



YUVARLAK MASA GELİŞTİRME

Gayrimenkul Geliştirmenin Neresindeyiz?

Son dönemde çok aktörlü, çok katımlı, farklı profesyonel kişilerin ve kurumların dahil olduğu projelerin sayısı gittikçe artmakta. Projeler büyüyüp yapılar karmaşıklaştıkça ihtiyaçları da artıyor. Bu ilişkiler ne kadar iyi çözümlenirse, ne kadar kaliteli bir katılım sağlanırsa projelerin niteliği artıyor ve proje maliyetlerinin de düştüğü söyleniyor. Tabii, bütün bu işi sağlayan, koordinasyonun merkezinde bulunanlar ise geliştiriciler. **FOTOĞRAFLAR EMRE KAPÇAK**

Hilmi Özçakır, Eyüphan Boyvadaoğlu, Nuri Şapkacı, Füsün Yılmaz, Kuyaş Örs, Emre Ilıcalı (soldan sağa)





Gayrimenkul Türkiye Dergisi olarak geliştiricilik konusunun Türkiye’de daha çok konuşulması gerektiğini düşünüyoruz. Yuvarlak masa toplantımızın bu sayıdaki konusunu “Gayrimenkul Geliştirmenin Neresindeyiz?” olarak belirledik. Katılımcılarımızı da son yıllarda çok büyük bir ivme ile büyüyen AVM geliştiricileri ağırlıklı oluşturduk: Altensis Kurucu Ortağı Emre Ilıcalı, Metro Properties Türkiye Genel Müdürü Eyüphan Boyvadaoğlu, FYP Proje Geliştirme ve Pazarlama Kurucusu Fusun Yılmaz, Turkmall Genel Müdürü Hilmi Özçakır ve ECE Türkiye Genel Müdür Yardımcısı Nuri Şapkacı.

Kuyaş Örs: İlk sorum Nuri Bey’e; yurtdışı ile karşılaştırdığınızda Türkiye’deki gayrimenkul geliştirme sektörünün ne seviyede olduğunu düşünüyorsunuz? Yabancı yatırımcıların girmesi ile beraber, ki siz de onlardan birisiniz aslında, sektörde nasıl bir değişiklik oldu? Geliştiricilik anlamında sektöre bir know-how aktarımından bahsedebilir miyiz?

Nuri Şapkacı: Yurtdışı ile karşılaştırdığımızda biz hala gerideyiz. Yapılan projelere baktığımızda, nasıl yapılıyor ve yeterince profesyonel davranılıyor mu çok belli değil. Bu konuda hala büyük bir yol almamız gerektiğini düşünüyorum. Çünkü, ben AVM tarafı için söyleyeceğim, AVM sektörünün gelişimine baktığımızda aslında son on senede gelişme gösterdiğini görüyoruz. Metrekare yaklaşık 10-12 katına çıktı. Bir AVM’nin geliştirilmesi ve hayata geçirilmesi yaklaşık 3-4 seneyi alıyor. Bu, daha çok yeni bir pazarda olduğumuzu gösteriyor. 10 senesini dolduran AVM’ler de daha yeni yeni gelişmeye başladı. Bu süreç içerisinde yapılan bir çok hata var. Tabii ki, bu hatalardan ders alıyoruz. Özellikle yabancı geliştirici tarafında bunun know-how’ını çok fazla görüyoruz. Yavaş yavaş bu durum bizim Türk şirketlerinde de oluşmaya başladı. Profesyonel danışmanlık şirketleri ile çalışanlar var. Bunun yanında profesyoneller ile çalışmayıp, sadece bir inşaat şirketi gibi davrananlar da hala var. Ama burada esas dikkate alınması gereken, biraz önce değindiğiniz gibi süreçte çok farklı disiplinlerin olması.

