & İç Mimarlar Odası’nın organize ettiği “Otel Yapılarında Yangın Güvenliği Tasarım ve Uygulama” paneli ile başladı. Konyaaltı Belediye Başkanı **Semih Esen** ve İçmimarlar Odası Antalya Şubesi Yönetim Kurulu Başkanı **İlker Biçer**’in açılış konuşmalarının ardından TÜYAK Onursal Başkanı **Prof. Dr. Abdurrahman Kılıç** moderatörlüğünde ilk oturum gerçekleşti. **Dr. Kazım Beceren**, otellerde mimari yangın tasarım kaçış yolları, tahliye esasları, kaçış kapıları, yangın yalıtımından ve otel odaların özelliklerinden bahsetti. Otellerdeki en büyük yangın sebebinin yatakta içilen, unutu-

lan sigaralar olduğunu belirten Beceren, Türkiye Yangından Korunma Yönetmeliği ile ABD’nin National Fire Protection Association (NFPA) maddelerini karşılaştırmalı olarak anlattı. TÜYAK Başkanı **Taner Kaboğlu**, TÜYAK’ın amaç ve çalışmalarından bahsettikten sonra otellerde söndürme sistemleri yangın dolapları, sprinkler sistemleri, itfaiye su alma ve su verme sistemleri, hidrant sistemi hakkında bilgi verdi.

Yine **Prof. Dr. Abdurrahman Kılıç** moderatörlüğünde gerçekleşen ikinci oturum ise **Duhan Portakal** ve **Dr. Gökhan Balık**’in sunumlarıyla devam etti. Daha teknik konulara ağırlık verilen bu oturumda Duhan Portakal duman kontrol

[[devamı, sayfa 5’te.



InnDesign-Otel Yapıları, Tasarım, Yenileme Fuarı ve İş Platformu 2019. Fotoğraf: Yapex Design’in izniyle.

Antalya’da Yatırım Zamanı



Antalya, 2016. Fotoğraf: Esmâ Değirmenci

Gayrimenkul sektöründeki gelişim İstanbul ve Ankara gibi büyükşehirler alternatif olarak Antalya’da da son yıllarda artış göstermeye başladı. 2,5 milyona yaklaşan nüfusuyla Türkiye’nin en kalabalık beşinci şehri olan Antalya’nın emlak durumunu araştırdık.

Turizm potansiyeli ve elverişli ikliminin yanı sıra diğer büyükşehirler gibi yaşamın daha ekonomik olması, Antalya’nın yurt dışı ve yurt içinden sürekli göç alarak büyümesine sebep oluyor. Göçle birlikte artan ihtiyacı karşılamak üzere şehirde yeni bölgeler geliyor ve konut sayısı artıyor. İstanbul ve Ankara gibi büyükşehirlerde adını daha çok duyduğumuz inşaat firmaları Antalya’da da bu ihtiyacı karşılamak için projeler geliştirmeye başladı.

Sur Yapı 2017 yılında, Burdur yolu üzerinde Kepez Belediyesi sınırları içerisinde yer alan, toplam 1.300.000 m² büyüklüğünde bir konut projesi hazırladı.

70.000 kişi kapasiteli proje, 19.000 konut, dükkan, “home ofis” ve diğer fonksiyonlarla yatırımcıların dikkatini çekmeyi başardı. Evbul Emlak’tan Abdullah Gürdağ, Sur Yapı projesine, özellikle Kepez Bölgesi’nde yaşayanların ve şehir dışından gelecek Antalya’da yatırım yapmak isteyenlerin yoğun ilgi gösterdiğini ifade ediyor. Gürdağ, 3. Etap Raylı Sistem Projesi tamamlandığı zaman şehir merkezindeki bölgelere ulaşımın kolaylaşacak olmasının Kepez bölgesine yönelik ilgiyi artırdığına dikkat çekti. Bölgede aktif rol alan mimarlar ve emlak danışmanları Döşemealtı, Kepez ve Varsak bölgelerinin gelişeceği görüşünü paylaşıyor. Antalya’daki Biem Mimarlık

ortaklarından Bilal Kıvrak’ın ifadesiyle; “Döşemealtı Belediyesi sınırları içinde villa inşaatları artmakta beraber her ekonomik segmente hitap eden satılık konutlar mevcut. Bu bölgede ortalama 100 m²’lik bir dairenin kira geliri ortalama 700 TL civarında iken, Kepez’de bu miktar 900-1000 TL arasında değişiyor.”

Turizmin özellikle son üç yıldır artan bir grafik izlemesiyle, Antalya’da yatırım yapmak, iklimden daha fazla faydalanmak isteyen yabancı vatandaşların da ilgisini artırmaya devam ediyor. Özellikle çoğunluğu emeklilerden oluşan, Alman ve Rus vatandaşların ilgi gösterdiği

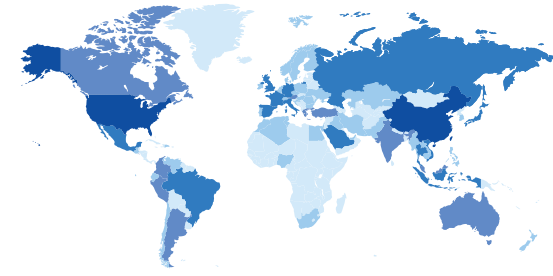
[[devamı, sayfa 2’de.

Küresel Konaklama ve Turizm Trendleri MIPIM 2020’de

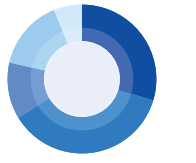
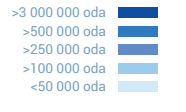
Reed Exhibitions’ın alt kuruluşu Reed MIDEM tarafından organize edilen MIPIM, 10-13 Mart 2020 tarihlerinde Cannes’da gerçekleşecek. Tanınan tasarımcı Philippe Starck da MIPIM 2020’ye katılıp fikirlerini paylaşacak olan uzman isimler arasında yer alıyor.

Konaklamanın yeni dinamikleri

JLL’in “Hotel Investment Outlook 2019” raporu, bugün küresel otel anlaşmalarının %70’inin arkasında büyük yatırımcıların olduğunu gösteriyor. Y ve Z jenerasyonlarından tüketicilerin deneyim arayışlarına ek olarak kentsel karma kullanım trendleriyle yükseliş gösteren sektörde yeni oyuncular ortaya çıkıyor. Mama Shelter, Okko and citizenM gibi markalar, hibrid ve modüler oteller gibi çözümlerle modern konaklama seçeneklerini yeniden tanımlıyor. Diğer yandan konaklama dünyasının hizmet odaklı



Otel odası stoğu
ülkeye göre, 2019



İnfoğrafik: MKG, MIPIM’in izniyle.

modeli, insanı merkezine alan günümüz pazarında gayrimenkul endüstrisinin farklı kollarınca da benimseniyor.

MIPIM Direktörü Ronan Vaspert, “Konaklamanın müşteri odaklı yaklaşımı, [[devamı, sayfa 3’te.

InnDesign Panelisteri, Moderatörleri ve Tasarımcı Sokağı katılımcısı mimar, iç mimar ve endüstri ürünleri tasarımcıları otel yapıları ve otel yenileme üzerine sorularımızı cevapladı.

Ferdi Erdoğan (Türkiye İMSAD), Atila Gürses (Onduline Avrasya A.Ş.), Hülya Aybek (Antalya Bilim Üniversitesi), Hasan Sökmen (Medi Mimarlık), Burçin Cem Arabacıoğlu (Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi), Cüneyt Dan (Mısırlıoğlu Mimarlık), Ülky Atmaca (POYD), Kaan Kaşif Kavalıoğlu (Limak Turizm), Nida Sözügeçer (Hilton Türkiye), Gökhan Sipahioğlu (Gökhan Sipahioğlu İç Mimarlık), Hasan Can Kamburoğlu (Kamburoğlu Mimarlık & Mühendislik), Onur Dan (Mısırlıoğlu Mimarlık), Tuba Soner Tepe (Tuba Soner Design Office) ve Gökay Karacabey (AYdesignstudio)

5-8

2020’nin İlk PNR.istanbul Etkinliği “Yeniden İşlevlendirme” Konusuna Odaklanıyor!



2

Köşe Yazılarıyla:
Ayşe Hasol
Banu Binat
Erdem Kaşıkçıoğlu
Ersun Bayraktaroğlu
Kübra Sevingen
Makbule Yönel Maya

Antalya'da Yatırım Zamanı



1. sayfadan devam// Şehirde, Gürdağ'ın belirttiğine göre, Ruslar çoğunlukla Konyaaltı bölgesini, Almanlar ise Lara bölgesini tercih ediyor. Konyaaltı'nın iç kesimlerinde yer alan 3+1 dairenin fiyatı ortalama 350.000-500.000 TL arasında iken Lara Bölgesinin iç kısımlarında 400.000-500.000 TL, deniz kıyısında ise 750.000-850.000 TL arasında değişiyor. Ticari kullanım için de sıkça tercih edilen Konyaaltı ve Lara'da 100 m²'lik bir ofisin kirası aylık 4.000-5.000 TL civarında.

Antalya, tarihi ve doğasıyla turistik bir şehir algısı yaratıyor olsa da, 1982 yılında şehir merkezinde kurulan Akdeniz Üniversitesi ve yeni açılan diğer üniversitelerin (Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Alanya Hamdullah Emin Paşa Üniversitesi, Antalya Akev Üniversitesi, Antalya Bilim Üniversitesi) varlığıyla da bir öğrenci şehri. Özellikle Kepez bölgesindeki Kültür Mahallesi, Akdeniz Üniversitesi'ne olan

yakınlığıyla her geçen gün gelişmeye devam ediyor. Burada öğrencilerin konaklama ihtiyacını karşılamak için çok sayıda apart inşa edildi ve edilmeye devam ediyor. Yaklaşık 60 m² bir apartın satış bedeli ortalama 200.000 TL'den başlıyor ve kira getirisi ise aylık ortalama 1.000 TL civarında. Düşük bütçeli konutların varlığı öğrencilerin haricinde bu bölgeyi orta ve dar gelirli kesimin de tercih etmesine neden oluyor. Emlak uzmanı Gürdağ, son 3 yılda kredi ve tapu masraflarının düşmesinin de olumlu etkisiyle satışların bölgede yüksek oranda artış gösterdiğini vurguluyor ve yatırım yapmak isteyenlerin Kültür Mahallesi'ni mutlaka değerlendirmeleri gerektiğini ekliyor.

Kentin mevcut yerleşim bölgelerinin dışında yeni bölgelerin imar çalışmaları da devam ediyor. Bunlardan biri olan Kırcaami Bölgesi, imara açılıyor. Burada 16.000 dönümden oluşan ve yaklaşık



230.000 kişinin yaşayacağı yeni bir kent planlanıyor. Ek olarak, Kundu Bölgesi ise yerli ve yabancıların yaşadığı, lüks otelleri bünyesinde barındıran Antalya'nın oteller bölgesi denilebilir ve halen gelişmekte olan bir bölge. Daha çok lüks konutların yapıldığı, yatırıma yönelik arsa ve daire satışlarının yoğun ilgi gördüğü bölgelerin başında geliyor.

Antalya'da halkın kullanımına sunulan ve şehrin marka değerini artıran çok sayıda

kentsel düzenleme projesi de yapılıyor. Yapımına 2017 yılında başlanan ve ilk etabı 2018 Haziran'da açılan Konyaaltı sahil düzenlemesi şehirde yaşayanlar için olumlu etki yarattı. Ayrıca Boğaçayı projesiyle de yine halkın rahatça gezebileceği, vakit geçirebileceği düzenlemeler yapıldı.

Antalya dört mevsim yaşanabilir ılıman iklimiyle, denizinin güzelliğiyle diğer büyük şehirlerle göre daha keyifli ve rahat bir yaşam sunması nedeniyle en çok tercih

edilen şehirlerimizden biri. Her bütçeye uygun konut ihtiyacına cevap verebilmesinin yanı sıra yatırım amaçlı değerlendirmek için de cazip bir seçenek.

*Araştırma kapsamında 2019 Aralık ayı içinde Abdullah Gürdağ (Evlül Emlak), Mimar Bilal Kıvrak (Mimarlar Odası Antalya Şubesi 17. Dönem Yönetim Kurulu Yedek Üyesi ve Biem Mimarlık Ortağı), Mimar Emre Afacan (Biem Mimarlık Ortağı) ile görüldü. ●

Haber: Esmâ Değirmenci

2020'nin İlk PNR.istanbul Etkinliği “Yeniden İşlevlendirme” Konusuna Odaklanıyor!

Yapı sektörüne yönelik profesyonel iletişim ağı ve araştırma platformu PNR.istanbul, Binat İletişim&Danışmanlık ve Yapı Medya İletişim'in ortak projesi olarak 2019 yılında hayata geçirildi. Güçlü kültürel ve coğrafi bağlarıyla İstanbul'u merkez alarak Anadolu'dan Avrupa'ya ve dünyaya yayılan PNR.istanbul, ikili görüşmelerinden oluşan "Face to Face", gündemdeki konuları odağına alarak tartışmaya açan "Focus", yeni pazar olanaklarının konuşulduğu "Forum", iş deneyimlerinin aktarıldığı "Exchange" ve kapsamlı raporlardan oluşan "Research" gibi alt programlarıyla deneyime ve araştırmaya dayalı bilgi üretimini ve bu bilgilerin en hızlı, etkili şekilde profesyonellerle paylaşılmasını hedefliyor.

PNR.istanbul 2019 yılı içinde "New" ve "Journey" başlıklı iki "Exchange" etkinliği düzenledi ve bu etkinliklerde David Gianotten (OMA) ve Melike Altınışık (Melike Altınışık Architects), Saffet Kaya Bekiroğlu (SKA) gibi tanınmış mimarlar deneyimlerini paylaştı. PNR.istanbul "Explore" ile 2019 yılı içinde Sancaklar Camisi, Beyazıt Kütüphanesi, İstanbul Deniz Müzesi, Çamlıca TV Kulesi gibi yapılar mimarlarıyla birlikte gezildi. PNR.istanbul'un gündemdeki konuları tartışmaya açtığı "Focus" programında ise şu ana kadar Irak ve İngiltere pazarı odak

konu olarak ele alındı. 2019 yılında yapılan "Face to Face" etkinliğinde ise 12 yapı malzemesi firması, İstanbul, Anadolu ve Avrupa merkezli 24 mimarlık ofisi ile yüz yüze görüşme fırsatı buldu.

2020 yılındaki ilk PNR.istanbul etkinliği "Exchange: Re-Purpose" ise 6 Mart 2020 tarihinde PwC Konferans Salonu'nda gerçekleştirilecek. PwC Türkiye Ortağı ve Gayrimenkul Sektörü Lideri **Ersun Bayraktaroğlu** "Değişim İklimi" başlıklı konuşmasıyla gayrimenkul sektöründe nesiller, öncelikler ve teknolojinin önderlik ettiği değişimin etkisiyle yeniden işlevlendirme faaliyetlerini küresel ölçekte değerlendirilecek ve yapı sektörü yatırımcılarının bu konudaki reflekslerine dair bilgiler verecek. Ardından iklim koşullarına, ekonomik, sosyo-politik ve kültürel bağlamına yanıt vererek geleneksel İran mimarisine çağdaş bir alternatif sunmayı hedefleyen, özgün tasarımı yaklaşımıyla ulusal ve uluslararası birçok ödüllü projeye imza atan İran merkezli mimarlık pratiği Next Office Kurucusu **Alireza Taghaboni**, uluslararası mimarlık ortamında takdir gören tasarımı yaklaşımlarını projeleri üzerinden aktaracak. Yine aynı tarihte düzenlenecek olan Face to Face etkinliğinde ise yapı firmaları ile mimarlar bir araya gelecek. Ayrıntılı bilgiye web sitesi üzerinden ulaşılabilir: pnristanbul.com ●



“Torba”dan Çıkan ve “Torba” ile Değişen Yeni Vergi: Değerli Konut Vergisi

Ersun Bayraktaroğlu, YMM, Gayrimenkul Sektör Lideri, PwC Türkiye, ersun.bayraktaroglu@pwc.com



Mecliste geçen yıl Kasım ayında görüşülen torba yasa içinde Emlak Vergisi Kanunu'na eklenen maddelerle gayrimenkul sektörü için "Değerli Konut Vergisi" adı ile getirilen yeni vergi 7 Aralık 2019 tarihli Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe girdi.

Bu yazının matbaaya gittiği saatlerde yani Şubat ayının 12'sinde ise torbadan çıkan yasa bir başka torba yasa ile değişikliğe uğradı. 2019 yılında yayınlanıp 2020'den itibaren verilecek beyannamelerle uygulanması öngörülen yasa 2021 yılına ertelendi. Maddelerinde de çok önemli değişiklikler yapıldı. Yeni değişiklik yapılan yasa tümden Meclisçe kabul edilmedi, Cumhurbaşkanı tarafından onaylanıp Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe girmeden ama bu konuda artık bir başka değişikliğin -en azından- gazetenin bu sayısını yayınlanmadan önce olacağını da düşünüyorum artık...

Üç Ay Boyunca Neler Yaşandı?

Yasanın, çıktığından beri en çok tartışılan kısmı değiştirilmeden önceki maddelerinde yer alan matrahın, yani üzerinden değerli konut vergisi alınacak olan tutarın tespiti ile ilgili hükümlerdi. Değişmeden önce, yaklaşık üç ay boyunca en çok tartışılan konu değerli konutun "değeri" idi.

Yasaya göre Tapu ve Kadastro Genel Müdürlüğü (TKGM) ilgili mevzuat kapsamında mesken nitelikli taşınmazlar için bir değerlendirme yapacak ya da yaptıracak ve bu değeri mükelleflere tebliğ edecekti. Yasada yer aldığı şekilde bu değerler -hatta bazıları henüz yasanın yayım tarihinden önceki bir tarih içerecek şekilde- mükelleflere tebliğ edildi. Ve, belki de "kıyamet", tam da orada koptu! Tebliğ edilen değerler o kadar yüksek ve anlamsız bulundu ki, mükellefler çaresiz bir şekilde bu değerlerin arkasındaki değerlendirme mantığını anlamaya, raporlara ulaşmaya vb. çalıştılar. Ancak maalesef bu konuda herhangi bir yol kat edemediler: Ne değerlendirme raporları vardı tebliğatların ekinde ve ne de bu değerlemenin nasıl yapıldığına ilişkin bir ipucu/açıklama. Kendisine tebliğat yapılanlar çaresiz bir şekilde yasanın kendilerine verdiği hak çerçevesinde iti-

raz dilekçelerini hazırlayıp TKGM'ye yolladılar. Tam bu sırada Cumhurbaşkanlığı sözcüsü söz konusu yasadaki değişiklik yapılabileceğine ilişkin bir açıklamada bulundu. Ancak Meclise bu konuda sunulan bir teklif ya da tasarı olmadı düne kadar. Bundan sonra mükellefler idarenin cevabı için yine yasadaki yer alan 15 günlük süreyi beklemeye başladılar. Ancak, bu süre geçmesine rağmen TKGM'den bir cevap çıkmadı çoğu mükellef için. Öte yandan 2020 yılına girilmiş Şubat ayı başlamıştı. Yasaya göre mükellefler 20 Şubat'a kadar beyanname vermek, Şubat ayı sonuna kadar da ilk taksidi ödemek zorundaydılar. Ancak ne TKGM'den değere ilişkin bir açıklama ne de Hazine ve Maliye Bakanlığı'ndan beyannamenin şekli ve ilgili vergi dairesine ilişkin bir bilgi gelmedi.

Şubat ayının 7. günü Gelir İdaresi Başkanlığı beyanname verme süresini Mart ayı sonuna kadar uzattığına ilişkin bir açıklama yaptı. Hemen bir ya da iki gün sonra da TKGM'de bir duyuru yayınlayarak itiraz dilekçelerine cevapların hazırlandığını ve mükelleflere yollandığını bildirdi.

Nihayet 11 Şubat 2020 akşamı Meclis genel kurulunda görüşülmekte olan bir yasa sırasında milletvekilleri tarafından verilen önergilerle DKV'de, henüz uygulaması tam olarak yapılamadık, çok önemli, esasa yönelik değişiklikler yapıldı. Giriş kısmında da belirttiğim gibi henüz yasalasama süreci devam ediyor ancak sanırım bu değişiklik kalıcı olacak.

Değerli Konut Vergisi'nin Değişen Önemli Maddeleri

Öncelikle belirteyim ki bu verginin ilk uygulama zamanı 2021 yılı olarak belirlendi. 2020 yılında bu vergi ile ilgili herhangi bir beyanname verme ya da vergi ödeme yükümlülüğü kalmadı.

İkinci en önemli değişiklik tartışmaları başlatan hüküm olan "TKGM'ce belirlenen değer" kavramının yasa metninden çıkarılması oldu. Bu değişiklik bu şekilde yürürlüğe girerse artık TKGM'ce yapılmış ya da yapılacak bir değerlendirme çalışması olmayacak bu vergiye ilişkin olarak. Hâlihazırda yapılan ve mükelleflere tebliğ edilen değerler de kullanıl-mayacak. DKV, içinde bulunduğu yasadaki yer alan Emlak (Bina) Vergisi değerleri üzerinden alınacak.

Üçüncü konu oranlarla ilgili tartışmanın çözülmesi oldu. Değişikten önce yasa 5-7,7 milyon arasında binde üç, 7,5 milyon 1 TL ile 10 milyon arasında binde 6 ve 10 milyon 1 TL ve üzerini ise binde 10 oranında vergilemek istiyordu. Yani, mesela konutunuzun değeri 7,5 milyon ise

binde 3, bir lira fazla ise binde 6 oranında vergi ödemeniz gerekirdi. Değişiklikle artan oranlı tarife getirildi. Mesela 15 milyon Emlak Vergisi değeri olan bir konutun vergisi hesaplanırken 5 milyon TL'si istisna tutulacak (aşağıda açıklayacağım) 2,5 milyonu binde 3, sonraki 2,5 milyonu binde 6 ve aşan 5 milyonu da binde 10 oranında vergilendirilecek.

Çok önemli değişikliklerin dördüncüsü ise istisna ve muafiyetlerle ilgili değişiklikler. Yasaya yeni eklenen çok önemli üç husus var: **5 Milyonluk İstisna:** DKV kapsamına giren konutun değerinin 5 milyon vergiye tabi tutulmayacak. Vergileme 5 milyonu geçen kısım için yapılacak. Değerli konutun 2020 yılı Emlak (Bina) Vergisi değeri eğer 6 milyon ise, bu konutun 2021 yılı Şubat ayında verilecek beyannamesinde beyan edilecek değeri 6 milyon vergilendirilecek matrahı ise 1 milyon olacak. Bu da binde 3 oranında vergiye tabi tutulacak. **Tek Konut Muafiyeti:** Türkiye sınırları içinde mesken nitelikli tek taşınmazı olanlar bu taşınmazın değeri ne olursa olsun DKV'nden muaf. Ne beyanname verecekler ne de vergi ödeyecekler. **En Düşük Değerli Konut Muafiyeti:** Türkiye sınırları içinde birden fazla konutu olanlar bu konutlarından DKV kapsamına giren (yani 5 milyon TL'yi aşan) en düşük değerli olanı için de DKV beyanı vermeyecek, vergi hesaplamayacaklar.

Değişiklik Sonrası Her Şey Yoluna Girdi mi?

Değişikliklerin yukarıda belirttiğimiz şekilde yürürlüğe girmesi halinde sorunun çok önemli bir kısmının çözümlümlü olacağını düşünüyorum. Öncelikle kapsama giren mükellef sayısında çok önemli derecede azalma olacak. Hâlihazırda Emlak Vergisi değeri 5 milyonun üzerinde kaç konut vardır sorusunun yanıtını bulmak zor olsa da ilk hali ile 150-200 bin mükellefi ilgilendirdiği söylenen verginin bu düzenlemelerden sonra bu rakamların %10'unu geçeceğini çok düşünüyorum.

Öte yandan yasadaki değişiklik sonrası yukarıda belirttiğim hususlar dışındaki hususlar halen yürürlükte. Yani verginin bireysel konutu esas alması, bu sebeple paylı ya da iştirak halinde mülkiyette pay çok küçük olsa da vergilendirilebilecek olması; bu mükellefiyetin içinde yer aldığı Emlak Vergisi yasanın aksine beyanname bir mükellefiyet olması ve yasadaki yer alan rakamsal değerlerin her yıl yeniden değerlendirme oranının yarısı (Bu da değiştirilen hükümlerden bir diğeri. Orijinal yasadaki değerlendirme oranında artış öngörülmüyordu) oranında artacak olması hala bu yasa ile ilgili üzerinde düşünülmesi gereken hususlar olarak konuşulabilir. ●

Küresel Konaklama ve Turizm Trendleri MIPIM 2020'de

1. sayfadan devam// "Bir hizmet olarak mekân" trendinin ortaya çıkışı dâhil olmak üzere, değişen birçok iş koluna ilham veriyor. Bu yıl "Gelecek İnsandır" temasıyla düzenlenen MIPIM'in de değişen gayrimenkul ortamında şehir kullanıcılarına nasıl daha iyi hizmet vereceğimizi sorması tesadüf değil" şeklinde konuşuyor.

Konaklama ve otel yatırımları, tüm dünyada büyük fonların odak noktasına yerleştiği "konukseverlik" teması da gayrimenkul endüstrisi altındaki tüm sektörlerle nüfuz etti. MIPIM 2020'nin bu gelişmelerin ışığında hazırlanan programında:

Konaklama & Turizm Zirvesi: Konaklama sektöründen büyük grupların CEO'ları, siyasi liderler, geliştiriciler ve yatırımcıların bir araya geleceği zirvenin konuşmacıları arasında Fransız tasarımcı Philippe Starck ve InterContinental Otel Grupları Yöneticisi Karin Sheppard gibi isimler yer alıyor.

Konferanslar ve networking etkinlikleri: Yatırım trendlerinden lüks ve inovasyona uzanan çeşitli konuların ele alınacağı bölümde Hilton, Accor, Club Med, B-parthotels, Colive, PwC ve Microsoft gibi markalar bulunacak. Konaklama Yatırımları Raporu'nun (Investment in Hospitality Report) sonuçları 10 Mart 2020 tarihinde açıklanacak.

Sergi: Accor, Hilton, easyhotel.com, Horwath HTL, Tui Hotel & Resorts ve Radisson Hotel Group gibi birçok markanın yer alacağı 1.000 m² genişliğindeki bölümde stantlar, teraslar ve demo alanları görülebilecek.

MIPIM Ödülleri'nde özel kategori: Bu yıl MIPIM Ödülleri'nde konaklama ve turizm sektörüne özel olarak açılan kategoride kazananlar ilan edilecek. ●

MIPIM 2020 "Best Hotel & Tourism Resort" Kategorisi Finalistleri



Jo&Joe Paris Gentilly - Street Art Inside - Gentilly, Fransa. Fotoğraf: ©AccorInvest, MIPIM'in izniyle.



Radisson Collection Tsinandali Hotel - Tsinandali, Gürcistan. Fotoğraf: ©Development Solutions LLC, MIPIM'in izniyle.



Red Cross Care Hotel - Zuienkerke, Belçika. Fotoğraf: Stijn Bollaert, MIPIM'in izniyle.



TWA Hotel - New York, ABD. Fotoğraf: ©MCR/MORSE Development, MIPIM'in izniyle.

DASK Depreme Dayanıklı Bina Tasarımı Yarışması

Doğal Afet Sigortaları Kurumu (DASK) tarafından düzenlenen ve geleneksel hale gelen DASK Depreme Dayanıklı Bina Tasarımı Yarışması'nın altıncısı için başvurular başladı. İnşaat mühendisliği ve mimarlık öğrencilerinin deprem ve depreme dayanıklı bina bilincini artırma hedefiyle hayata geçirilen yarışmanın başvuruları 28 Şubat'a kadar

www.daskbinatasarimi.com adresinden gerçekleştirilecek. Başvuruların tamamlanmasının ardından finale kalmaya hak kazanan takımlar jüri ve Teknik Danışma Kurulu tarafından belirlenecek.

Türkiye'de ilk kez düzenlenen bu yarışmayı 6. yılında da sürdürmekten büyük mutluluk duyduklarını belirten DASK Yönetim Kurulu Üyesi ve Koordinatörü **İsmet Güngör**, "Deprem risklerini yönetmenin en öncelikli yollarından birisi güvenli binalar. Dolayısıyla bizim bu konuda bilinçli mühendislere ve mimarlara ihtiyacımız var. DASK olarak bu alanda farkındalık yaratmak ve gençlerin mesleki gelişmelerine katkıda bulunmak için düzenlediğimiz bu yarışmanın bugüne kadar gördüğü ilgiden çok memnunuz. Bu yılki projeleri ve öğrencileri yapacağı çalışmalarını da heyecanla bekliyoruz, şimdiden tüm takımlara başarılar diliyoruz" dedi.

Bu yılın projesi İstanbul Finans Merkezi'nde DASK Depreme Dayanıklı Bina Tasarımı Yarışması kapsamında bu yıl takımlardan İstanbul Ataşehir ilçesinde bulunan İstanbul Finans Mer-

kezi'nde bir iş merkezi binası tasarlama-ları bekleniyor. En az dört, en fazla beş kişiden oluşan takımların üyelerinin çoğunluğunun inşaat mühendisliği lisans bölümünde eğitim görmeleri gerekiyor.

Üç bölümden oluşan yarışmanın birinci bölümünde takımlar, proje ön şartnamesine uygun olarak yarışmaya başvuracak. Yarışmanın ikinci bölümünde finale kalan takımlar, açıklanacak teknik şartnameye uygun olarak bina maketlerini tasarlayacak ve bina maketini yapacak. Yarışmanın üçüncü bölümünde ise takımların inşa ettikleri çok katlı bina maketleri yarışma final gününde "sarsma masası" üzerinde, üç farklı deprem etkisi altında test edilecek. Kazanan takım, maket binaların yarışma kapsamında gösterdiği deprem performansına göre belirlenecek.

Yarışmada birinci olan üniversitenin ilgili bölümüne laboratuvar teçhizatı temini amacıyla 50 bin TL tutarında para ödülü verilirken; 1. takım 15 bin TL, 2. takım 10 bin TL ve 3. takım 5 bin TL ödülün sahibi olacak. Yarışmada takımlar ayrıca, En İyi Mimari, En İyi Deprem Performansı, En İyi İletişim Becerisi ve En İyi Sunum ile En İyi Yarışma Ruhu kategorilerinde de ödüllendirilecek. ●

Otel Yenileme Yeni Bir Niş Sektör Yarattı

Banu Binat, Yüksek Mimar, Binat İletişim & Danışmanlık banu@binatdanismanlik.com



İnşaat sektöründeki duraklama mevcut potansiyellerin, bu alanda çalışanların, üreticilerin ya da yatırımcının hızla yön değiştirmesine yeni pazarlar aramasına sebep oluyor. Özellikle son 10 yılda gayrimenkul yatırımlarının büyüme hızıyla gelişen sektör yaşanan ani durgunlukla birlikte otellere ve otel yenilemeye odaklanıyor. Kısacası; turizm sektörü kendi krizinden çıkarken, inşaat sektörüne de hareket katmaya başlıyor.

Kasım ayında katıldığımız, yakından izlediğimiz "InnDesign Otel Yapıları, Tasarım, Yenileme ve İş Platformu" hem bölgenin hem de sektörün potansiyellerinin göstergesi oldu. Bir anlamda yüzümüzü güldürdü. 2018 ve 2019'da artan turist sayısı ve Ekonomi Bakanlığı'nın açıkladığı teşvikler sektöre hareket getirmeye başladı bile. Sadece Antalya'da otel yenileme pazarında 4 milyar dolarlık bir ticaret hacminden bahsedilirken bu yenilemenin yapı kalitesinin artırılması için de büyük bir fırsat olarak değerlendirilmesi gerektiğini de unutmamak lazım. Özellikle 80'lerde güneyde başlayan turizm atağı ile yapılan tesislerin ciddi bir renovasyona ihtiyacı var. Tesislerin büyük çoğunluğunun 15 yıldan eski olduğunu da düşünürsek, artan beklentileri karşılama için bu yenileme atılımının hem turizm sektörüne hem de inşaat sektörüne büyük katkı sağlayacağı aşikar. Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği'nin (AKTOB) yaptığı açıklamaya göre 2020'de 17.718 yeni yatak ilavesi yapılacak.

Peki, bizi neler bekliyor?

Turistlerin beklentileri, tatil anlayışları çok değişti. Yenileme en görünür haliyle buna hizmet edecek. Oteller yeni beklentilere göre renovasyon yapabilecek.

Altyapılar eskidi, yeni teknoloji ve malzemelerle altyapıları yeniden inşa etmek mümkün. Bu hem otellerin işleyişini kolaylaştıracak hem de çevreye daha duyarlı olma konusunda yol kat edilecek. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın verilerine göre Türkiye'de 4.859 tesis bulunuyor. Çevreye duyarlı tesis sayımız ise 478. Daha fazla tesisin çevreye duyarlı hale getirilmesi gerekliliği ortada.

İmar affı ile pek çok otel yapısal olarak büyüyebilecek, bu bir avantaj, tabii büyüme projeleri doğru ellerde uygulanırsa.

Elazığ depremiyle etkilendiğimiz bugünlerde yine deprem tehlikesine dikkati çekmek istiyorum. Yenilemeye giren otellerin pek çoğunun yeni deprem yönetmeliğinden önce inşa edildiğini düşünürsek, binaların yıprandığını ve yeni yapısal eklerle statik hesaplarının değişeceğini de göz önünde bulundurursak, tüm otellerde kapsamlı bir deprem raporu sonrası sağlamlaştırılması, ilave yapısal eklerin de deprem riski yaratmayacak şekilde projelendirilmesi ile tüm tesislerin güvenli hale gelmesi mümkün olabilecek.

Turizm sektörü inşaat sektörüne hareket getiriyor, bu hareketi gerçek bir fırsata dönüştürmek, tesis sahiplerinin, bu alanda çalışan mimar ve mühendislerin el birliği ile mümkün. Yatak sayısı artarken, dekorasyonlar yenilenirken, tesisleri depreme güvenli ve çevre dostu hale getirmek ihmal edilmemeli. ●



bi_özet [gayrimenkul]

artık mobilde



Turkcell Dergilik ve



Türk Telekom E-Dergi'den okuyabilirsiniz

[SU YALITIM ÇÖZÜMLERİ]

Yeşil Çatı Hakkında Sık Sorular ve Bilinmeyenler



Florya Crown Plaza Otel / BTM. Fotoğraf: Jozef Bonfil.



Şişli Bomonti Hilton Otel. Uygulama: Işık Peyzaj. Fotoğraf: Işık Peyzaj, BTM'nin izniyle.

BTM, teras çatılarının çakıl, mermer, seramik vb. klasik kaplamalar yerine uygun bir yalıtım çalışması üzerine bitki ve çiçeklerden oluşan bir sistemle kaplandığı Yeşil Çatılar ile ilgili sık sorulan soruları yanıtlıyor.

Yeşil Çatılar ile İlgili Sık Sorular:

Yeşil çatı hangi alanlarda uygulanabilir. Projedeki tüm yeşil alanlar yeşil çatı kısmına girer mi?

Bir mimari projede doğal arazi toprağı dışında; mevcut zemin döşeme üzerinde toprak + bitki olarak belirlenen tüm alanlar yeşil çatı kavramına girer. Binaların arasında, yer altında bulunan otopark veya sosyal tesis alanlarının üstündeki yeşil alanlar bahçe çatıdır. Yine bina katlarında ister açık ister kapalı mekânlarda yatay döşeme üzerinde oluşturulmuş alanlar ise bitkilendirilmiş çatı bahçesidir. Bahçede gömülü su deposunun üstü bitki örtüsü kaplı ise bu alan da yeşil çatıdır. Paslanmaz metal-betonarme vb. alanlarla sınırlandırılmış büyük saksılı bitki havuzları da yeşil çatıdır.

Yeşil çatı sadece betonarme yüzey üzerinde mi uygulanır?

Günümüzde betonarme teknolojisi dışında, hafif metal çatı ve ahşap teknolojisi de son derece geliştiği için doğru seçilen yalıtım malzemesi ve katmanlar ile bu iki döşeme üzerinde de çatı bahçesi uygulamaları yapılabilir.

Yeşil çatı hangi katmanlardan oluşur?

Yeşil çatı;

- uygulama yapılacak alanın boyutuna uygun tercih edilmesi gereken su yalıtım malzemesi (varsa ısı yalıtım malzemesi),
- kök tutucu örtü,
- nem tutucu keçe,
- toprak kalınlığına uygun su tutma kapasitesine sahip drenaj levhası,
- polipropilen filtre katmanı,
- hafifletilmiş bahçe çatı toprağı ve
- bitki tabakası katmanlarından oluşur.

Yeşil çatı maliyetini belirleyen kriterler nelerdir? Proje için maliyeti nasıl azaltabilirim?