Öncelikle, gayrimenkul yatırımı yapılırken uygun arsanın bulunması lazım. Eğer arsa yanlış bir yerdeyse, ondan sonraki bütün adımları çöpe atacaksınız. Arsayı buldunuz, buna istinaden hedefleri belirle-

meniz gerekiyor. Önce nasıl bir ürün yapacağınıza, hedeflerinize ve ürünü nasıl geliştireceğinize karar vermelisiniz. AVM’nin veya konutların hangi kesime hitap edeceğine bakmalısınız. Daha sonra fizibilite yapmalısınız. Fizibilite yaparken de, ki bu aslında Türkiye’deki en büyük sorunlardan bir tanesi, fizibiliteyi alışkanlık haline getireceksiniz. Yurtdışında aylarca süren bir süreçtir bu aslında. Görsel olarak size hitap edebilir, ama fonksiyonel olarak hitap edip etmemesi daha önemli. Bir mimarla çalışılıyor, tanınmış bir mimar olabilir, ama o konuda uzman bir mimar olmayabilir. Bunu yaptıktan sonra finansman gelecek. Yatırımcılar hiçbir şeye bakmadan, finansmana bakmadan, kazma vuruluyor ve proje başlıyor. Aslında, finansmanın önceden hazırlanması lazım. Çünkü yatırımın yüzde ellisi finansman kaynağı olacak. Bu durumda AVM finansmanlarında farklı bir finansman metodu teşkil ediyor. Her banka bunu tam anlamıyla da bilmiyor.

“Mimariye inanıp yatırım yapılıyor, ancak yolda ilgilileriyle görüşüldüğünde ise mutsuz olunan projeler ortaya çıkıyor”

Açıkçası şunu da söyleyeyim, bundan yaklaşık beş yıl öncesine kadar da Türk bankaları da proje finansmanını da bilmiyorlardı. Şu anda verilen tekliflerde yabancı bankaların tekliflerine format olarak yaklaşmış durumdadılar. Ancak halen maalesef beklenen standartlarda değiller. Ben çok iyi hatırlıyorum, bizim 2006 yılında inşaatına devam eden ve 2007 yılında açtığımız Eskişehir’deki AVM’yi yaparken, ben Türk bankalarından da teklif almıştım. O dönemle bu dönem arasında ciddi farklar var. Ama açıkçası ben yurtdışı ile Türkiye’deki teklifleri karşılaştırdığımda bazıları dikkate bile alınmıyor. Çünkü format ve anlayış olarak çok farklı.

Bizim de şöyle bir artımız var, biz gördüklerimizi çok iyi kopyalayabiliyoruz, hemen öğrenebiliyoruz daha sonrasında da bunu uygulayabiliyoruz.

Peki, daha sonra ne oluyor? Finansmanın sonunda balon ödemeli finans metodunun seçilmesi lazım. Bence bu finansman sistemi, AVM yatırımcıları tarafından çok tercih edilen bir sistem. Daha sonra inşaatı başlatacaksınız. İnşaatı başlattığımızda da, maalesef inşaat aşamasında bir sürü değişiklik oluyor. Herhangi bir kiracının talebine göre değişebiliyor. Bu durum inşaat aşamasında bir dizi ekstra maliyete neden oluyor. Bunun böyle olmaması lazım. Aslında bankaların, daha başlamadan ana kiracılarla anlaşılıp anlaşılmadığına bakması gerekiyor; neyse ki bunu öğrendiler günümüzde. Yatırımcı şirketin de gidip bu kiracılarla konuşması lazım. Belki finansmanını ayarladı veya yüzde 25-30’la imzaladı. Ama o kiracıların talebini, o inşaat yaptığınız projeyi karşılayıp karşılamaması, bence çok önemli. Karşılayamayabiliyor. Çünkü siz ana kiracıyla yüzde 25-30’a anlaşacaksınız ve ona göre projenizi realize edeceksiniz. Çünkü her kiracının talebi birbirinden farklı. Bu da çok önemli. Bunun yanında kesinlikle çıkış stratejinizin de belirli olması lazım. Yani bir şirketi kuruyorsunuz, AVM yapacaksınız ve daha sonra bu AVM’yi satmak istiyorsunuz. Ama stratejiniz belirli değil ve herhangi bir planlama yapmadıysanız 3-5 sene sonra eliniz kolunuz bağlanabilir. Vergisel ve hukuki açıdan da bakmak lazım. Özellikle son 3-4 senedir bunu öğrenebiliyoruz. Ama hala yurtdışı seviyesine geldiğimiz söylenemez. Diğer bir deyişle, özellikle yatırımcılarımız karma projeler yapıyorlar. Bu projelerde yatırımcılar, para kazanıp kazanmadığına bakıyor. Örneğin, rezidanstan kazanıyorsa AVM’den kazanmaması çok önemli olmayabilir. Bana sorarsanız, iki tarafın da fizibilitesinin iyi yapılması gerekiyor. Hızlı öğreniyoruz ama halen gidilmesi gereken yol var.