Seçilen bitkilendirme türü, toprak kalınlığı, bitki türü (büyük ağaç veya çalı grubu olup olmaması) ve toprağın seriliş şekli (el arabası ve insan gücü ile veya tonajlı araç / mini yükleyici vb. ile serim yapılması) altta kullanılacak su tutma hazneli drenaj levhasının boyutlandırmasını ve maliyeti etkileyecektir. Projeniz için mutlaka uzman bir botanik üreticisi veya peyzaj mimarı ile çalışılmalı; üretici ve tedarikçi firmaların teknik ekiplerine danışılmalı. Su ve ısı yalıtımı için bu konuda pro-

fesyonel ekipler ve makine teçhizatı olan uygulamacılar tercih edilmelidir. Bu uzmanların yönlendirmeleri ile detaydaki katmanlar değiştirilerek maliyet belirlenebilir.

Yeşil Çatı Hakkında Bilinmeyenler

- Yağmur suyunu kullanarak yeşil örtüye ilettiğinden fazla drenaj yoğunluğunu azaltır, atık sebeke su yükü hafifler.
- Hava kirliliğini ve havadaki toz partiküllerini azaltır. Yeşil örtüsü daha az olan bölgelerde yapılan testlerde toz partikülü miktarının yeşili yoğun olan bölgelere göre 3-7 kat arası daha fazla olduğu görülmüştür.
- Buhar geçirimi yüksektir. Oksijen üretimini artırır, nefes aldığımız hava kalitesini yükseltir, doğal olarak karbon salımı azalır.
- Yüksek izolasyon değeri olan, ısı radyasyonu yapmayan yapısı ile şehirlerdeki ısı ada oluşumu etkisini azaltır. Bunun sonucu ısıtma-soğutma giderlerini düşürür, kentsel konforu yükseltir.
- Gürültüyü emerek kentsel boyutta ses izolasyonu sağlar. Sera gazlarını yok eder, yağmur suyunu havadan karışan ağır metalleri toprak

çinde tutarak arındırır.

- Geri dönüşümlü bir malzemedir, uygulanmasında düşük enerji kullanılır ve insan gücü yeterlidir.
- Hafriyat aşamasında kaybedilen doğal toprağı, içeriğine katılan özel karışımlar ile bitki toprağı olarak geri kazandırır.
- Dünya üzerindeki biyolojik çeşitliliğin ve kentsel tarımın artmasına katkıda bulunur.

Yapıyı UV ışınlarından koruyarak çatıyı ve taşıyıcı konstrüksiyonu mekanik hasarlardan korur. Yapının yangın korunumunu yeşil alanlar ile en üst düzeyde sağlar.

Yeşil Çatı Uygulamasında Dikkat Edilmesi Gerekenler

Bahçe çatı yapımında, malzeme tedarikçisi-üreticisi dışında işi uygulayacak yalıtım uzmanı ve peyzaj mimarı ekibinin mutlaka koordineli çalışması gerekmektedir. Ancak tüm bunlardan önce mimari proje aşamasında iken bahçe çatının bina statğine getireceği yük miktarı hesaplanarak detaya uygun bir katmanlaşma düşünülmelidir. Bu aşamada projenin peyzaj da-

nışmanlığını yapacak firmanın öngörülleri ile şartname oluşturulmalıdır. Belirlenen yeşillendirme türüne göre sistem bileşenleri seçilmelidir.

Uygulamada en önemli kalemlerden biri, yalıtımın düzgün ve bitki köklerine dayanıklı sertifikalı ürünler ile standartlara uygun olarak yapılmasıdır. Sistem bileşenlerinde gerekli bindirme payları verilerek ürünlerin düzgün serilmesi de sistemin doğru çalışması açısından önem taşımaktadır. Bu noktadan sonra ürünler uzun süre açıkta bırakılmamalıdır, en azından hafifletilmiş toprak katmanı serilerek bitkilendirmeye hazır bir zemin oluşturulmalıdır.

Yine proje aşamasında iken sulama ile oluşacak fazla suyun tahliyesi için uygun alanlarda dik inişli ve parapet çıkışlı süzgeç yerleri ayarlanmalıdır. Havalandırma, süzgeç vb. kontrol noktalarının üst kısmı ve çevresine toprak yerine çakıl serilerek belirgin hale getirilmeleri dekoratif olmanın yanı sıra herhangi bir müdahale gerektiği durumlarda kolaylıkla ulaşılmasını sağlar. •

[BTM'nin katkılarıyla]

Bit Pazarına Nur Yağdırmak

Ayşe Hasol Erkin, Mimar, HAS Mimarlık, ayse.erkintin@hasmimarlik.com.tr



Yenileme yaptığımız binalarda, ekip arkadaşlarımızdan ve uygulamacı firmalardan sıkça duyuyoruz: "Sıfırdan yapsaydık daha kolaydı..." Gerçekten de önceden bilinmeyen ayrıntılar, önceden bilinse dahi mevcut yapıdan kaynaklanan ve işlevsel yerleşimde zorluk çıkararak kısıtlamalar, mimari, mühendisi her yönden kısıtlayıcı bağlar. Kimi zaman karşınıza beklenmedik bir giriş çıkar; kimi zaman modern çağın teknolojisine yanıt veremeyecek kat yükseklikleri veya aks genişlikleri bizi zorlar. Ancak, mimarlar kısıtları severler çünkü önümüze çıkan engeller, anlamlı yaratıcılık deneylerine olanak tanır. Mimarın ustalığı, olumsuz koşulları, yaratıcı çözümlerle avantaj haline getirmesiyle ortaya çıkar.

Eskisinin başarısını aşabilmek...

Öte yandan yenileme, çoğunlukla işlev değişikliğinden çok, başarılı ve kullanıcılar tarafından sevilen, benimsenen bir binanın bir sonra-

ki kuşağa da devredilebilmesi için yapılan güncellemedir. Yenilemenin eski binanın başarısını aşması beklenir. Yalnızca işlevsel ve mimari başarı değildir söz konusu olan. O binadaki anılar, yaşantılar, deneyimler de toplumun hafızasına kazınmıştır. Yenilemenin, bu hafıza birikimini; binanın kent kimliğine katkısını ve kullanıcıların hatıralarını dikkate alması gerekir. Örneğin HAS Mimarlık'ın yaptığı İzmir'deki Efes Oteli yenilemesinde, kentlilerin otele nasıl sahip çıktıklarını, mimariden beklentilerini birebir deneyimlemiştik. Yapılması düşünülen her yeniliği, basın yoluyla, sivil toplum örgütleri yoluyla kamuoyuna anlatmanın önemini görmüştük. Gerek yerel basın ve köşeyazarları, gerekse Mimarlar Odası gibi kurumlara yapılan bilgilendirme, kent kimliğine katkı bağlamında önerdiğimiz yenilikleri kamuoyunun anlamasını, daha sonra da benimsemesini sağladı.

Hiçbir şey yapmamış gibi yenilemek...

Tarihi binalarda yenileme, başlı başına bilimsel bir araştırma konusu olarak ele alınmalı. Çeşitli dönemlerde yapılmış eklentilere körü körüne bağlı kalmak yerine özgün mimariyi araştırmak, ortaya çıkarmak ve vurgulamak esas olmalı. Öyle ki binaya girenler, binaya herhangi bir mimari müdahale yapılmadığı algısına kapılabilmeliler. Bu tür örneklerle en çok İtalya'da karşılaşılıyor. İtalya'daki ta-

rihi yenilemelerde, mimarın ne yaptığını anlamak için gerçekten dikkatli bir inceleme gerekir.

Sürdürülebilirlik ve yenileme...

Almanya'nın ulusal geliri, Türkiye'nin yaklaşık beş katı olmasına karşın Almanya'da yalnızca tarihî değil, 1960 ve 70'lerden sonra yapılan kamusal yapılar da yenilenecek ekonomik yaşamlarını sürdürmeleri sağlanıyor. Çok nitelikli olmasalar dahi, örneğin Berlin'deki Komische Oper, Deutsche Oper gibi kamusal yapılar, 1970'lerdeki cepheleri ve iç yerleşimleriyle korunuyor. Gerekli tamir ve yenilemeler, binanın görünümünü bozmaksızın belli aralıklarla yapılıyor. Asırlık markaların, zaman içinde logolarını kısmi değişikliklerle güncel algılara uyumlamaları gibi. Ülkemizde halkın hafızasına kazınmış kamusal yapıları yıkıp yeniden yapma anlayışını da bu açıdan "yenilemeliyiz".

Binaların yıkılıp yeniden yapılması, sürdürülebilirlik bakımından -özellikle kaynak kullanımı açısından- hiç de istenen bir durum değil. Zaman içinde, işlevlerin değişmesine bağlı olarak yapılacak yenilemelerle, binaların ömrü uzatılabilir. Sürdürülebilir mimari amaç, binaların işlevsel kullanım esnekliğine sahip olacak biçimde planlanması; "zamansız" ihtiyaçlara uyum sağlamasıdır. •

“InnDesign-Otel Yapıları, Tasarım, Yenileme Fuarı ve İş Platformu” Otel Yapılarında Yenilemeye Odaklandı

1. sayfadan devam/1 sistemleri, otellerde duman tahliyesi, merdiven basınçlandırması konuları üzerinde durdu. Doğal ve mekanik duman tahliyesi arasındaki farklardan bahseden **Portakal**, duman kontrol sistemlerinin periyodik kontrol ve bakımının önemini vurguladı. “Yangın Alarm Sistemi ve Yangın Otomasyonu, Yangın Algılama Sistemi, Duyuru Sistemleri, Acil Aydınlatma, Yönlendirme, Yangın Senaryosu” başlıklı konuşmasında **Dr. Gökhan Balık**, acil anons sisteminin, sesli ve ışıklı uyarı sistemlerinden bahsetti.

Moderatör **Prof. Dr. Abdurrahman Kılıç** panelleri ilgili “Türkiye’nin en büyük eksiklerinden biri yangın konusundaki bilgilerdir. Bu panelin amacı doğru bilgileri yaygınlaştırmaktır” dedi. InnDesign’in yeni ürün ve teknolojilerin tanıtımı açısından yararlı olduğunu belirten **Kılıç**, fuarın bu konuda çalışanları bir araya getirmesi açısından da önemli olduğunu vurguladı.

İlk gün Türkiye Tesiat Mühendisleri Derneği’nin (TTMD) organize ettiği “Otelde Enerji Verimli ve Sürdürülebilir Mekanik Tesiat Yatırımları Paneli” ile devam etti. Moderatörlüğünü **Dr. Kazım Beceren**’in yaptığı oturumda **Meriç Sapçı**, merkezi sulu soğutma sistemlerinde enerji verimliliği hakkında

konuştu. Oturumun ikinci konuşmacısı **Atalay Türkeş** merkezi sistemlerde yeni nesil hidronik balanslama ile enerji verimliliğinin yükseltilmesinden bahsetti.

Doç. Dr. İbrahim Atmaca’nın moderatörlüğünde gerçekleşen ikinci oturumda **Fikret Özgümüş** turizm tesislerinde topyekün atık su arıtma sistemleri ile geri kazanım yöntemleri ve tesisatta su filtrasyonu ve şartlandırmanın enerji verimliliğine etkisi hakkında bilgi verdi. İkinci konuşmacı **M. İlker Şahin** “Uygulamacı Gözüyle Mekanik Tesisatta Doğru Boru Tipi ve Malzemelerinin Seçimi ve Sistem Performansına Etkisi” başlıklı konuşmasında çelik ve plastik boruların avantaj ve dezavantajlarından bahsetti. Boru seçiminde dikkat edilmesi gereken kriterlerle ilgili uyarılarda bulundu.

InnDesign’da İkinci Gün: Otel Yapılarında Yenileme Trendleri ve Markalaşma

14 Kasım’daki “Otel Yapılarında Yenileme Trendleri ve Markalaşma Paneli”nde; “Yenilemede Çevre Dostu Ürünler”, “Öyküsü Olan Otel Tasarımları” ve “Turizmde Marka Değeri Yaratma” başlıklı üç oturum gerçekleşti. Panel Türkiye İMSAD Başkanı **Ferdi Erdoğan**’ın turizm sektörü hedeflerine değinen açılış konuşmasıyla başladı.



InnDesign-Otel Yapıları, Tasarım, Yenileme Fuarı ve İş Platformu 2019.
Fotoğraf: Yapex Design’in izniyle.

Gelecek yıllarda otel yapıları yenileme sektöründe nasıl bir pazar büyüklüğü öngörüyorsunuz? Sektörün gelişmesinde yatırımcılara, tasarımcılara ve yapı malzemesi üreticilerine nasıl bir rol düşüyor?

Ferdi Erdoğan (Türkiye İMSAD Yönetim Kurulu Başkanı) | Türkiye’de yenileme çalışmalarının ihmal edildiğini ve Avrupa’ya göre geride kaldığımızı görüyoruz. Günümüzde oteller, hastaneler, AVM’ler birer teknoloji üssü haline gelerek adeta bir sanayi tesisine gibi çalışıyor. Bu yüzden sadece konutlarda değil ticari binalarda da yenileme oldukça önemli.



Türkiye’deki turizm tesislerinin ve otellerin bir bölümü artık oldukça eskimiş, hem dekorasyon hem de enerji kullanımı anlamında ekonomik ömrünü tamamlamış durumda. Birçok turizm bölgesinde çok hızlı bir şekilde yenilemeye ihtiyaç var. Resmî verilere göre Türkiye’nin 2019 Ocak-Kasım döneminde doluluk oranı %74. 2018 yılında ise bu rakam %71’di. Yine 2019 yılı Ocak-Kasım döneminde Türkiye 42 milyon 910 bin yabancı turist ağırladı. Aynı dönemde ülkemize gelen yabancı ziyaretçilerin en çok giriş yaptıkları sınır kapılarının bağlı olduğu iller sıralamasında Antalya 14 milyon 440 bin ziyaretçi ile ilk sırada yer alırken, İstanbul 13 milyon 779 bin ziyaretçi ile ikinci sırada yer aldı. 2033 yılında rahatlıkla 60-70 milyon turist sayısına ulaşabileceği, hatta 100 milyona çıkılabileceği beklentisi oluşmuş durumda. 100 milyon turiste ulaşılmasının Türkiye inşaat sektörüne yansımaları da yaklaşık 200 milyar doları bulabilir.

Turizm sektöründe 7 yılda bir büyük çaplı yenileme yapıyor. Bir turizm tesisinin, bilançosunun %3 ila 3,5’ini yenilemeye ayırması gerekiyor. 20 yılı doldurduğunda ise artık dört duvar kalana kadar yıkılıp elektrondan mobilyaya kadar yeniden yapılıyor. Sektör, önümüzdeki 5-10 yıl içinde bu yenilemeleri yapmak zorunda. Özellikle şehir otellerimiz “akıllı bina” konseptine göre yenilemek ve “akıllı otel” haline getirmek, turizm rekabeti açısından zorunluluktur. Özellikle enerji verimli oteller, başta yangın yalıtımı olmak üzere güvenlik önlemleri, ulaşım kolaylığı, çevreci çözümler, su ve atık yönetimi turistlerin ilgisini yoğunlaştırdığı alanlar. Turizmde “kum-deniz-güneş” yöneliminin yerini “eğlence-eğitim-çevre” almış durumda. Enerji verimliliği ve sera gazı salımı konusunda, mevcut uygulamalar ve kısıtlar açısından, Türkiye’deki otellerimiz AB ülkeleri otellerine oranla çok daha yüksek maliyetle binalarını ısıtmakta, soğutmakta ve aydınlatmakta; daha fazla sera gazı salınması neden olmaktadır. Oysa, enerji fiyatlarımız AB ülkelerine oranla daha yüksek iken; turist başı gelirimiz daha düşüktür. Bu nedenle yapılması gereken çok fazla iyileştirme ve yenileme bulunmaktadır.

2018 yılında yenileme için teşvik başvurusu sayısı 54’tü. Tesis başına da yaklaşık 11 milyonluk bir maliyet vardı. Yani 2018’deki yenileme talebi 600 milyon TL idi. 2019 verileri resmi olarak henüz yayınlanmadı ama 2018 yılı verilerinden hareket edecek olursak 2020 yılında da yaklaşık 11 milyar TL’lik yenileme ihtiyacı olduğunu söyleyebiliriz. Bu yenilemenin de 4-5 yıllık bir dönemde olması gerekiyor. Bu yenilemeler yapılırken malzeme tarafında enerji verimli, işlevsel, çevre dostu, inovatif ürünlerin kullanılması gerekiyor. Türkiye İMSAD olarak bu kapsamda TTYD (Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği) ile iş birliği başlattık. İlk adımını 42. Yapı Fuarı-Turkeybuild İstanbul’da attığımız bu iş birliğini eğitim ve seminerler ile genişletip güçlendireceğiz.



InnDesign-Otel Yapıları, Tasarım, Yenileme Fuarı ve İş Platformu 2019.
Fotoğraf: Yapex Design’in izniyle.

Günümüzde birçok yapıda artık bitkilendirilmiş yeşil çatı tercih ediliyor. Sizin de Four Seasons Hotel, Hilton Double Tree gibi otellerde yeşil çatı uygulamalarınız var. Otel yapılarında yeşil çatı tercih edilmesinin nedenleri sizce nedir? Otel yapılarının yeşil çatı uygulamalarında nelere dikkat edilmeli?

Atıla Gürses (Dr. Mimar / Proje Müdürü – Onduline Avrasya A.Ş.) | Mevcut teras ve eğimli çatılara da uygulanabilen Yeşil Çatılar otellerde, hem yapıya hem de çevreye katkıları nedenleri ile tercih edilmektedir.

Yapıya katkıları:

- Yapıda çok iyi bir ısı yalıtımı tabakası oluşturan yeşil çatı sistemi, çatıdaki su yalıtım örtüsünün ömrünü artırmasının yanı sıra, rüzgârın zararlı etkisini azaltır. Bu sayede iklim şartlarına karşı çok iyi korunmuş olan yapının ekonomik ömrü de artar.
- Yeşil çatı sistemi, elektromanyetik radyasyonu azaltma özelliği sayesinde çatı yüzeyinin aşırı ısınmasını engeller ve kent ısı adası etkisini azaltır. Yaz şartlarında çeşitli malzemelerle kaplanmış çatı yüzeylerindeki 80°C’ye kadar çıkarken, yeşil çatı yüzeyindeki ısı 35°C’yi geçmez. Bu da yapının iklimlendirme harcamalarını önemli ölçüde azaltır.
- Yeşil çatılar, seçilen sisteme bağlı olarak 3 dB ile 8 dB arasında ses yalıtımı sağlar. Gürültü etkisini azaltır.
- Otellerin teras çatılarında yaşama mekânları oluşturulabilir ve eğimli çatılar doğal çevre haline dönüştürülebilir.
- Otel çatısına yağın yağmur sularının en az %50’si yeşil çatı sistemi içinde depolanabilir. Çatıda depolanan su miktarı, seçilen sisteme bağlı olarak %90’a kadar çıkabilir.
- Çatıdaki bitkilerin oksijen salımı, çevredeki hava kalitesini artırır.
- Çatıdaki bitkiler tozumu en az %20 oranında azaltır. Bu da yine otel çevresindeki hava kalitesini artıran çok önemli özelliklerden biridir.
- Doğal bir ortam oluşturan yeşil çatı, doğal yaşamın devamını ve otel çevresindeki biyolojik çeşitliliğin korunmasını sağlar.

Otel yapılarındaki yeşil çatı uygulamalarında dikkat edilmesi gereken konular:

- Yeşil çatı uygulaması, mimar ve peyzaj mimarı iş birliği

ile projelendirilmeli ve uygulanmalıdır. Bitkilerin bakımı için ziraat mühendisinden destek alınmalıdır.

- Her şeyden önce peyzaj projesi hazırlanmalı ve buna bağlı olarak yeşil çatı sistemi seçilmelidir. Yeni yapılacak olan otellerde yapı strüktürü yeşil çatı sistemi dikkate alınarak projelendirilmelidir. Ancak mevcut otel yapılarında, yapının taşıyabileceği yüklerle göre yeşil çatı sistemi seçimi ve bitkilendirme yapılmalıdır.
- Peyzaj projesi, yeşil çatı tedarikçi firması tarafından detaylandırılmalıdır. Su giderlerinde, ısı yalıtımlı özel kontrol kapakları kullanılmalıdır.
- Çatıda yapılacak olan su yalıtımının son katında, bitki köklerine dayanıklı ve sertifikalı su yalıtım örtüleri kullanılmalıdır. Mevcut teras çatılarda yapılacak uygulamalarda sorunsuz bir su yalıtımı varsa, yalıtım katmanı olarak bitki köklerine dayanıklı sertifikalı bir örtü serilmesi yeterli olur.
- Teras çatılarda sistemi oluşturan tüm katmanların sertifikalı ürünlerden seçilmesine dikkat edilmelidir. Sertifikasız su yalıtımı uygulanması halinde bitki kökleri yalıtım katmanını 6 ay ile 1 yılda delmekte ve su akıtma sorunlarına neden olmaktadır. Diğer katmanlarda sertifikasız ürünler seçilmesi halinde bitki köklerinin çürümesi ve bitkilerin ölmesi sorunları ortaya çıkmaktadır.
- Bitki toprağı karışımları, seçilen sisteme uygun olarak yeşil çatı tedarikçi firması tarafından belirlenmelidir.
- Yeşil çatılarda otelin yakın çevresinde doğal ortamda yetişen bitkilerin kullanımı tercih edilmelidir. Kuşların çok sevdiği bitkiler kullanılmamalıdır. Çim seçilmesi halinde önemli miktarda su kullanılacağı ve bakım gerektireceği unutulmamalıdır.
- Yeşil çatılarda yaya yolları, araç yolları, süs havuzları vb. yapılması halinde, sistem katmanlarının sürekliliği sağlanmalıdır. Araç yolları altında, basınç mukavemeti çok yüksek drenaj elemanları kullanılmalıdır.



“Yenilemede Çevre Dostu Ürünler” başlıklı oturumu bitirirken günümüzde artık “ego” değil “eko” diyerek karar verilmesi gerektiğini söylediniz. Bu söyleminizi biraz daha açarak yenilemede çevre dostu ürün kullanmanın öneminden, bu konuda sorumlu olan aktörlerden bahsedebilir misiniz?

Hülya Aybek (Antalya Bilim Üniversitesi, Mimarlık Bölümü Dr. Öğretim Üyesi, Yeşil Bina Uzmanı - LEED AP) | Hızla büyüyen kentler ve gündüzüne artan küresel enerji talebi, iklim değişikliği, azalan tarım alanlarına rağmen artan gıda talebi, çevre atıklarının hava, su ve toprağı zehirlenmesi ile ortaya çıkan sağlık problemleri gibi sorunlar her türlü tüketimin bilinçsizce artışıyla kaynaklanan çevresel sorunlardır. Bütün bu yaşadığımız problemlere olumsuz anlamda en büyük katkıyı yapı sektörü verdiğinden sektör paydaşları ve çalışanlarının omuzlarına yüklenen sorumluluğa dikkat çekmek istiyorum. Artık bu noktada egomuzla değil “eko” düşüncesi ile karar almamız gerekir. Gelecek nesillere yaşanabilir bir dünya teslim etme fırsatımızı akıllıca ve zaman kaybetmeden uygulamalıyız. Yapılarımızda çevre dostu kararlar vererek yaşam kalitesini artırırken enerji tüketimini azaltma misyonu ile sürdürülebilir tasarım prensipleri üzerinden çalışmalarımıza devam etmeliyiz. Bu prensiplerin uygulanması ne zor ne de ileri teknoloji gerektiriyor. Tam aksine bunlar özünde pasif tasarım prensipleridir: Yapının işlevine uygun yer seçimi ve stratejik konumlanması, doğal aydınlatma ve havalandırma sistemlerine ağırlık verilmesi ve bu kararları destekleyen yapı malzemesi seçimi gibi masa başında verilen tasarım kararlarından oluşur. Bu kararların tasarımın erken safhalarında gerekli analiz ve simülasyon çalışmalarını ile desteklenerek verilmelidir. Birçok bilimsel çalışmada ispatlanmasının yanında kendi çalışmalarımızın sonuçları da göstermiştir ki bu kararların tasarımın erken safhalarında verilip projenin bu hedefler doğrultusunda

yürütülmesi işletme giderlerinde %30-%40 hatta bazı durumlarda %50 oranında düşüş sağlamıştır.

Bu tür çalışmalar Türkiye’de dikkate alınmamaktadır. Üstelik bazı durumlarda yapı sektöründe uzmanlık vasfı bulunmayan fakat karar verme mekanizması içindeki mercilerde “ego”lara çarptık. “Ben böyle istiyorum” söylemleri ile işletme maliyetini artıran ve çevreye yüksek ölçüde zarar veren seçenekler tercih ediliyor. Yapı sektöründe uzmanlaşmış kişilerin de kendi çalışma alanı dışında kalan ama yeni yüzyılın ihtiyaçları ve eksiklikleri göz önüne alınarak ortaya çıkan alanlara ilgisizliği nedeniyle sahip olduğu eski bilgileri dikte etmesi de karşılaştığımız başka bir “ego” durumudur.

Türkiye’de düşünme süreci (tasarım) kısa, inşaat süresi uzundur. “Yaparken düşünürüz”, “kervan yolda düzülür” zihniyetinin hâkim olması nedeniyle yolun ortasında projede mevcut olan hatalar gün yüzüne çıkar. Üstelik tasarım sürecinde verilmeyen zaman burada tamir/tadilat için verilir ki bunlar hep birinci elden maliyet artırıcı kaynak tüketici sorunlarıdır.

Aktörler kim sorusuna üsteki paragraflarda anlaşılacağı üzere, cevabım: Hepimiz. Kullanıcı, oy verici, seçme hakkı olan, düşünen, sorgulayan herkes. Fakat çevre bilincin oluşturulma süreci var: O da genel ve yerel yönetim, eğitim ve iletişim sektörü desteği ile yapmalıdır.





InnDesign-Otel Yapıları, Tasarım, Yenileme Fuarı ve İş Platformu "Öyküsü Olan Otel Tasarımları" oturumu, 2019. Fotoğraf: Yapex Design'in izniyle.



InnDesign-Otel Yapıları, Tasarım, Yenileme Fuarı ve İş Platformu "Turizmde Marka Değeri Yaratma" oturumu katılımcıları, 2019. Fotoğraf: Yapex Design'in izniyle.



InnDesign-Otel Yapıları, Tasarım, Yenileme Fuarı ve İş Platformu "Yenilemede Çevre Dostu Ürünler" oturumu katılımcıları, 2019. Fotoğraf: Yapex Design'in izniyle.

"Öyküsü Olan Otel Tasarımları" başlıklı oturumda tasarımın hikâyesi farklı açılardan ele alındı. Talya Oteli zaman içinde öyküleşen bir yapıya örnekten, tematik oteller bir öykü üzerinden inşa edilen yapılar olarak karşımıza çıkıyor. Bir tarafta ise tasarımın ve uygulamanın farklı aktörlerle ve malzemelerle hayata geçme süreci söz konusu. Sizce yapı ile öykü arasında nasıl bir ilişki olmalı?

Burçin Cem Arabacıoğlu (Prof. Dr. / Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi) | Yapıların öyküleri, hem bireylerin hem toplumların belleklerine iz bırakan, onların sosyal çevre içerisindeki belki de en önemli nitelikleri arasındadır. Bellek ise var olduğundan beri bireyler veya toplumlar için önemli bir olgu olmuştur, zira tarih bellekten, bellek ise tarihten beslenmiştir. Geçmişe dair tüm izler bireyin ve hatta toplumun belleğinde kendine yer bulabilir. "Tarih" kavramına zıt olarak "bellek" bireyleri bugüne bağlar, hatırlatma ve unutmaya olgularına açıklık, bugünün gerçeklerine yansır. Bireylerin bir mekân

inde yaşadıklarını deneyimler, bireyin belleğini oluşturur. Mekânı "yer" yapan her şey, bu deneyimlerin oluşmasına katkıda bulunur. Bu deneyimler, kent dokusundan tek bir objeye hatta bazen bir duyuya kadar farklı ölçeklerde var olabilir. Öyleyse doğanın bileşenleri gibi bireyin çevresinde yer alan tüm tasarım öğeleri de deneyimlerin ve buna bağlı olarak belleğin şekillenmesinde rol oynar. Tüm bu sebeplerle yapılar, çeşitli temalar yardımıyla öyküler ile ilişkilendirilirken bireylerin ve toplumların bellekleri üzerine etkileri irdelenerek ele alınmalıdır.



Antalya'nın ilk 5 yıldızlı otellerinden biri olan Talya Oteli'ni anlattınız sunumunuzda. Otelin Antalya'nın kent kimliği açısından öneminden bahsedebilir misiniz?

Ülkay Atmaca (POYD Yönetim Kurulu Başkanı) | Talya Oteli Antalya'nın turistik gelişim çizgisinde tarihi ve son derece önemli kilometre taşlarından biridir. Yöre turizmiyle adeta özdeşleşen ve daima birlikte anılan bu isim, çağdaş ve modern işletmeciliğin seçkin bir örneği olmasının yanında, açıldığı 1975 yılından bugüne 39 yıllık süreçte; sektörel bilinç ve birikimin yaygınlaşmasında da takdire değer sonuçlar vermiş ve bölgemiz için bir övünç kaynağı olmuştur. Otel Antalya ve Antalyalılar için ilk 5 yıldızlı otel olmanın yanında Antalya'nın ve neredeyse Akdeniz Bölgesi'nin dünyaya açılan kapısı olmuştur. Şehrimize gelen turistlere, ünlü simalara ve devlet adamlarına ev sahipliği yapmış-

tır. Birçok Uluslararası ödüle sahiptir. 15-60 yaş arası neredeyse tüm Antalya'lılara dokunan bir anısı vardır. İlklerin çoğu bu otelde yaşanmıştır. Kimi kendi düşününü burada yapmış, kimi kızını-oğlunu bu otelde evlendirmiş, kimi mezu niyet heyecanını bu otelde yaşamıştır. Talya Oteli, otel olmanın yanında yaşayan değerler yumağıdır. Çalışan aidiyetinin yüksek olduğu, uzun yıllar bir arada çalışan ekiplerin hizmet verdiği bir otel olma özelliğine de sahiptir.



14 Kasım'daki "Otel Yapılarında Yenileme Trendleri ve Markalaşma Paneli"nde; "Yenilemede Çevre Dostu Ürünler", "Öyküsü Olan Otel Tasarımları" ve "Turizmde Marka Değeri Yaratma" başlıklı üç oturum gerçekleşti. Panelin katılımcılarından Ferdi Erdoğan, Atila Gürses, Hülya Aybek, Hasan Sökmen, Burçin Cem Arabacıoğlu, Cüneyt Darı, Ülkay Atmaca, Kaan Kaşif Kavalıoğlu ve Nida Sözügeçer panellerle ilgili sorulara yanıt verdi.

Özellikle Antalya'da yaptığınız çok sayıda temalı otel ile tanınıyorsunuz. Bu otelleri çok beğenen de var, eleştiren de. Tematik oteller tüm dünyada neden bu kadar tercih ediliyor?



Hasan Sökmen (Mimar / Medi Mimarlık)

| Tematik oteller niçin, nerede yapılır diye kendimize sorarsak iki yanıt alabiliriz: Biri yeni planlanan turizm bölgeleridir. Çünkü bölgede hiç konaklama tesisi bulunmuyorsa mimar ve yatırımcılar yeni yapılacak otelleri hızla tanıtabilmek için temalı projelere başvururlar.

Temanın hikâyesi otelin çok çabuk tanınmasını sağlar ve otele misafir çekmeye başlar. Bunun en güzel örneği Las Vegas'tır: Las Vegas, Nevada çölü üzerinde kurulmuş turizm, eğlence, alışveriş ve kazino şehridir. Bu bomboş çölde bir otelin inşa sırasında bile tanınma şansı vardır. Örneğin Mısır Piramitlerini Las Vegas'a taşırsanız (Luxor Hotel) daha otel açılmadan olay olur. Bu da 2.000 odalı koca bir otelin hiç para harcamadan tanıtılmasını sağlar ve sizi pazarlamada rakiplerinizin önüne geçirir.

Temalı otellerin yapımının ikinci ve de daha önemli bir nedeni de bu tür otellerin resort (kıyı) bölgelerinde tur programlarıyla gelen misafirlere yönelik olmasıdır. Çünkü bir haftalık, on veya on beş günlük tatil için resort otele gelen misafir yan yana yapılmış bin yataklı oteller arasında hem görsel bakımdan hem de eğlence imkânları açısından farklı olanları talep eder çünkü özellikle de "her şey dâhil" ise uzun süre o otelin sınırından çıkmayacaktır. O zaman onun görsel estetiğini tatmin için binaya bir öykü (tema) giydirmek gerekmektedir ki o öykü görsel algısını değiştirip misafiri mutlu etsin. Örneğin Topkapı, Venedik, Kremlin gibi "palas tipi" oteller veya Titanik, Concorde gibi öyküsü olan otellerin mimarisine Fransızlar "neşeli mimari" (*architecture gai*) adını vermişler.

Temalı oteller genelde yukarıdaki belirttiğim iki nedenle yapılır, şehir içinde temalı otel yapmaya gerek yoktur; zaten arsa da müsait değildir. Türkiye turizminin başına bela ettiğimiz temalı otellerin sebebi bizim de daha çok resort otel yapmış olmamız. Bizim başlattığımız bu temalı oteller çok tuttu ve onlara kopyası yapıldı. "Titanik"i yaptıktan sonra hemen Kemer'de "Transatlantik" adıyla komik bir kopyası yapıldı. "Concorde"u yaptıktan sonra Alanya'da hemen kopyası yapıldı. Hatta adını da "Concordia" koymuşlar. Palas tipi otelleri hiç saymayacağım. Lara'da ve Alanya'da bütün otellerin tepelerinde kubbeler ve kuleler dolmuş; hiçbirisi aslına benzemediği için ben bu kopyalara karikatür mimarı diyorum.

Son projeniz "Selectum"un farklı bir hikâyesi var. Çocuklar ve gençler için oteller sıkıcı yerler olabiliyor ve siz bu durumu değiştirmek üzere bir tasarım geliştirdiğiniz söyleyorsunuz. Hikâye sizce tasarım için neden bu kadar önemli?



Cüneyt Darı (Mimar / Mısırlıoğlu Mimarlık)

| Hepimizin bir ismi ve karakteri var. Bizim yaptığımız projelerin de hepsinin bir hikâyesi ve ismi var. Önemli olan ruhu verip karakteri oluşturmaktır. Biz projelere hikâye ile ruh veriyoruz. Şu an çalışmakta olduğumuz "Selectum Dreams Hotel" projesi hikâyesiyle birçok ödül aldı. Konu: kaliteli aile oluşumu. Amaç: Günümüzdeki gençlerle kopuk aile bireylerini bir araya getirip kaliteli bir tatil imkânı sağlamak. Gençleri günümüzün kötü alışkanlıklardan uzak tutmak, eski günlerdeki gibi ailenin bir arada olduğu birlikte güçlendiği, eğlendiği, öğrendiği bir ortam oluşturmak. Sloganımız ise: "Never Ending Dream".

Yenilemede Çevre Dostu Ürünler

Yenilemede Çevre Dostu Ürünler oturumu Dr. Hülya Aybek moderatörlüğünde Doç. Dr. İktal Erbaş, Onduline Avrasya Teknik Koordinatörü Atila Gürses, MNY Enerji Genel Müdürü Nazım Yavuz ve Betek Boya Genel Müdürü Tayfun Küçükkoğlu'nun katılımıyla gerçekleşti. "Turizm İşletmelerinde Bir Rekabet Stratejisi Olarak Çevre Bilinci" başlıklı bir sunum yapan Doç. Dr. İktal Erbaş küresel/fiziksel çevre ile kurulan bağın tercih edilebilirliği etkilediğini söyledi. Onduline Avrasya Teknik Koordinatörü Atila Gürses konuşmasında yeşil çatı sistemini anlattı. MNY Enerji Genel Müdürü Nazım Yavuz değişen enerji dünyasından ve bir yenilenebilir enerji yatırımı olarak güneş paneli sistemlerinden bahsetti. Betek Boya Genel Müdürü Tayfun Küçükkoğlu ise ısı yalıtımı hakkında bilgiler verdi ve renklerin psikolojik etkisinden bahsetti.

da yer alan mimarlardan Cüneyt Darı, "Selectum" projesini anlattı. Mimar Hasan Sökmen temalı otel projelerinden örnekler verdi. ANSİAD Başkanı Akın Akıncı mimari turizm ve turizm mimarisini hakkında konuştu. Mimarlık ve turizm ilişkisine değinen Akıncı bunun ekonomiye katkısını anlattı. Son konuşmacı POYD Başkanı Ülkay Atmaca, Antalya'da turizmin gelişmesine katkı sağlayan ve ilin ilk beş yıldızlı oteli olan Talya Oteli'nin altı yıldır kapalı olduğunu belirterek otelin tekrar açılması için bir çağrı yaptı. Moderatör Prof. Dr. Burçin Cem Arabacıoğlu, öykü yaratan, gözlemler üreten uzman isimlerin bir araya geldiği bu oturumu "öykü yaratmanın öyküsü" olarak özetleyerek oturumu sonlandırdı.