Eyüphan Boyvadaoğlu: Aslında çok değişen bir şey yok. Bir istatistik vereceğim. 1989 yılında yurt dışında inşaat yönetimi üzerine yüksek lisans yaparken, İngiltere’deki veya Avrupa’daki ortalama bir projenin toplam yatırımının, proje bedelinin yüzde 8’i ile yüzde 10’u arasında değiştiğini duymuştum. Türkiye’ye geldim, araştırdım neredeyse yüzde 1,5 ve 2 aralığındaydı. Bugün yine aynı. Yani, yerli yatırımcının bu aralığı geçeceğini zannetmiyorum. Ama,



Türkiye'deki yabancı yatırımcılarda, bu oran yüzde 4-5'lere gelmiştir.

Siz bir proje geliştireceksiniz. Bu ne demektir? Arsa içerisinde maksimum getiri elde edeceğiniz projeyi geliştirmeye çalışırsınız. Projenin ilk olarak geliştirme ve yatırım safhaları var. İkinci defasında projenin operasyon ve işletme safhası var. En sonunda ise zamanı geldiğinde projenin satış safhası var. Nuri Bey'in söylediği gibi baştan tünelin ucunu görebilecek şekilde gitmemiz lazım. Yabancı firmalar bu şekilde yaparlar. Yarın satacakmış gibi yatırımını, planlamasını, altyapısını ve fizibilitesini yaparlar. Yani yabancı bir şirkette yatırıma girmek kolay değildir. Çok farklı disiplinlerden görüş almanız lazım. Her ne kadar o işin uzmanı olursanız olun, mutlaka dışardan farklı görüşler istenir. Ama yerli yatırımcılarda böyle bir şey yok. Arsa-ı olan AVM yapabileceğini zannediyor. Şu anda 330 tane AVM bulunmakta. 2010-2011 arasında herkes AVM inşa etmeye başladı. Yani, bu alışveriş merkezlerinin yakınlığı, risk faktörleri dikkate alınarak yapılıp yapılmadığı belli değil. Sonra herkes yanyana AVM koyduğunda istenilen verim alınmıyor. Yatırımcı da kiracı da mutsuz oluyor. Yatırımcının rekabet ortamı sebebiyle satışlar azalıyor, satışlar azaldığında ise doğru orantılı olarak gelirler de azalıyor. Bu sefer kredi ödemeleri yapılırken zorluk çekiliyor. Biz danışmalık da yapıyoruz. Yani farkındalığı oluşmuş firmalara baktığımızda, siz nasıl biliyorsanız öyle yapalım diyor.

Belki 50-100 bin daha fazla maliyeti olacak ama önemli değil. İleride büyük problem olacağına, daha küçük rakamlarla halledilebilir veya belki bu işten vazgeçile-

“Kesinlikle çıkış stratejinizin de belirli olması lazım”

bilir; duygusallığı bırakmışlar. Ama eskiden böyle değildi.

Yatırım yaparken bazı şeyleri maksimize edeceksin diye bir şey söylenemez. Mesela bugün çekim gücü olsun diye AVM'lere koyduğumuz ana markaları ve büyük marketlerini buralardan çıkarttığımızda gelir artıyor, ama bunu yaptığımızda da bu kadar fazla sirkülasyonu elde edemeyeceksiniz. Tamamen dengeleme meselesi. Bugün perakendecilerde birçok şeyi zararına satanlar vardır. Onu o şekilde satmak zorundadır. Markette 40 bin tane ürün vardır. Bir kısımdan zarar ederken başka satışlarında o açığını kapatır. Son 10 yıl içerisinde Türkiye'ye baktığımızda hızlı bir değişim olduğunu görmekteyiz. Tabii ki insanlar ve fikirler değişiyor ve gelişiyor. Yapılan hataları tekrarlamamaya çalışıyorlar. Biraz da insanların gözü açılmış gibi, daha rasyonel olduklarını görüyorum. Ama yabancı yatırımcılarda sıkıntı yok. Nasıl bir kültürle geldiyse aynı şekilde gidiyorlar. Yani onların taviz verme gibi bir durumları yok.