Turizmde Marka Değeri Yaratma

L'Collection Hotel Management&Consulting Yönetici ortağı Muhammet Cüntay moderatörlüğünde ve diğer oturumlardan farklı olarak Davos oturma düzeninde gerçekleşen "Turizmde Marka Değeri Yaratma" oturumunda Limak Turizm CEO'su Kaan Kaşif Kavalıoğlu, Rixos Global Pazarlama, Dönüşüm ve Strateji Direktörü Yakup Aksoy, Accor Group İş Geliştirme Direktörü Anur Kurç, Wyndham İş Geliştirme Direktörü Murat Özel ve Hilton Türkiye İş Geliştirme Direktörü Nida Sözügeçer yer aldı. Turizmde marka değeri yaratma hakkında Limak Turizm CEO'su Kaan Kaşif Kavalıoğlu farkındalık yaratılması gerektiğinden bahsetti. Rixos Global Pazarlama, Dönüşüm ve Strateji Direktörü Yakup Aksoy otel hikâyesinin derinliğini ve eşsizliğinin olması ve hedef kitleleriyle iletişim ha-

Öyküsü Olan Otel Tasarımları

Panelin ikinci oturumu Prof. Dr. Burçin Cem Arabacıoğlu moderatörlüğünde "Öyküsü Olan Otel Tasarımları" başlığıyla gerçekleşti. Panelin konuşmacıları Mısırlıoğlu Mimarlık'tan Cüneyt Darı, Medi Mimarlık'tan Hasan Sökmen, Antalya Sanayici ve İş İnsanları Derneği (ANSİAD) Başkanı Akın Akıncı, Profesyonel Otel Yöneticileri Derneği (POYD) Başkanı Ülkay Atmaca ve Fibrobeton Yönetim Kurulu Başkanı Dündar Yetişen'di. Prof. Dr. Burçin Cem Arabacıoğlu'nun panelistleri tanıtımının ardından konuşmasını yapan Fibrobeton Yönetim Kurulu Başkanı Dündar Yetişen Fibrobeton'un referans projelerinden örnekler gösterdi. Tasarım Sokağında

Bir turistik tesisin marka değeri oluşturmasında tasarımın rolü nedir?

Muhammet Cüntay (L'Collection Hotels İşletme, Dizayn ve İnşaat Yönetimi Şirketi Kurucu Ortağı / Haliç Üniversitesi İşletme Fakültesi Turizm Programı Öğretim Görevlisi) | Turizmde marka değerini oluşturan ve birbirini tamamlayan bazı ana unsurlar bulunmakta. Tesisin konsepti, teması, insan altyapısı, teknoloji altyapısı, halka ilişkiler ve tanıtım faaliyetleri ve fiziki yapı bu unsurların başlıcaları olarak nitelendirilebilir.



Dünya genelinde turistik tesislerde marka değeri yaratma çalışmalarında uygulanan iki tane yol bulunuyor. Birinci yol fiziksel tasarıma karar verilip geri kalan unsurları buna göre planlamak; diğer yol ise öncelikli olarak tesisin konumu baz alınarak hedef kitlenin belirlenmesi, buna paralel bu hedef kitlenin ihtiyacı ve arayışına göre tema, konsept çalışması yapılarak, bu temada ihtiyaç duyulan insan altyapısına ulaşılmıştır. Bunun ardından ise bu konsepti tamamlayacak olan tasarım çalışmalarının yapılması aşamasına geçilmesi gerekir. Artık tüm dünya genelinde doğru olan ikinci yol tercih ediliyorken maalesef ülkemiz genelinde hâlâ sonu pişmanlıklar barındıran birinci yoldan devam eden işletmeler görüyoruz.

Bu hatanın sürmesinin başlıca sebepleri eski alışkanlıklar, yatırımcıların tesis kurgularını yaparken yanlarında sadece mimari ve inşaat ekiplerini bulundurması ve bunu yeterli görmesi, gerekli fizibilitelemlerin yapılmaması, turizm disiplinine yeterince saygı duyulmaması ve dünya otelcilğindeki fiziksel planlamanın nereye gittiğiyle alakalı farkındalık eksikliğidir.

Benim şahsi fikrim: Tesisin marka değeri oluşturmasının birinci koşulu sürdürülebilir ve kazançlı bir tesis yaratmaktır. Bu gerçeğin kabul gördüğü durumda, yatırım bütçesini aşmayacak ve temayı destekleyecek olan, aynı zamanda işletme açısından kolay ve maliyetsiz olarak yönetilebilecek tasarımlar ve fiziksel planlamalar marka değerine büyük katkı sağlar. Aksi takdirde temizlenemeyen ve arıza yaptığında yenilenmeyen aydınlatma ve separasyon sistemleri, su alan çatı ve tavan sistemleri, personel sayısındaki kısıtlamalar nedeniyle bakımı yapılamayan gereksiz peyzaj alanları, pasif hale getirilen "a la carte" restoranlar tesisin marka değerine fayda sağlamadığı gibi turizmimizin genel marka değerine de zarar verir.

Hilton 100. yaşını kutluyor bu yıl. 100 yıllık bir marka olmanın nasıl sorumlulukları var? Hilton'un önümüzdeki 5 yıl içinde Türkiye'de yapmayı planladığı yatırımlardan bahsedebilir misiniz?

Nida Sözügeçer (Hilton Türkiye İş Geliştirme Direktörü) | 100. yaşımız bizim için çok önemli bir dönüm noktası: Hem dünyada hem de bundan 60 yıl önce Amerika'dan sonra adım atmış olduğumuz ilk uluslararası pazar olan Türkiye'de yarattığımız etkiyi gösterebilmek adına çok doğru bir an... 100. yaşımız, gelecek ve sürdürülebilirlik odaklı çalışma anlayışımızla dünyamızı bir 100 yıl daha konukseverliğin sonsuz sıcaklığı ve işiğiyle doldurabileceğimizin belki de en önemli kanıtı.



Yeni projeler için yerli yatırımcılarla bir araya geliyor, markalarımızla ister "franchise" isterlerse de yönetim modelleriyle çalışma imkânı sunuyoruz. Bugün itibarıyla geliştirme aşamasında 20 projemiz var ki bu projelerin önemli bir çoğunluğunun 2023 itibarıyla hayata geçmiş olacağını öngörüyoruz. Portföyümüzü büyütmek için proje arayışlarımız aktif bir şekilde devam ediyor. Otel işletmeciliği ve dünya klasmanında marka yaratma alanlarındaki 100 yıllık deneyimimizle, gayrimenkul geliştiricilere varlıklarının değerlerini artırma yönünde maksimum faydayı sağlıyoruz. Orta segmentten üst ve lüks segmentlere uzanan, hatta kısa süre önce Sultanahmet'te açılan "Hagia Sofia Mansions" örneğinde olduğu gibi, mülklerin kendi eşsiz kimliklerinin muhafaza edilmesine imkân sağlayan koleksiyon markası Curio'nun da dâhil olduğu birçok farklı markamız bulunuyor.

linde olunması gerekliliğinden bahsetti. Wyndham İş Geliştirme Direktörü **Murat Özel** marka değerini oluşturmanın koşulunun hizmet standartlarının sürdürülebilirliği olduğunu söyledi. Hilton Türkiye İş Geliştirme Direktörü **Nida Sözügeçer** doğru oteli tasarlanmanın kolay olmadığını ve doğru tasarlanmamış bir otel iyi işletilse de en yüksek performansına ulaşamayacağını belirtti.

Yerli marka ve otellerin devlet tarafından desteklenmesi ile ilgili soruyu **Kaan Kaşif Kavaloğlu**, yerli otellerde kalıp kalmanın bir tercih meselesi olduğunu ve yabancı zincirlerin Türkiye'ye yatırımcı olarak değil isim hakkı anlaşması yaparak geldiklerini söyleyerek yanıtladı. Accor Group İş Geliştirme Direktörü **Onur Kurç** ise yabancı markaların da yatırıma ağırlık verme zamanının geldiğini belirtti.

InnDesign İş Platformu

Panellerin yanında InnDesign teori ve pratiği bir araya getirdi. **Ado Grup, Ahenk Büro Mobilya, Ake Asansör, Artia, Bellagente, BVT, BMI, Crystal, Detay İç Mimarlık, Doorson, Drey Fabric, Güven Hali, Fox Bau Yapı Kimyasalları, Graser, Halley Wallcoverings, Humay İç Dekorasyon, Kimetsan, Maksimum Contract, Metalzo, Nova Küvet, Polyan, Prestige, Serico, Systemair, Tarkett ve Ycd Grup**'un yer aldığı iş platformunda firmalar yeni ürünlerini tanıttı.

Tasarımcı Sokağı

Tasarımcı Sokağı'na konuk olan İç Mimar **Y. Burak Akay**, Endüstriyel Ürün Tasarımcısı **Gökay Karacabey**, Mimar **Can Kenk Doğan**, Yüksek Mimar **Tuba Tepe Soner**, İç Mimar **Cüneyt Darı**, Mimar **Hasan Çerçiler**, Mimar **Hasan Can Kamburoğlu**, İç Mimar **Gökhan Sipa-hioğlu** ve Mimar **Mustafa Küçükoğlu** projelerini yapı malzemesi üreticileri, yatırımcılar ve diğer tasarımcılar ile pay-

laşma imkânı buldu. Tasarımcı Sokağı katılımcıları **Gökhan Sipa-hioğlu, Hasan Can Kamburoğlu, Onur Darı, Tuba Soner Tepe** ve **Gökay Karacabey** meslek pratiklerini, Antalya ile kurdukları ilişkiyi, gerçekleştirdikleri son otel projesinde işverenle kurdukları ilişkiyi anlattılar.

Gökhan Sipa-hioğlu / Gökhan Sipa-hioğlu İç Mimarlık Atılım Üniversitesi İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı bölümünden 2012'de mezun oldum. 6-7 yıldır Alanya'daki merkez ofisimde farklı ölçeklerde daha çok sosyal mekâna yönelik projeler yapıyorum.

Antalya turizmin yoğun olduğu bir bölge ve "her şey dâhil" sistemi son dönemlerde oldukça yaygın. 5 yıldızlı büyük oteller daha çok şehir dışında yer aldığı için turizm, şehir merkezinden uzaklaşmaya başladı. Şehir içi otelleri ve eski apart otellerin bir kısmı üniversite öğrencilerine kiraya vermek üzere dönüştürüldü, bir kısmı atıl kaldı. Şehir içi otellerini etkileşimlerini, işlevlerini artırarak tekrar yapılandırmak lazım. Bunun için de konsept geliştirmek gerekiyor. Kafa yorulursa şehir içi otellerin tekrar canlanacağını düşünüyorum. Şehir içi otelleri sayesinde esnaf daha iyi para kazanır ve şehrin dinamikleri daha çok ortaya çıkar. İnsanlar kendilerini 5 yıldızlı otellere kapatmak zorunda kalmazlar.

"Comfort Suits" şehir içi otellerin canlandırılmasına örnek verebileceğimiz bir projemiz. 24 odası var bu projenin. 24 odayla 5 yıldızlı otellere kafa tutabilir misiniz? Hayır. Yatırım maliyetleri var ve bu maliyetler de ticari kaygıyı beraberinde getiriyor. Yatırımcılar ilk geldikleri zaman çok endişeliydiler. Şöyle bir konsept sunduk onlara: 24 oda bulunsun, altına bir tane kafe yapalım ve bu kafe 12 ay çalışsın. Resepsiyonu bu kafenin içinde yer alsın ve hem otel müşterisi bu alanda

Marka değeri oluşturma konusunda farkındalık, imaj, kalite değeri, sürdürülebilirlik ve sadakat programlarına ek olarak hedef kitle belirlemenin önemine de değindiniz. Bu anlamda "Limak Termal Otel"nin pazarlama stratejisinden bahsedebilir misiniz?

Kaan Kaşif Kavaloğlu (Limak Turizm – CEO) | İlk misafiri Mustafa Kemal Atatürk olan tarihi otel, Limak Turizm Grubu tarafından aslına uygun olarak yeniden inşa edildi ve Ağustos 2010 yılında hizmete açıldı. Tüm odalarımızda termal suyun verildiği özel küvetler bulunuyor. Oda numaralarımız Atatürk'ün doğumundan (1881), vefatına (1938) kadar olan yıllardan oluşuyor. Açık ve kapalı termal havuz, sauna, buhar odası, fitness center ve Türk hamamları olmak üzere toplam 1.000 m² spa alanı mevcut.

Henüz açılışını yapmadan önce Limak Hotels olarak elimizdeki güçlü veriyi kullanarak, özellikle İstanbul, Kocaeli ve Bursa illerinden otellerimizi tercih etmiş misafirler ile beraber temas kurduk ve Limak Hotels bünyesinde çok özel veri olan "Limak Thermal"i anlattık.

"Limak Thermal" ile Yalova'nın termal turizmüne farklı bir bakış açısı getirdik. Termal otel denilince akla sağlık ve şifa bulmak için ziyaret edilen tesis gelir; fakat biz bu anlayışı dünya birinciliği almış termal su kaynakları ile keyfe dönüştürdük. Misafirlerimizi öncelikle keyifli birkaç gün geçirmek istedikleri otelimizde, sloganımızda olduğu gibi sıcak misafirperverlik ve mükemmel servis ile birlikte sağlıkla da buluşturuyoruz.

Pazarlama noktasında "Limak Thermal Boutique Hotel"de soft marketing yapıyor, güney otellerimizden aldığımız ve partnerlerimiz ile olan güçlü ilişkilerimizi termal otelimizin pazarlamasında itici kuvvet olarak kullanıyoruz.

Yalova'nın Termal ilçesinde hâkim pazarlar: iç pazar ve Orta Doğu pazarı. Antalya pazarlama ekibimizin BDT ve Avrupa ülkelerinde katıldığı fuar, roadshow ve atölye çalışmalarında Yalova'nın tanıtımına da katkı sağlıyoruz. Yalova ve İstanbul ekibimiz de her yıl Orta Doğu ülkelerinde Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri ve Kuveyt'te gerçekleşen turizm fuarlarına katılıyor. Hem Yalova destinasyonunun hem de diğer otellerimizin pazarlamasına katkıda bulunuyoruz.

Gecelemelerin daha kısa olduğu otelerde doğrudan pazarlamanın önemi çok daha yüksek. Bu noktada misafirlerimizin beklentileri, talepleri ve tercihlerini iyi analiz ederek ekibimizi ve çalışmalarımızı bu doğrultuda yaptık ve özgün pazarlama teknikleri geliştirdik.

Yaptığımız çalışmalar neticesinde doğrudan rezervasyonların toplam rezervasyonlara oranında %60'ları yakaladık.

Doğrudan ve Dijital Pazarlama Faaliyetleri;

- Sadakat programımız çerçevesinde sürekli misafirlerimize ciddi olanaklar sunuyoruz. Tüm konaklamalarını yakından takip ediyor, her türlü istek ve taleplerini organize ediyoruz.
- Uzun konaklamaları teşvik etmek için çok özel kampanyalar yapıyoruz.
- Doğum günleri, evlilik yıl dönümleri ve balayı için çok özel paketler hazırlıyoruz.
- Misafirlerimiz bizimle iletişimin her kanalını kullanarak sorularına, merak ettikleri konulara hızlı cevaplar buluyor ve sonuç alıyorlar.
- Instagram, Facebook, Google, Whatsapp ve e-posta gibi aklınıza gelebilecek tüm kanalları aktif olarak kullanıyoruz.
- Güçlü veri tabanımız sayesinde bülten, sms gönderimleri gibi klasik dijital pazarlama yöntemlerinin yanında kapsamlı ve doğru şekilde analiz ettiğimiz verileri "cross marketing" için de kullanıyoruz.
- Web sitemizde mümkün olduğunca sade, basit, özgün ve sonuç odaklı tasarımı ön plana aldık. Kurduğumuz ekosistem ile misafirlerimiz her türlü işlemi çevrimiçi yapabiliyor.
- Özellikle telefon ile aldığımız rezervasyonlarda kurduğumuz yapı ile misafirlerimizin rezervasyonlarını yönetme ve güvenli şekilde ödemelerini yapabilme imkânı sağladık.
- Whatsapp Business çıktığında Türkiye'de kullanan ilk otel Limak Thermal otelimiz. Her ne kadar telefon, çevrimiçi rezervasyon, e-posta gibi tüm iletişim imkânları olsa da uygulamaya aldığımız her bir iletişim aracının karşılık bulunduğunu gözlemledik ve hepsini aktif olarak kullanıyoruz.
- Aynı zamanda blog sayfamız üzerinden basın bültenlerimizi ve kampanyalarımızı tüm misafirlerimiz ile paylaşmakla birlikte bölgenin öne çıkan özelliklerini, gezilecek yerlerini de anlatıyor, olabildiğince kapsamlı bilgilendirme yapıyoruz.
- Facebook ve Instagram gibi sosyal medya hesaplarımızdan planlı, hedef kitleyi filtrelenmiş ve verilmek istenen mesajın çok iyi hazırlandığı reklamlar yapıyoruz.
- Misafirlerimizin tatillerinde yaşadıkları deneyimleri çevrimiçi mecralarda paylaşmalarını teşvik ediyoruz. Aynı zamanda tüm internet ortamında ve otelde alınan anket yorumlarını web sitemizde haftalık olarak yayımlıyor ve misafirlerimizin doğru bilgi ve yorumlara tek bir sayfadan ulaşabilmesine imkân sağlıyoruz.



Tasarımcı Sokağı'nda mimarlar, iç mimarlar, endüstri ürünleri tasarımcıları projelerini yapı malzemesi üreticileri, yatırımcılar ve diğer tasarımcılar ile paylaşma imkânı buldu. Tasarımcı Sokağı katılımcılarından Gökhan Sipa-hioğlu, Hasan Can Kamburoğlu, Onur Darı, Tuba Soner Tepe ve Gökay Karacabey meslek pratiklerini, Antalya ile kurdukları ilişkiyi, gerçekleştirdikleri son otel projesinde işverenle kurdukları ilişkiyi anlattılar.



Sun Comfort Hotel Otel Odası İç Mimari Tasarım ve Uygulama, Alanya, 2019. Tasarım: Gökhan Sipa-hioğlu İç Mimarlık, Fotoğraf: Gökhan Sipa-hioğlu İç Mimarlık'ın izniyle.