Nuri Şapkacı: Yani yabancı yatırımcı 5-10 milyon avro fazla para vermeye hazır ama sağlıklı bir planlama çerçevesinde. Türk

yatırımcılar değişiyor ve gelişiyor ama yeri geliyor, 300-500 bin avroluk danışmanlığı bile eleştirir pozisyona geliyorlar.

Eyüphan Boyvadaoğlu: Bunlar büyük yatırımlar. Yanlış yapma şansınız yok. Bir şekilde ok yaydan çıktı mı bunun dönüşü yok. Onun için başta iyi düşünmek, acele karar vermemek lazım. İyi analiz edip bütün risk faktörlerini görmek lazım.

Hilmi Özçakar: Yani daha başlarken çıkış stratejinizi belirlemeden başlamamak lazım. Zaten yabancı yatırımcıların bunu yapmadan başlaması mümkün değil. Tabii o anlamda Türkiye'deki yatırımcılar ve geliştiriciler kavramını iyi oturtmak lazım. İşin içinde geliştirici, yatırımcı ve danışman şirketler var. Yatırımcı biraz daha basit anlamda, ne olduğu belli projeye para aktaran taraf. Geliştirici ve hizmet veren şirketlerde iş biraz kanşıyor. Türkiye'de geliştirici kavramı birtakım çevrelerde oturmuş olmasına rağmen Anadolu'da gelişmemiş durumda. Geliştirici sadece kiralama veya fizibilite yapan bir firma olmamalıdır. Geliştiricinin, geliştirdiği gayrimenkulle ilgili gelişme sürecindeki bütün disiplinlere hakim olması gerekir. Fizibilite, finansman aşaması ve konsept çok önemli. Geliştiricinin, kendi iç disiplinlerinde bu kadroları elinde bulundurması lazım. Şu anda Anadolu'daki her inşaat şirketi, kendini geliştirici olarak ortaya atıyor. Geliştireceksin, ama onu geliştirmek için o süreçte gereken bilgiyi kendinde barındırmıyorsun. Bunu tam olarak dışardan transfer de edemezsin. Örneğin, kiralama şirketi işe tamamen kiralama odaklı bakıyor. Tabii ki birçok bilgiye hakimdir ama geliştiri-



YUVARLAK MASA GELİŞTİRME

ricinin sahip olduğu mimari konsept bilgisi ve mülkün fonksiyonelliğine dair bilgiye aynı oranda sahip olamaz. Ama Anadolu'da bunun farkında değiller.

Eyüphan Boyvadaoğlu: Eğer bir proje yapacaksınız, aynı anda kiralama, yönetim ve mimarlar beraber çalışmalı. Birisi pazarlanabilir bir ürün için çalışacak ve kiracının ihtiyacını çıkaracak, ara konsepti oluşturmanıza yardımcı olacak, yönetim mülkü nasıl efektif bir şekilde yöneteceğini düşünecek ve mimar bunun harmonizasyonunu yapacak. Bunu yapmazsanız, dünyanın en iyi mimarıyla da çalışsanız, başarılı olmazsınız.

Kuyaş Örs: Bu çok enteresan bir konu. Geliştirici firmanın optimal büyüklüğü ne olmalı? Barındırdığı farklı profesyonellerin sayısı anlamında soruyorum. Tabii ki projeden projeye değişiyordur. Ne türden hizmetleri etmeli, dışarıdan sağlamalı?

Hilmi Özçakır: Her şeyi outsource edebilirsiniz. Ama bu konulara hakim ve süreci kontrol edebilecek bir istihdamınız mutlaka kendi bünyenizde olmalı. En rahatlıkla outsource edilebilecek iş kiralama bana göre. Bunun için de doğru kiralamanın nasıl yapıldığı konusunda tecrübeye sahip kadroları geliştiricinin bünyesinde bulundurması ve kontrol etmesi gerekiyor. Bence geliştiricinin özellikle danışman firmalardan en büyük farkı, işin finansman ve mimari konsept aşamasındaki katkısı; fizibilite ve çıkış stratejisi oluşturmadaki tecrübesi. Bizim şu ana kadar hep kendi mimari ekibimiz ilk konsepti oluşturmuştur.