Sun Comfort Hotel Otel Odası İç Mimari Tasarım ve Uygulama, Alanya, 2019. Tasarım: Gökhan Sipa-hioğlu İç Mimarlık, Fotoğraf: Gökhan Sipa-hioğlu İç Mimarlık'ın izniyle.

yyiyp için hem de dışarıdan gelen müşteriler bu ticari mekâna katkıda bulunsun. Mesela otelin altına son dönemlerde dünyada oldukça revaçta olan "gastro pub"lardan da yaptık. Restoranla, kafayla, "bistro pub"la, "gastro pub"la birlikte bir tesis oluşturduk. Bu şehir içi otelde ayrıca odaların sadeliğini, temizliğini baz aldık. Odaları kullanışlı, özellikle ergonomik bir yapıda düzenledik; sosyal mekânlara daha fazla özen gösterdik. Bütçemize uygun olarak tasarımlarımızı gerçekleştirdik. Şu ana kadar gidisattan otelde konaklayan müşteriler de dışarıdan hizmet alanlar da otel sahipleri de memnun.

Yatırımcılar bu yapıyı tutmadan önce, böyle bir atıl bina var ne yaparız diye bana danıştıkları zaman çevre ve rakip analizi yaparak başladık çalışmaya. İç mimarlık sadece halı, duvar kâğıdı, seramik seçmekten ibaret değildir. Yaptığımız işin maliyetlerini ve sürdürülebilirliğini de düşünmemiz gerekiyor. Ve dolayısıyla birazcık ticari danışmanlık da yapmak zorunda kalıyoruz. Kurumsal kimlikleriyle de ilgileniyoruz. Tasarımın ucu bucağı yok.

Onur Darı / Mısırhoğlu Mimarlık 2005'te Cüneyt Darı tarafından kurulmuş olan Mısırhoğlu Mimarlık'ta uzun süredir çalışmaktayım. Mısırhoğlu Mi-

marlık yurt dışı ve yurt içinde birçok projeye imzasını atmakta. İstanbul Kültür Üniversitesi'nden mezun olduktan sonra Azerbaycan'da kapsamlı bir projede yer alma fırsatını oldu ve şu anda da projelerimizi devam ettirmekteyiz. Mısırhoğlu Mimarlık olarak yaptığımız her proje bizim için çok değerli, tüm projelerimizde bir konsept ve hikâye ile başlıyoruz. Son projemiz olan "Selectum Dreams Hotel" birçok yarışmada tasarım ödülü aldı. "Selectum Dreams Hotel"de önceli-

ğimiz, çocuklara ve her yaşa hitap etmesi ve özellikle ailelerin çocukları ile beraber kaliteli bir zaman geçirmeleri oldu. Her bir projenin başarısı için gerekli olan çeşitli bilgileri sağlayarak iç mimarlar, mimarlar ve mühendislerden oluşan büyük ve hevesli bir ekip olarak çalışıyoruz. Felsefemiz; başarının iş birliği ve diyalogun sonucu olduğu inancına dayanmaktadır. Mısırhoğlu Mimarlık ekibi olarak bir proje geliştirilirken müşteri ve firma arasında açık bir fikir alışveri-



Selectum Dreams, Belek/Antalya, 2020-2021.
Tasarım: Mısırioğlu Mimarlık. Fotoğraf: Mısırioğlu Mimarlık'ın izniyle



Ritim Suit, Lara/Antalya, 2019.
Tasarım: AYdesignstudio. Fotoğraf: AYdesignstudio'nun izniyle.



Aydınbey Queen's Palace & Spa, Belek / Antalya, 2019.
Tasarım: Kamburoğlu Mimarlık. Fotoğraf: Kamburoğlu Mimarlık'ın izniyle.

Panellerin yanında InnDesign teori ve pratiği bir araya getirdi. Ado Grup, Ahenk Büro Mobilya, Ake Asansör, Artia, Bellagente, BVT, BMI, Crystal, Detay İç Mimarlık, Doorson, Drepy Fabric, Güven Halı, Fox Bau Yapı Kimyasallar, Graser, Halley Wallcoverings, Humay İç Dekorasyon, Kimetsan, Maksimum Contract, Metalzo, Nova Küvet, Polypan, Prestige, Serico, Systemair, Tarkett ve Ycd Grup'un yer aldığı iş platformunda firmalar yeni ürünlerini tanıttı.

şini destekliyoruz. Geleneksel sınırların dışında düşünüyorum ve cevap veriyoruz. Yeni teknolojilere yönelik hiç bitmeyen arayışımız prosedürlerimizi sürekli geliştirmemizi sağlıyor.

Tuba Soner Tepe / Tuba Soner Design Office

Yıldız Teknik Üniversitesi Mimarlık Bölümü'nden 1995 yılında mezun oluştumum ardından Antalya'ya geldim. Bir süre bebek mobilyaları üzerine çalıştıktan sonra Antalya'nın turizm bölgesi olmasının da katkısıyla, eşimle birlikte kurduğumuz firmada turizm yapıları odaklı çalışmaya başladık. 2013'te kendi ofisimde sadece proje odaklı çalışmaya yöneldim. Bu arada grafik bölümünde yüksek lisans yaptım.

Otel çoğunlukta olmakla birlikte okul, klinik, sigorta ofisi, rezidans gibi birçok projede çalıştım. Bir sezonda 4-5 otele iş yapmaya başladım. Tadilat da yaptık, sıfır otel projesi de. Her otelin bir hikâyesi olması gerektiğini düşünenlerdenim. Şu ana kadar yaptığım tüm otel işlerinde inanılmaz keyifle çalıştım.

12 yıldır sürekli otellerini yaptığım yatırımcılarım var. Bu da çok büyük bir keyif veriyor bana. Her projeye ayrı bir heyecanla başlamak, her projede onlarla tekrar masaya oturup fikir jimnastiği yapmak. Yatırımcılarımın arasında kendisi mimar olup benimle birlikte çalışan otel sahibi müşterilerim de var. Hiç projesi olmayıp benimle çalışmak isteyen çok yeni müşterilerim de var.

Son tamamladığım projelerden olan "Side Royal" işverenim ikinci oteliydi. Geçen sezon açıldı. Odalarında makromelerin, doğal malzemelerin kullanıldığı çok dingin ve etnik bir tasarım. Burada doğal malzeme-doğal görüntü talebini referans olarak çalıştık. Süreçte işverenle devamlı istişare içinde olduk. Olumlu olumsuz kısımları karşılıklı tartıştık. En sonunda çıkan işten çok memnunuz.

Gökay Karacabey / AYdesignstudio

Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Endüstri Ürünleri Tasarımı bölümünden 2008 yılında mezun oldum. Mezun olmadan bir yıl önce yeni kurulmuş olan bir Ar-Ge firmasında endüstriyel tasarımcı olarak işe başladım ve sonrasında ekip yöneticisi olarak yaklaşık 10 yıl konseptten uygulamaya, test aşamasına kadar 80-85 süreç yönettim. AYdesignstudio ise 2003 yılında İstanbul'da home ofis olarak resmi ticari hayatına başladı. Başlangıçta ürün tasarımı ve fuar standı tasarımları yaparak faaliyetler sürdürdü. 2008-2013 ve 2018 yıllarında değişen ticari şartlara göre kabuk yenileyerek faaliyet alanlarını genişletti. Günümüzde ise ürün tasarımı ve mühendisliği - mekân tasarımı ve mimarlık hizmetlerini Antalya, Kocaeli ve İstanbul'daki Ar-Ge ofislerinde sürdürüyor.

Son projelerimizden "Ritm Suit" Antalya'da, Lara'da yer alıyor. Yatırımcı, proje-

yi yap-sat modeliyle tamamlamak üzere iken minimum maliyetle otele dönüştürüp işletmek isteğiyle bizimle iletişime geçti. Söz konusu fikir üzerine sohbet ettik. "Nasıl bir konaklama" sorusu etrafında gezindik. Hızla değişen yaşam alışkanlıklarına uyumlu, insanın hayattan beklentilerine cevap veren bir niteliğe sahip olmalıydı. Doğru hedef kitleyi tanımlamak için uzun günler saatler harcadım. Sağlık turizminin hedef alınması gerektiği konusunda hemfikir olduk. Organ nakli yapılan ve uzun süreli tedavi gören hastaların yakınları civarında konaklayacak yer bulmakta zorlanıyorlar. Ekonomik faktörlerin yanında insan odaklılık düşüncesinin tariflediği uzun kavramsal bir yol çizdik. Konumsal avantajı, şehrin iç ve dış turizm potansiyelini, Türk misafirperverlik kültürünü katarak projeyi tamamladık. "Ritm Suit" in günümüz konaklama yapılarının yaklaşımlarına değerli bir alternatif sunduğu sonucuna varıyoruz. Konukların istekleri ve ihtiyaçları işinizin her noktasına etki eder. Bu etki ürününüzün, hizmetinizin tasarımından satış ve pazarlama içeriklerinize kadar bütün süreçlerinizi kapsar.

Şehir oteli konseptinde optimum hizmet sağlamayı ve müşterilerin beklentileri, çağın gereksinimi ve yaşamın dönüşümünü harmanlayıp bir arada sunabilmeyi amaçlayan proje ile bölgedeki en iddialı mekânı tasarlamış olduk. Bu yeni nesil konaklama deneyimini hizmet olarak sunabilmek için yatırım maliyetini en aza düşürmek çok önemliydi. Yaşam alanındaki gereksiz kalabalığı azalttığımız gibi yatırım maliyetini de azaltmış olduk. Maliyeti etkileyen diğer bir etken de imalat işçiliğindeki pratiklik. İmalatın doğrudan otel yatırımına etkilerini de en baştan göz önüne aldık. Tasarımdaki tüm mobilya grubu tek bir kişinin imal edebileceği basitlikte düşüldü. Özetle amacımız; düşük maliyetli üretim ve insanın tam olarak beklentilerini karşılayan konforu sunmaktır.

Hasan Can Kamburoğlu / Kamburoğlu Mimarlık & Mühendislik

Bahçeşehir Üniversitesi Mimarlık Fakültesi 2007 mezunuyum. Ardından Turizm ve Deniz Mimarlığı programında yüksek lisans yaptım. Bu programı seçme nedenlerimden birisi ailemin Akdeniz Bölgesi'nde inşaat malzemesiyle ilgilenmesiydi. 2012'de Alanya'ya dönüp ofisimi açtım. Daha çok otel renovasyonu ve sıfır otel projeleri üzerine yoğunlaştım. Geçtiğimiz sene yaklaşık 10 tane otel projesi yaptık. İki sıfır otel diğerleri ise renovasyon projeleriydi. Sıfır otellerden biri Belek'teki Aydınbey'di. Buranın iç mimari tasarımını biz üstlendik. Projenin bize gelme hikâyesi de 2016 senesinde aynı zincirin Alanya'daki otellerinin lobi ve resepsiyon kısmını yapmamızla başladı. Memnun kaldılar ki tekrardan bize dönüş yaptılar. Şu ana kadar beraber çalışıp sonraki senelerde iş yapmadığımız hiç kimse olmadı. İşin en güzel tarafı bu: Her sene işveren ailemiz gitgide büyüyor. ●

Turizm Sektöründe "Sağlık ve Güvelik" Faktörü

Kübra Sevingen, Satış & Pazarlama Uzmanı,
Doğa HSE Group,
kubra.sevingen@dogahse.com



Bugüne kadar çalışma hayatında ve günlük hayattaki güvenlik faktörünü hep konuştuk. Peki ya rahatlamak, deşarj olmak için gittiğimiz tatillerde güvenlik faktörünü ne derece önemsiyoruz?

TÜİK Yurt İçi Turizm Araştırmaları'na göre 2018 yılında 78 milyon 523 bin kişi seyahat etti ve 47 milyon 527 kişi konaklamak için otelleri tercih etti. Otellerin çok katlı, kalabalık, sürekli yaşayan ve yoğun sirkülasyona sahip yapılar olmalarının yanı sıra özel risk gruplarını barındırmaları gibi durumları da düşündüğümüzde özellikle Afet ve Acil Durum Yönetimi konusunda neler yaptıkları, nasıl bir süreç izledikleri oldukça merak konusudur.

NFPA'nın (ABD Ulusal Yangından Korunma Birliği) bir araştırmasına göre otellerde çıkan yangınların büyük bir kısmı ziyaretçi alanlarında görülmekte ve ağırlıklı olarak elektrikten ve sigaradan kaynaklanmaktadır. Gıda zehirlenmesi ve havuzlardaki hijyen problemi ise en sık görülen sağlık risklerindedir.

Göz ardı edilmemesi gereken bir diğer konu ise yapısal risklerdir.

Özellikle AVM, hastane ve otelerde çok sık karşılaştığımız bazı mimari öğeler sık görünümlerine karşın sağlık ve güvenlik konusunda ciddi sonuçlar doğurabilmektedir. "Tasarımda İş Güvenliği"nin dikate alınmasının sağladığı kazanımlar ile ilgili yapılan araştırmalarda aşağıdaki çıkarımlar göze çarpmaktadır:

- İşle ilgili sağlık ve yaralanmalarının önemli derecede azalması sağlanmıştır.
- Yapıya ve çevreye verilen zararın ve buna bağlı maliyetlerin azaldığı gözlenmiştir.
- Çalışanların sağlığı, refahı ve üretkenliği artmıştır.
- Tasarım aşamasında riski yönetmek, sağlık ve güvenlik çözümlerini güçlendirmekten daha verimli ve etkilidir.
- Tasarım aşamasında sağlık ve güvenlik anlayışı ile iyileştirme, kişisel koruyucu ekipman kullanımı, maruziyet izleme ve bakım ihtiyacı azaltılabilmektedir.

Özellikle sirkülasyonun ve çalışan devir oranının çok olması sağlık ve güvenlik sürecinin operasyonel yönetimini de zorlaştırmaktadır. Bu bağlamda tehlikelere mümkün olduğunca kaynağında müdahale etmek adına tasarımda sağlık ve güvenlik konusu birçok dolaylı maliyetin önüne geçmek ve daha güvenli bir yapı/yaşam alanı oluşturmak için oldukça önemli bir konudur.

Bu kadar potansiyel tehlikenin var olduğu bir alanda çözüm elbette tatile çıkmamak değil. Öncelikle özel risk gruplarının da (çocuk,

yaşlı, engelli) dâhil olacağı tatil planlarımızda otel seçimi konusunda daha özenli davranmalıyız. Örneğin çocuklarımız ile çıkacağımız tatillerde otellerin çocuklar için uygun olup olmadığını sorgulamak tatil süresi boyunca rahat bir nefes almak adına önemli bir adım olacaktır. Tabii web siteleri üzerinden oteller hakkında sağlık ve güvenlik açısından bilgi toplamak pek mümkün değil. Fakat kendinize hazırlayacağınız kısa bir kontrol listesi seçimlerinizi filtrelemenize yardımcı olacaktır:

- Konum kolay ulaşılabilir mi?
- Otelde revir/hekim hizmeti var mı? En yakın hastaneye kaç km uzaklıkta?
- Çocuklar için oyun alanları/havuz var mı?
- Otelin ailelere uygunluğu ile ilgili yorum/değerlendirme var mı?
- Otel yapısal/mimari olarak genel güvenlik koşullarını sağlıyor mu?
- Otel/oda fotoğraflarında acil çıkış levhaları görünüyor mu?

Özellikle herhangi bir acil durumda ulaşım ve iletişim çok önemli bir hale gelecektir. Bu bağlamda seçilen lokasyonun ulaşım açısından rahat ve güvenli olması, iletişimdeki telefonun, internetin çekmemesi gibi problemlerin olmaması, herhangi bir afette konumu sebebiyle ekstra risklere maruziyet vermemesi önemlidir. Otellerde ufak tefek yaralanmalar ve özellikle havuzlarda görülen enfeksiyon kapma gibi riskler başta olmak üzere sağlık konusunda birçok tehlike olabilir. Bu yüzden otelde bir sağlık ekibinin olması ve otelin hastaneye yakın konumda olması önemlidir. ●

VERİMDER'den Sahte Enerji Kimlik Belgesi (EKB) Uyarısı

Yapılarda Enerji Verimliliği Derneği - VERİMDER, tüm Türkiye'de başlattığı enerji tasarrufu ve ısı yalıtımı seferberliğine, İzmir'de düzenlediği toplantı ile devam etti. Enerji verimliliği alanındaki yasal olmayan uygulamalara dikkat çekilen toplantıda; kamuoyu tarafından son dönemlerde gündemde olan Enerji Kimlik Belgesi (EKB) konusu ele alındı.

Dünyamızda sınırlı olan enerji kaynaklarını, gelecek nesillere aktarabilmek için enerjiyi verimli kullanmayı ve enerji tasarrufu algısını tüm Türkiye'de yaygınlaştırma hedefiyle kurulan **Yapılarda Enerji Verimliliği Derneği-VERİMDER**, "Anadolu Buluşmaları"nın üçüncüsünü İzmir'de düzenledi. Toplantının ana gündem konusu sahte Enerji Kimlik Belgesi (EKB) oldu.

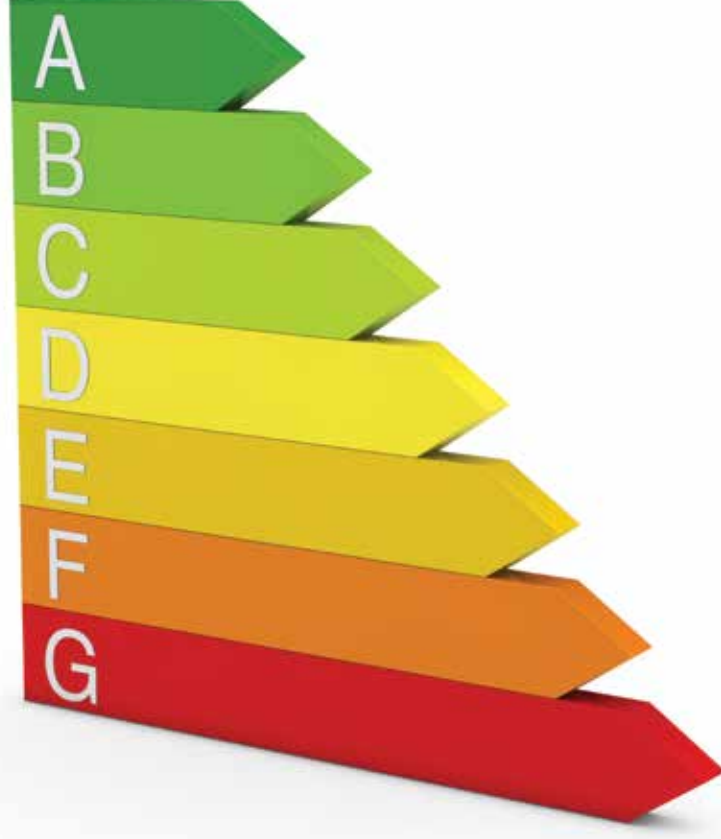
VERİMDER İcra Kurulu Başkanı **Prof. Dr. Emre Alkin**, Enerji Kimlik Belgesi (EKB) ile ilgili olarak: "Binalarda zorunlu hale gelen Enerji Kimlik Belgesi (EKB), enerji verimliliği ve ısı tasarrufunun ölçülmesi açısından çok büyük öneme sahip. Yeni ev alırken ya da kiralarırken evin konumu ve iç tasarımı kadar Enerji Kimlik Belgesi'ne (EKB) sahip olması da önemli. Piyasada pek çok sahte Enerji Kimlik Belgesi (EKB) ile karşılaşılıyor. Bu nedenle mutlaka evinizin Enerji Kimlik Belgesi'ni (EKB) sorgulayın. Sahte olmayan Enerji Kimlik Belgesi'nde ise evin en verimli ve yüksek sınıfta olmasına dikkat edin. Eviniz sıcak bir yuva olurken, bütçe dostu da olsun" dedi.