Sonrasında mimarlık firmasına devredilir.

Eyüphan Boyvadaoğlu: Şunu da eklemek lazım; yönetim ve kiralama şirketinin az önemi varmış gibi algılanmasın. Mimari proje yapılırken, kiralama şirketinin önemi çok farklı satılabilir ürünü onlar tasarlıyor aslında. Özellikle AVM'de bu çok kritiktir.

Füsun Yılmaz: Biz FYP olarak masada geliştiricilerin ya da yatırımcıların karşısında oturan tarafız. Geliştirme adımlarında danışmanlık veriyoruz. Son dönemde yapılan büyük projelerle ilgili toplantılarımızda karşılaştığımız en büyük problem, maksimum metrekare kullanımından geldiği ortaya çıkıyor. Yatırımcı ile proje geliştirici arasındaki çizgi sektörde kaybolmuş durumda. Türkiye'de kimin arsası varsa proje geliştiriyoruz diyor. Ana işi ne olursa olsun bu farketmiyor, inşaat yapıyoruz diyor. Problemler ilk başta buradan doğuyor.

Bu anlamda bu sene bizi sevindiren olay, mimari gruplardan en iyi ve en verimli kullanım analizi taleplerinin gelmeye başlaması. Mimari ekip çizmeden önce bize soruyor, burada ne olmalı diye. Duru-

“Her ne kadar o işin uzmanı olursanız olun, mutlaka dışardan farklı görüşler istenmeli”

ma hakim insanlarla masaya oturduğunuzda daha sağlıklı işler ortaya çıkıyor. Gayrimenkul geliştirirken en büyük sorunumuz maksimum metrekare kullanımından vazgeçilmemesi ve çevresinde başka rekabete olacağı mülk var mı bakılmaması. İkinci sorunumuz ise mimari resmin olması gerekenden önce ele alınması. AVM için uygun olmayan yerlere AVM yapmayın dediğimizde kabul görmüyor. Sonuçta yaşamayan alanlar yaratılıyor. Mimar maalesef uzmanlarından önce oturuyor masaya. Biz masaya resmi koyuyoruz, maalesef ihtiyacı koymuyoruz. Mimar oturmadan önce, ilgililerle konsept tartışılmalı. Mimariye inanıp yatırım yapılıyor, ancak yolda ilgilileri görüşüldüğünde ise mutsuz olunan projeler ortaya çıkıyor.

Eyüphan Boyvadaoğlu: Danışman çok önemli. Çok yüksek binalar yapılıyor, altlarında AVM'ler oluşturuluyor. Bu AVM'lerin yoğunluğu en yüksekte olduğu noktalarda olduğunda bile tekrardan danışmanlar ve kiralama şirketleri, bunu biz pazarlarız diyorlar ve yatırımcıyı mahvediyorlar. Bunlar çok yanlış. Herşeyi illa kullanmanız gerekmiyor. Herkes gereksiz hırs yapıyor. Örneğin, bugün biz bir yerde karma bir proje geliştiriyoruz, AVM hakkımız da var, ama yapmıyoruz. Her binanın altında AVM olmaz.

Füsun Yılmaz: Bizde şehir planlama yok. Aslında bu, kamudan başlayan bir problem. Büyükdere gibi bir yer geliyor, hiçbir şehir entegrasyonunu düşünmüyorsunuz. Yanyana dizilen yapılara benzer yüksekliği ve ticari fonksiyonları yükleyorsunuz.





Yani bütüncül bir planımız yok, bunun danışmanla bir ilgisi yok. O kadar yetkisiz ve o kadar renkli bir bilgiyle geliyor ki, hiçbir yaptırım yok. Önüne ticari bir paket gelmiş, bir şekilde önüne gelen şeyi değerlendirmek istiyor. Danışmanı korumak için söylemiyorum, ama bence işin başı çok yanlış.

Eyüphan Boyvadaoğlu: Yabancı yatırımcıyla yerliyi karşılaştıralım. Bir yatırıma belirli güvencelerle girmeniz lazım. O bölgenin 15-20 yıllık gelişimi konusunda, yerel otoritenin size güvence vermesi lazım. Bugün Türkiye’de böyle bir şey yok. Ticari arsası olan herkes, her istediğini yapabiliyor. Almanya’da ya da İngiltere’de, bir AVM’nin başka bir AVM ile yanyana olma şansı yok. Yabancı yatırımcıların Türkiye’ye bakış açısı bu yönden negatif. Güvencem yok ki, diyor.

Hilmi Özçakır: Bir de mevzuatı tamam, ancak ihaleye çıkınca değiştirilen yerler de var. Hala plansız büyümeden kaynaklı bazı riskler var, ama İstanbul o kadar büyüyor ki bir şekilde bile bu plansız büyümeyi hala destekleyebiliyor.

Kuyaş Örs: Birkaç hafta önce GYODER etkinliği için Samsun’daydık. Bu meseleleri anlamaya çalışan ve bu anlamda kenti geliştirmeye çalışan bir belediye başkanı profili vardı. Hilmi Bey, sizin oradaki Bulvar AVM projeniz de belediye ile ciddi bir işbirliği sonucu ortaya çıktı anladığım kadarıyla. Bu süreç nasıl gelişti?

Hilmi Özçakır: Bulvar AVM, kentin tam merkezinde eski Tekel Tütün Fabrikası’na ait bir yer. Şehrin oldukça merkezi bir ye-

“Geliştiricinin, konulara hakim ve süreci kontrol edebilecek bir istihdamı mutlaka kendi bünyesinde olmalı”

rinde, atıl bir yer. Öyle bir konumda ki, tam bir perakende caddesinin ortasında kalıyor. Cadde orada kesiliyor ve sonra devam ediyor gibi. Oranın ihalesini Torunlar GYO ile birlikte kamudan aldık ve kente kazandırdık. Kentin merkezindeki bu alanı kente kazandırmış olduk bu şekilde. Ancak o bir AVM projesinden çok bir restorasyon projesiydi aslında. Mevcut binaları eskisine uygun şekilde koruduk. Genel olarak, işin planlama sırasında mimarlık şirketlerinin geliştiricilerle birlikte çalışmalarını bu işin başarısının ilk temel noktası. Danışmanları da yatırımcılar biraz kötü yönlendiriyorlar. Örneğin, az önce bahsettiğimiz Büyükdere üzerindeki binalarda, yatırımcı projenin tamamına daha fazla ilgi çekmek için AVM’yi büyük yapmak istiyor. Danışman ise yatırımcıya gerekçelerle daha fazla yapmaması gerektiğini anlatmaya çalışır ancak yatırımcı ikna olmaz. Danışman işi kaçırmamak için pazarlık eder hale gelir.

Kuyaş Örs: Ama artık şu kanı oluşmaya

başladı: Bu iş salt metrekaleden veya salt maddi hesaplamalardan ibaret değil. Bu işin niteliksel boyutları da var. Örneğin, yeşil binalar konusu, son zamanlarda çok gündeme geliyor. Emre Bey, sizin bu konularda fikriniz nedir?

Emre Ilıcalı: Öncelikle yeşil bina kavramının Türkiye’deki algısı ile yurt dışı algısı çok farklı. Türkiye’de bu konu; herkes yapıyor, biz de yapalım şeklinde geliyor. Yurt dışında ise yatırımcılar zaten bu işin negatif-pozitif taraflarını özümsemiş ve bununla ilgili alacakları aksiyonları en baştan belirlemiş durumdadır. Örneğin, yatırımcı binası için bir sertifika istiyor. Ancak, bir şeyi isterken, ticari veya manevi ne faydası olacağını bilmek gerek.

Eyüphan Boyvadaoğlu: Bu sertifikalara ihtiyacım var mı yok mu bu da ayrı bir konu tabii. Projenin ihtiyacı belki silver için uygundur, gold’un ona katacağı birşey yoktur.

Emre Ilıcalı: Doğru. Yeşil bina kriterleri, bina için sadece bir araç. Yani günün sonunda siz, bir yeşil bina kriterlerine göre bir tasarım yapmış oluyorsunuz, bu bina uluslararası denetimden de geçiyor. Ve yeşil binaların eksik tanınan bir tarafı kaliteleri. Yeşil bina denetleme sistemlerinde öncelikle uluslararası standartta bir tasarım yapmanızı beklerler. Bu açıdan belli bir kalite standardı beklenir.