Enerji Kimlik Belgesi'nin (EKB) sahte-lerinin de piyasada yaygın olarak yer aldığını söyleyerek kamuoyunu uyararak Çevre Hukukçusu **Arsin Demir**: "Enerji Kimlik Belgesi (EKB), asgari olarak binanın enerji ihtiyacı ve enerji tüketim sınıflandırması, ısıtma ve/veya soğutma, havalandırma, sıhhi sıcak su, var ise kojenerasyon, var ise fotovoltaik sistemlerinin verimi ile ilgili bilgileri içeren belgedir. Bakanlık tarafından Enerji Kimlik Belgesi (EKB) vermekle yetkilendirilen kuruluşlar; yeni tasarlanan binalar için, binanın projelendirme çalışmaları sırasında bulunmuş olmaları şartı aranmaksızın Enerji Kimlik Belgesi (EKB) Uzmanları, mevcut binalar için Enerji Verimliliği Danışmanlık Şirketleri ve son yönetmelikteki düzenlemeye göre SMM hizmetleri belgesine

sahip, Etüt-Proje Sertifikasına sahip, kalibre edilmiş ısı ve sıcaklık görüntüleme cihazlarına sahip olmak gibi şartları sağlayan mimar/mühendisler de mevcut binalar için Enerji Kimlik Belgesi düzenleyebilir" dedi.

Enerji Kimlik Belgesi'nin (EKB) sahte ya da geçersiz olması durumunda EKB'nin iptal edileceğini ve bina yönetiminin, belgeyi tekrar düzenlemek zorunda olduğunu vurgulayan Çevre Hukukçusu Avukat **Arsin Demir**; "Bakanlığın yapacağı denetimler neticesinde gerçeğe aykırı ya da kötü niyetle belge düzenlendiğinin tespiti halinde Enerji Kimlik Belgesi (EKB) iptal edilir. Bu belgeyi düzenleyen kurum ve kuruluşlara

ise hapis cezası ile cezalandırılabilir. Sahte Enerji Kimlik Belgesi (EKB)'ne sahip konut alan tüketiciler ise Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'unun 4. maddesinde belirlenen 4 temel seçimlik hakkı kullanabilir. Kanunun 4. maddesi, ayıplı konut satın alan kişiye, bedel iadesini de içeren sözleşmeden dönme, konutun ayıpsız misliyle değiştirilmesi, konuta ödenen paradan ayıp oranında bedel indirimi, ayıpların ücretsiz onarımını isteme hakkı tanımaktadır. Ayıplı konut satın alan kişi, bu dört haktan yalnızca birisini seçim hakkına sahiptir. Belirtilen dört hakkın aynı anda ve birlikte kullanılması mümkün değildir" dedi. •



Otel Değerlemelerinde Değişen Trendler



Makbule Yönel Maya, Genel Müdür,
TSKB Gayrimenkul Değerleme A.Ş.,
yonelm@tskb.com.tr

Gelir getiren mülk denince ilk akla gelen gayrimenkul türlerinden olan "otel" ülkemizde de gayrimenkul piyasalarında yaşanan değişimlerden zaman içinde nasibini aldı. Geçmişe şöyle bir bakıldığında 2005'li yıllarda oteller daha yeni yeni ticari gayrimenkulde bir alternatif olarak düşünölmeye, özellikle karma kullanımlı projelerde bir işlev olarak çalışılmaya başladığı görülür. 2010 ve devamında otel piyasasında önemli bir hareketlilik ile karşılaştığımız yıllar oldu. Bu tarihten itibaren oteller karma kullanım projelerinin alt bir fonksiyonu olmanın ötesinde tek bir bütün olarak geliştirilen projelerde yer almaya başlıyor. Yine aynı yıllarda otel markalama ve işletme modelleri de çeşitlendi. Hatta o kadar ki dünyadaki örneklerine benzer şekilde sadece otel portföyünden oluşan GYO halka arzları ile yine aynı dönemde karşılaşıyoruz. Otel markalama ve işletme modellerine yeni yeni alışmakta olduğumuz bu dönemde bir de işletme modellerindeki farklılaşma ile de tanıştık. Farklılaşma sadece işletme modellerinde de olmuyordu bu dönemde. Konseptlerde de farklılaşmayı araştırdık... "Dry otel", "Extended Stay" gibi tam Türkçe karşılıklarını bulamadığımız alternatifleri ele alan sektör raporları düzenledik. Ne günlerdi... Bu zamanlardan hafızamda kalan en belirgin detay ise bu araştırmaları yaparken konuştuğumuz yabancı markaların Türkiye pazarına ilgi duyabilecekleri yönündeki pozitif algıya rağmen o görüştüğümüz markaların neredeyse hiçbirinin hâlâ ülkemiz pazarına girmedikleri...

Birden bire gözde bir ticari gayrimenkul yatırımı olarak görölmeye başlanan ve sayıları her geçen gün artan otellerde bu dönemde yönetim ve işletme modellerindeki farklılaşma değerlemelerde dikkate alınmaya başlanmıştı. Dolayısıyla değerlendirme açısından baktığımızda önemli bir bilgi birikimi edindiğimiz yıllar yine bu döneme denk geliyor.

2013-2014 yıllarındaki turizm verileri ile sonrakileri kıyasladığımızda; yabancı ziyaretçilerden elde edilen turizm geliri, 2014'ten 2016'ya kadar büyük düşüşler göstermiştir. 2016 yılında yerli ziyaretçilerden elde edilen gelirin artış oranının, yabancı ziyaretçilerin düşüş oranına göre oldukça az olması dolayısıyla toplam turizm gelirinde 2015'e göre yaklaşık %36 oranında düşüş yaşanmıştır. Ancak, 2017 yılı verilerine bakıldığında toplam turizm gelirlerinde 2015 yılına göre düşüş olmasına rağmen 2016 yılına göre yaklaşık %18 oranında bir artış olmaktadır. Özellikle yabancı turistlerin yaptığı harcamalarda artış olup 2018 yılı turizm gelirleri artış trendi göstermiştir. Bu dönemde hem ziyaretçi sayıları hem de otel dolulukları hızla yükselmiştir. 2019 yılının ilk 6 ayına baktığımızda turizm sektöründeki yukarı yönlü hareketlenmenin devam ettiği görülmektedir. 2019 yılının ilk 6 ayında bir önceki yılın aynı dönemine göre; İstanbul'a gelen ziyaretçi sayısı yaklaşık %15 oranında artmıştır. Bu da otel doluluk oranlarına ve fiyatlarına aynı şekilde etki etmiştir.

Ancak 2013 yılı ile kıyaslamalara baktığımızda halen oda fiyatlarında Euro bazında %20-%25 düşüş olduğunu görebilmekteyiz. Doluluklar eski günlerdeki düzeylerine gelse de fiyatların eski düzeye çıkması için halen zaman gerektiğini gözlemleyebiliyoruz. Aslında daha detaya baktığımızda doluluk oranlarının sabit kalıp fiyatların düşmesinde 2 temel sebep var gibi görünüyor:

- 1) Otel oda sayılarındaki stok artışı
- 2) USD ve Euro kurunda geçtiğimiz yıllarda yaşanan ciddi yükselmeler

İstanbul özelinde işletme belgeli tesislere baktığımızda oda sayısının 2013 yılında 38.390 iken 2019 yılı Ağustos ayında 58.936 olduğu görülüyor. 6 yılda oda sayısında görülen %53 oranındaki artış fiyatlardaki %20-%25 düşüşün nedenini de çok açık bir şekilde açıklamaktadır.

Geçmişe çok gömülüp kalmadan 2016 ve sonrası döneme baktığımızda ise otel yatırımları ülke genelinde yaşanan farklı olaylar nedeniyle sorgulanır hâle geldiğini görüyoruz. Turizm sektöründe yaşanan kayıplar ister istemez en çok otel değerlerini etkilemeye başladı. Bu durum gerek otel sahiplerinin değer olarak kayıp yılları olurken, teminat olarak alınan ve kredi konusu olan otellerde de temerrüt risklerini beraberinde getirdi.

2016 yılı sonrasında yaşanan değişimler gerek ortalama gecelik oda fiyatlarında gerek doluluk oranlarında önemli bir aşağı yönlü değişimi beraberinde getirmiş, buna bağlı olarak da düşen otel değerleri ile bizleri karşı karşıya bırakmıştı. Bu aşağı yönlü değişimler o kadar keskin ki İstanbul'daki oda fiyatlarının düştüğü seviyeleri gördüğümüzde bizler değerlendirme yaparken bir taraftan da üzülyorduk.

Peki, bugün otel değerlemelerinde neler oluyor diye baktığımızda bana göre en temel değişiklik, 13 Eylül 2018 tarihli karar gereği neredeyse tüm ticari gayrimenkullerde olduğu gibi değerlendirme açısından değer Türk Lirası'na dönmeye oldu. Yani geçmişte gelir getiren mülk olması nedeniyle yabancı para üzerinden yaptığımız nakit akışları, dönem itibarıyla TL'ye döndü. TL'ye dönmek, indirgeme oranlarının da TL olarak alınması demek ki bu da ayrı bir yazının konusu...

Diğer bir değişiklik de ortalama gecelik oda fiyatlarındaki çarpıcı düşüşler oldu. Bunun yanı sıra 2016 yılına kadar doluluk oranlarının hep artmasına o kadar alışmıştık ki gelecek varsayımlarımızda bu artış trendi hep olumlu bir seyir izlerken, artık genelde daha düşük seviyelerden başlayan ve çok uzun zamana yaydığımız bir hal aldı. Tabii bu gibi değişkenler tamamen matematiksel olarak otel değerini etkileyen faktörler... Bir de günümüz gerçeklerinin ve değişen trendlerinin otellere yansımaları var ki her şey güllük gülistanlık olsa da bu trend değişikliklerinin otel piyasasına etkisi söz konusu. Demek istiyoruz ki: Pek tabii ki "Airbnb" gibi bir gerçekle yarışmaya başlayan otel sektöründe kullanıcı trendleri ve beklentilerinin değişmesi otel yatırımlarının, konseptlerinin ve değerlerinin de değişmesini kaçınılmaz olarak beraberinde getiriyor.

Yukarıda yazdıklarımı bir göz atınca benim konuyla ilgili ve birbiriyle çelişen iki ayrı çıkarımım oluyor: Ya gayrimenkulde de değişen dünya düzeni ile trendler çok hızlı değişiyor ya da ben yaş alıyorum.

Sevgiyle kalın... •

Konaklama mekanları için yüksek akustik performanslı, konforlu, dayanıklı, zengin tasarıma sahip Karo Halı ve LVT zemin kaplamaları PETRA The Flooring Co.'da



Kaymaz, Özel Klik Sistemi Rock Ürünüdür;
• Suya karşı dayanıklıdır.
Ahişap, doğal taş ve seramik türlerine göre
• Daha konforlu,
• Daha yüksek akustik değere (19 dB) sahiptir.



Milliken'in Comfort Plus Yastık Taban Sistemleri:
• Bacak kaslarına binen yükü %24'e kadar azaltır.
• 37 dB'e kadar akustik performans sağlar.
• Ortamdaki sesi, sert halı tabanlarına göre %50'ye kadar azaltır.
• Halı'nın ömrünü %50'ye kadar uzatır.



[AYDINLATMA]

Otel Yapılarında Aydınlatma



Conrad İstanbul, 2014. Fotoğraf: Sahir Uğur Eren.



Conrad İstanbul, 2014. Fotoğraf: Sahir Uğur Eren.

Aydınlatma Merkezi'nin Kurucu Genel Müdürü Utku Başkır, otel yapılarında aydınlatma tasarımının önemini ve aydınlatma senaryolarında dikkat edilmesi gerekenleri yazdı.

Gündelik hayat döngüsünün parçası olan yaşama, çalışma ve eğlence ortamlarında, tecrübe edilen aktiviteler ve oluşan alışkanlıklar doğrultusunda ışığın önemli rol oynadığı birçok senaryo yaratılır. Yerleşik yaşam alışkanlıklarımızdan kopup mobil bir yaşama geçtiğimizde de bilinçaltımızdaki konfor ve mekân algısı ile alışkanlıklarımızı yamızda taşıyoruz. Otel yapıları ve konaklama mekânları bize tüm bu senaryoları birlikte deneyimleyen alternatif yaşam alanlarıdır. Tatil köyleri, iş otelleri, butik oteller, spor ve macera temalı otellerde günümüzde değişen yaşam alışkanlıklarına hizmet eden yeni konaklama ve yaşam yönelimlerinde ışığın bizi izleyen ve destekleyen, yeni deneyimler sunan etkisini gözlemleyebiliriz.

Otel yapılarını ışığın her türlü kullanımının tasarlandığı "karma yapılar" olarak kabul edebiliriz. Bu karma yapının içindeki gezintide çeşitli ışık katmanlarının mimariye nasıl entegre olduğunu; aralarındaki ilişki ve hiyerarşiyi inceleyebiliriz. Bu katmanların bütünü, ziyaretçinin otelden ayrılırken sahip olacağı "konfor deneyimi"ni tanımlayacaktır. Bir önceki yazıda değindiğim "insan odaklı aydınlatma" konsepti otel yapılarında aydınlatma kavramının merkezinde olmalıdır.

Bu nedenle ışığın üçlü etkisini hatırlayabiliriz:

Görsel işlevler için ışık: İlgili alanlara uygun olarak fonksiyon alanının aydınlatılması; fonksiyon ve konfor odaklı etkiler.

İşğin duyumusal etkisi: Ortam, atmosfer, sahne ve efektler oluşturarak yaratılan duyumusal ve biyolojik etkiler.

İnsanların sirkadiyen ritmini destekleme: Uyarıcı veya rahatlatıcı etkiler.

Otel yapılarındaki çeşitli mekânlarda bu üçlü etki, tasarımın temelini oluştururken farklı kavram ve katmanlar da projemizi "otel ve konaklama" mekânlarının aydınlatması konusunda özelleştirebilir ve zenginleştirir.

Bu yaklaşım, mobil bir yaşam deneyimi içinde yapay ve doğal ışığın doğru kullanımını ve ışığın yaşam senaryosuna uyum göstermesi ile "well-being" kavramını tanımlamaktadır. Günümüzde otel işletmecilerinin ziyaretçilerine temelde hissettirmek ve deneyimletmek istedikleri ana kavram da budur.

Otel mekânlarının aydınlatılması için öngörülen tüm kriterler ve yapı içindeki tüm mekânlar bağımsız olarak değerlendiril-



Quasar İstanbul Marcel Wanders Lobby, 2017. Fotoğraf: Sahir Uğur Eren.

Günümüz otel yapıları aydınlatma planlamasında tasarlanabilecek katmanlar ve ana prensipler:

- Cephe ve peyzaj ile bir bütün olarak yapının kurum kimliği öğelerine de uyumlu olarak tanımlanması ve algılatılması
- "Karşılama" deneyiminin ışık ile tasarlanması ve konaklama mekânına kadar bu deneyimin sürdürülmesi; "uğurlama" senaryosunun tasarımı ile deneyimin oluşturduğu bütün algının tasarlanması
- Doğru yerde ve doğru zamanda doğru ışık planlaması
- Etkileşimli aydınlatma armatürlerinin senaryolandırılması
- Yeterli aydınlık düzeyinin sağlanması
- Işığın mekân tipine göre eşdeğerlik kriterlerini sağlaması
- Kamaşma kontrolü ve UGR değerlerine uygun armatürlerin seçimi
- Konfor alanlarında ışığın farklı tonları ile kromaterapi konseptinin oluşturulması
- Oryantasyonun doğru ışık ve ışık katmanları ile sağlanması
- Günışığının doğru mimari öğelerle ve otomasyon teknolojileri ile kontrolü
- Sanatsal yerleştirme ve objelerin ışık elementi ile tasarlanarak mekâna artı değer kazandırılması
- Dijital ekran vb. medya uygulamalarının mekân aydınlatma efektine ve aydınlık düzeyine etkisinin değerlendirilmesi
- Rahatsız edici yansımaların önlenmesi
- Aydınlatmanın doğru modellenmesi
- Doğru renk sıcaklığının seçilmesi
- Renk geriverimi faktörünün işleve göre seçilmesi
- Işığın "su" gibi doğal elementlerle etkileşimi ile mekân tasarımının geliştirilmesi
- "Akıllı ev" deneyim ve alışkanlıklarımızın "akıllı otel" konsepti için de ışık ile sağlanması
- "Güvenlik aydınlatması" kavramı kapsamında acil durum aydınlatmasının normlara göre planlanması ile ziyaretçiye güven hissi verilmesi
- Çocukların ve yaşlıların güvenlik ve konforunu sağlayacak şekilde toplu yaşam alanlarının tasarımı ve aydınlatma öğelerinin entegre edilmesi

meli ve projelendirilmelidir. Otel farklı uluslardan ve çeşitli kültürlerden insanların yılın farklı mevsim ve zaman dilimlerinde ziyaret ettiklerini öncelikle dikkate almalıyız. Otel yapıları tam anlamıyla yaşam dinamiklerinin ve renklerinin hayata yansıdığı mekânlardır. Ziyaretçilerin değişken olması, mekân içinde farklı ve kişiselleştirilebilir ışık senaryolarının gerekliliğini doğurur.

Güncel aydınlatma konseptini daha iyi anlayabilmemiz için ulaştığımız şehir havaalanından otelimize doğru küçük bir gezintiye çıkalım. Taksim otelimize yaklaştığımızda otelin kurum kimliği renklerini

taşıyan ışıklı tabela ve öğeler bize doğru mekâna ulaştığımızı hissettirirler. Bazen kurum kimliğindeki renklerin cephe aydınlatmasında kullanıldığını görürüz. Cephe kullanılan aydınlatma armatürlerinin özellikle iç mekânda konaklayan ziyaretçileri rahatsız etmeyecek şekilde seçildiğini gözlemliyoruz.

Otelin girişinde bizleri karşılayan samimi atmosferi hayal ederiz. Kuzey ve güney ülkeleri arasında farklı karakter sergileyen bu karşılama ritüeli çoğunlukla sıcak tonlarda renk veya sıcak beyaz ışıkla gerçekleşir. Lobi mekânı da ev sıcaklığında bir ortamda olduğumuz hissini destekler.



Quasar Fairmont İstanbul, 2017. Fotoğraf: Sahir Uğur Eren.

Bu nedenle bu mekânlarda 2.700 K renk sıcaklığı değerlerinde ve dimlenebilir (kısıp açılabilir) ışık kaynakları tercih edilir.

Otelin giriş galerisinde ışıkla etkileşen malzemelerle tasarlanmış bir enstalasyon, sanat eserlerini aydınlatan vurgu efektleri, mekânın hacimsel algısını artıran ve görsel konforu yüksek, mimariye entegre edilmiş gizli aydınlatmalar genel ambiyansı oluşturur. Karşılama mekânlarında dar açılı armatürlerin kullanımı mekândaki çeşitli obje ve öğelere vurgu yaparak dramatik etkiyi güçlendirir, kontrast değerini artırır.

Lobiden otel odamıza doğru olan seyirde bizi monoton uzun koridorlar karşılar. Mimari aydınlatma ile koridorları daha akıcı ve keyifli mekânlar haline dönüştürebiliriz. Çoğu zaman koridor duvarlarında yer alan resim ve portreleri vurgulayan aydınlatma efekti bu sabırsız seyri keyifli hale dönüştürebilir.

Otel odamıza ulaştığımız an bizi yeni evimiz nasıl bir ışıkla ve atmosferle karşılayacağı heyecanını yaşarız. Günümüzde "akıllı otel" konsepti ile odadaki tüm armatürler doğal ışığı kontrol eden perdelerle, kullanıcının vereceği sesli ve dokunmatik komutlarla, sensörlerle ve zaman ayarlı otomasyonlarla kontrol edilebilirler. Işığın odanın her noktasına entegre edildiğini göreceğiz ve her eylemimiz için tasarlanmış ışık katmanı olması bizi mutlu edecek: Loş bir ortam için yatağımızın altında gizlenmiş bir ışık kaynağı, yatak başucundaki okuma lambamız, makyaj aynamızdan bizi aydınlatan ışık... Hepsi

bize evimizden uzak kaldığımız hissini unutturacak "well-being" dokunuşlarıdır.

Tesisin ortak aktivite mekânlarında ışığın atmosferi yaratan ana element olduğunu gözlemleyeceğiz. Oteldeki seyrimizde restoranda masaların üzerinde yoğunlaşan canlı ışığı, masaj odasında ışığın farklı renklerini, peyzajda ışığın doğaya yansımalarını, spa alanında ışığın su ile etkileşimini fark edeceğiz.

Otelde gün boyu yaşanan farklı senaryolara aydınlatma kontrolü ile dinamik adaptasyon sağlamak ve senaryoları programlamak mümkündür. RGBW ve değişebilir beyaz ışık kaynakları ile farklı renk ve beyaz tonlarını aydınlatma kontrol sistemleri ile tasarlayabilir, rengi ve rengin tonlarını da mekânın doğru algısı ve mekânın konfor hissi için kullanabiliriz.

Bu keyifli seyirde, temel aydınlatıcı fonksiyonunun ötesinde ışığın, mimari ile aramızda bağ kuran, mekândaki yaşam senaryoları ile etkileşimli olarak hislerimizi destekleyen ve oryantasyonumuzu sağlayan, mekâna artı değer katan sanatsal ve dekoratif öğeleri algılamamıza yardımcı olan özelliklerini keşfederiz.

Doğru ışık ile tasarlanmış mimari, bize dünyanın her köşesinde evimizde güvenliğinde ve konforunda otel yapıları sunabilir. ●

*Bkz: "Well-being" ve İnsan Odaklı Aydınlatma", bi_özet gayrimenkul 8. sayı, Ağustos 2019

[ASANSÖR VE YÜRÜYEN MERDİVENLER]

Otel Yapılarında Asansör ve Yürüyen Merdiven Güvenliği

Otel yapılarında asansör ve yürüyen merdiven kazalarını önlemek için hem bina işletmelerinin hem de kullanıcıların alması gereken önlemler bulunmaktadır.

Kent hayatının vazgeçilmez ve hatta temel ihtiyacı haline gelen düşey taşıma sistemleri, otel yapılarında da yoğun bir şekilde hem yolcu taşınması için hem de servis amaçlı kullanılmaktadır. Bu sistemler kullanırken daha dikkatli ve bilinçli olunması yaşanabilecek kazaları da önleyecektir.

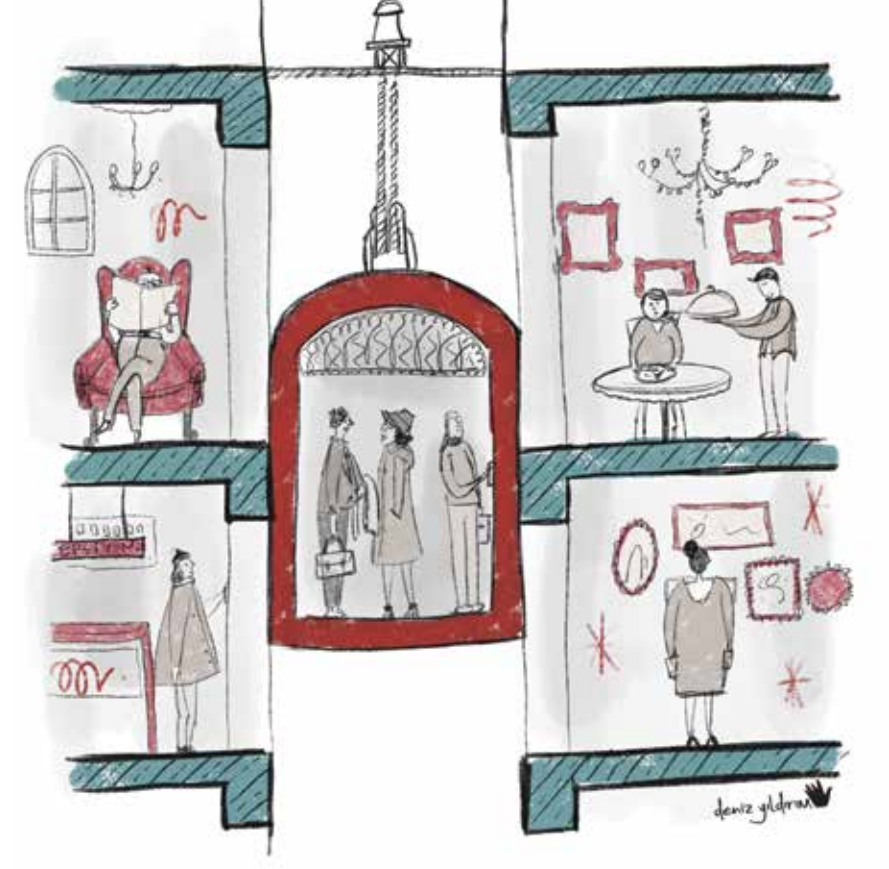
Asansör ve yürüyen merdivenlerden kaynaklanan kazalar, eksik ve hatalı bakımların, kontrollerin yanı sıra kullanıcıların dikkatsizliği ve basit hatalarından dolayı da gerçekleşmektedir. Katlarda asansör kabineye giriş çıkışlarda ayak-kabaların ara boşluğa sıkıştırılması, kapanmaya başlayan kapıları tekrar açmak için kat çağrı butonuna yerine vücudun bir uzvunun kullanılması, yürüyen merdivenlerde el bandının tutulmaması,

basamak kenarlarındaki boşluklara dikkat edilmemesi, çocukların tek başına asansör ve yürüyen merdivenlere binmesi, bu basit ama yaralanma veya ölümlü sonuçlanabilecek, kullanıcı kaynaklı hataların başında gelmektedir.

Toplumun kullanımına açık yapılardan biri olan otellerde kalan misafirler belli bir süreliğine otelde konaklamaktadır. Genellikle oteldeki asansörleri ilk defa ya da uzun bir aradan sonra kullanan misafirler, asansör kabini içindeki muayene etiketine dikkat etmeli, şüphelendikleri durumları otel görevlileri ile paylaşmalı, oteldeki asansörlerin çağrı ya da yönlendirme sistemleri konvansiyonel çağrı sistemlerinden farklı ise bunların çalışma sistemi ile ilgili görevlilerden yardım almalıdır.

Yaşanabilecek kazaların önüne geçilebilmesi için hem bina işletmelerinin hem de kullanıcıların alması gereken bazı önlemler bulunmaktadır. İşletmeler, bunlar ile sınırlı kalmamak üzere asansörlerin aylık periyodik bakımlarını düzenli olarak yaptırmalı, değişmesi gereken parçaları zamanında değiştirmeli, yıllık güvenlik muayenelerini aksatmamalı ve kendi çalışanlarına asansör çalışma ve güvenliği konusunda eğitimler aldırılmalıdır.

Bunların yanı sıra işletmeler, yapılan aylık periyodik bakımların kalitesini denetleyebilir. Bu sayede işletmeler, hem yıllık bakım ve yedek parça maliyetlerini düşürmüş hem yapılan bakımların kalitesini artırmış ve optimum seviyeye çıkarmış hem de misafirlerine ve çalışanlarına güvenli ve konforlu bir seyahat sağlamış olacaktır. Asansör kullanıcıları ise asansörlere veya yürüyen merdivenlere giriş-çıkışlarda dikkatli olmalı, kullanım kılavuzlarında yazan talimatlara mutlaka uymalı ve çocuklarını da bu doğrultuda eğitmelidir. •



[Liftinstituut'un katkılarıyla]

“Ruhumu Kaybettim. Hükümsüzdür...”

Prof. Dr. Erdem Kaşıkçıoğlu, İç Hastalıkları, Kalp-Damar Hastalıkları, Spor Hekimliği Uzmanı, ekasikcioglu@gmail.com



Güzel hikâyelerle uyuyup, yeni bir güne zinde uyanabilmek giderek imkânsızlaşmakta. Oysa, geçen aylarda en pahalısından, sözüm ona ortopedik yeni bir yatak almıştım. Buna rağmen, giderek artan ve bir türlü çözüm bulamadığım bir uyanamama hali ve de kas, boyun ve sırt ağrıları... Daha önceleri, başkaca birilerinin parmağını oynatamıyorum şikâyetlerini gerçekçi bulmazken, şimdi ben aynı şikâyetlerle boğuşuyordum. El parmaklarımdan başlayıp ayak başparmağıma kadar uzanan, kemiren bir ağrı ve sızı duyumsaması. Eminim ki, hiç kimse insanı canından bezdiren böyle bir sırt ağrısı çekmemiştir. Birgün sanki bir vida kıvrılarak batırılmaya çalışılırken başka birgün ise içten içe bir kurt sızlatarak kemirir durur. Paçavra gibi bir hissediş. Ne olursunuz, siz de benimle dalga geçmeyin çünkü dalga geçene bulaşan bu türden bir hastalığa her an yakalanabilirsiniz. Ne düşündüğümüzü çok iyi biliyorum. Sizler de, diğerleri gibi bir an önce bir doktora görünmemi salık vereceksiniz. İnanın ki, şu ana kadar görüldüğüm doktorların ismini ve sayısını unuttum. Doktorlardan en empati kuranları aynı sorunun kendisinde de olduğunu söylerlerken ağrı ve sızılarım daha fazla azalmıyordu. Çoğunun dudaklarının arasından süzülerek çıkan tanı Fibromiyalji sendromu oluyordu. Direnç gösterecek hâlim olmadığından tamam diyip kabulleniyordum bana şifa şansı tanımayacak olan teşhisimi. İyileşebilmek için sonrası ne olacak diye kaç kere yalvaran gözlerle sorduğumu tahmin edemezsiniz. Bu hastalıktan muzdarip bir şekilde yaşamımı sürdürürken doktorların tedavi edici etkilerini şüphayla karşıladığım kas gevşeticiler ve antidepressanlardan oluşan reçetelerini çaresiz bir şekilde kullanmaya devam etmekteyim. Anlayacağınız, bütün bu tedavilerden mi yoksa hastalığın doğasından mı kaynaklandığımı bilemediğim, bir taraftan ağır ağır diğer taraftan apatik ruh haliyle karışık müzmin ve karmaşık bir durumdayım. Sıziden beni tedavi etmenizi beklemiyordum ama sadece stresimi nasıl azaltabilirim diye bir de size sormak istiyordum. Çünkü görünmüş olduğum doktorların, hepsi birbiriyile anlaşmış gibi aynı soruyu sorup durmuşlardı: Hayatınızda stres var mı? Her seferinde de, histerik bir tebessümle karşılık verdiğimi çok kolay tahmin edebilirsiniz. Stresiz bir anım var mıydı? Doktorların hiçbiri bir günümü dinleyecek sabrı göstermemişlerdi. Dinleyecek birisini bulmuşken size anlatmak istiyordum, anlatayım da stresli olup olmadığımı siz kendiniz karar verin. Derin uykuyu görmeyen bir geceden sonra yatak odamın penceresini bile açmak geçmiyor içimden. Sabahın o dakikalarında ekşi suratlı yan komşuyla yüz yüze gelme endişesi hâkim. Sanki son depremden sonra daireler birbirine birazcık daha yaklaşmış gibi hissediyordum. Sabahları kapıda karşılaştığımda selamınıza karşılık vermeyen bir insan olduğumu düşünün. Umarım, yakınınızda bu tarzda insanlardan olmadığı için hissettiğim duyguyu tasavvur edemiyorsunuzdur. Her türlüşünden kaliteli malzemeleri kullanılarak yapıldığı iddiasıyla satılan dairelerden oluşan bu tarzda sitelerde hâlâ eksiklik olduğunu düşünme-

den geçemiyorum. Örneğin, komşusu selam vermediğinde, düğmesine basıldığında onun yerine içten bir merhaba çıkırtan cihazların yerleştirilmesi gerekirdi. Ya da değişik gülücükler ve selamlaşmaların olduğu büyük kafalı emoji yerleştirilmeliydi apartman ve asansör girişlerine. O kadar para ödedikten sonra medeniyetin asırlar sonrasında tekrar inşa edilmesini stresle beklememeli güzel insanlar.

Oturduğum daireden ve sitenden çıkmak bile ne kadar stresli değil mi? Neyse ki artık arabamın içindeyim; ama ne yazık ki bir trafik ışığında talihsizce yeşilin yanmasını bekliyorum. Kentlerde yeşili kaldırdığımız gibi, trafik ışıklarında da yeşil rengin kaldırılmasını umarım daha fazla beklemeyiz. Çünkü sarı ışık yeter de artardı hepimize. Sizler de her ışıkta aynı şeyi yaşamıyor musunuz? Arkadaki araçtaki sürücünün, bir ralli sürücüsü olduğunu yine unuttuğum. Çoğunlukla, arabalarıyla tepeme çıkıp beni sinek gibi ezebilecekleri kâbusunu yaşıyorum. Bu duygunun korkuyla karışmış bir stres yarattığını vitesi atarken sırtıma bir kılıç saplanması gibi bir ağrıyla kaskatı kesildiğimde hissediyordum. Neyse ki; çok fazla trafik ışığı yok. Işıksız kaç yaya geçidinden geçerek yoluma devam ettiğimi bilmiyorum. Ama hepsinde, değişmez bir şekilde aynı görüntü: Işığın olmadığı yaya geçitlerinde, yayaların zebra yolunu kullanması imkânsız gibi. Yayaların tek şansları var, artık planlanamama ve rant kanserine yenik düşmüş kentin güzelim durağan trafiği. Geçtiğimiz sabahların birisinde, yaya geçidinin önünde dakikalarca adım atma cesareti bulamayan bir kadın ve kız çocuğunu izlerkenki stresim ise bambaşkaydı. Kadının avuçlarını sınıksız sarılmış bir kız çocuğun ürkek bakışları arasında önlerinde durdum. Cesaretlerini topladıklarında aracımın önünden yaya geçidine adımlarını atıklarında hemen aracımın arkasında durmak zorunda kalan aracın klaksonunu ve şoförünün küfürlerini duyuyor olmanın insana ilaç gibi geldiğini söyleyemeyeceğim. Kadın ve kız çocuğunun karşıya geçmeden yan taraftan hızla hareket etmiş olan başka bir aracın altında kalmaktan son anda kurtulmalarına çok içinde kalarak şahitlik etmek de istemiyordum. Aynı aracın sürücüsünün ezilmekten az önce kurtulmuş olan yayalara küfrettikten sonra hızını alamayıp bir de bana el kol hareketleri yapışını nasıl tepkisiz bir şekilde izlemiş olduğumu utanmadan belirtmek isterim.

Günlük tecrübe ile sabit ve en sıradan şekliyle, her birimiz kentte stresi bol bir yaşam sürmekteyiz. Buna rağmen, gün solmaya yüz tutarken neden o kadar tükenmiş olduğumuza da çoğunlukla şaşırır dururuz. Önce sahihsiz kentin gölgeleri, stresten hızla bozunmaya yüz tutmuş insan beden ve ruhlarını sarar. Beden ve ruh birbirinden sıkılmaya ve de hesaplaşmaya girişirken, tüm çirkinlikleri alacakaranlığın unutturacağına inanırız. Çünkü biliriz ki; silüeti bozulmuş kentin ölgün ışıkları içindeki güzel insanlar; olan bitene inat, güzel sözler söyleme ve duymaya dair masum umutlarını başka bir sabaha taşımaya devam edecekler... •

Daha yeşil, daha çevreci bir dünya için...

btm OPTIGREEN

BİTKİLENDİRİLMİŞ YEŞİL ÇATILAR

www.btm.co info@btm.co 444 4 286

10: bi_özet [gayrimenkul]

biozetgayrimenkul.com
adresinden okuyabilirsiniz



VitrA

Cesur yalınlık.

Equal Koleksiyonu, Claudio Bellini tarafından VitrA için tasarlandı.