Eyüphan Boyvadaoğlu: Yeşil binaların yapımını teşvik etmek veya sistemin içine katmak için yeni yönetmelikler gündeme geliyor mu?



YUVARLAK MASA GELİŞTİRME

Emre Ilıcalı Yeşil bina denetleme sistemlerinin uygulanmasına yönelik çeşitli teşvikler de mevcut. IFC ya da EBRD'nin, gelişmekte olan ülkelerde, yeşil bina kavramını geliştirmek adına, finans araçları geliştirmeye çalışıyorlar. EBRD'nin bankalarla ilgili yapılan projeleri yeşil bina olma sürecinde desteklemek adına önemli çalışmaları var. Yalnız bu noktada baktıkları en önemli konu istikrar. Bir firmanın yalnızca bir projesinde yeşil bina kriterlerine uyulmuşsa ancak diğer 10 projesinde bu kriterlere hiç uyulmamışsa, bunu istemiyor. Yatırımcıları bu anlamda bir yönlendirme çabası var. Bankaların kredi verme durumunda da bunlar önemli kriterler olacaklar. Bu durumu kimliğine işlemiş firmalar ise bu durumdan en çok avantaj sağlayanlar. Yurtdışındaki yatırımcıların da bu şekilde ilgisini çekiyorlar.

Bu bize en çok sorulandıktan biri: Yatırımcıya bu sertifikaların yüzdesel olarak ilave maliyeti nedir? Bunu cevaplamak çok zor. Projenin, yeşil bina kriterlerine göre olan durumu çok önemli. Projeler birbirinden çok farklı. Çok büyük projeler var ancak çalışan ekipler gerçekten çok amatör. Şu ana kadar 90 projede çalışmışsak, bunların büyük bir kısmında durum böyle. Süreçlerde çok ciddi eksikler var. Bu bizi çok etkiliyor. Maliyeti bu durumlar çok artırıyor. Projede yeşil bina kararının zamanı da çok önemli. Bize bu taleple gelindiğinde proje bitmiş bile olabiliyor. Ki bizim planlama aşamasında dahil olmamız gerekiyor.

Füsun Yılmaz: Türkiye'de bunlara çok maddi bakılıyor. Oysa bu tür kriterlere gi-

den maliyetlerin, zamansız bir bina yapmak için gerekli olan maliyetin içinde olması gerekiyor.

Kuyaş Örs: Yeşil binalar konusu Türkiye için çok yeni bir durum. Hatta belki de sizlerin yurtdışındaki politikalarınız ile Türkiye'deki politikalarınız çok farklı.

Eyüphan Boyvadaoğlu: Hayır, öyle bir şey yok. Belirli bir standardımız var ve dünyanın neresinde yapı yaparsak yapalım bunlara uyuyoruz.

Emre Ilıcalı: Bir de, Türkiye'de "sertifika" dediğimiz şeye aslında uluslararası alanda Green Building Rating Systems deniyor. Sertifika diyerek işin sanki içi boşaltılıyor. Halbuki bunlar, uluslararası yeşil bina performans değerlendirme sistemleri. Yani ciddi bir değerlendirmeye giriyorsunuz. Ancak, ben şununla çok karşılaşıyorum: Binayı yapalım, sonra bir sertifika alalım.

Eyüphan Boyvadaoğlu: Türkiye'de zaten en büyük hastalık, "doğru işi yapmak" yerine "işini doğru yapmak". Bunların aslında ara-

“AVM için uygun olmayan yerlere AVM yapmayın dediğimizde kabul görmüyor”

larında önemli bir fark var. Doğru işi yapmak, sertifikalara uygun bir şekilde bütün sürecin yürütülmesi. İşini doğru yapmak ise sertifikayı projenin yapım aşamasında fark edip ona göre yapmaya çalışmak. Bu trafikte ehliyet kemerini takmamaya direnenlere benziyor. Gidecek çok yol var henüz.

AVM'lerde otopark sayısına bakarsanız 50 metrekareye bir araçlık park yeri olacak şekilde hesap yapılır. Ama bazı geliştiriciler var ki ana kiracılar için ayrıca otopark hesabı yapar ve totalinde bir rakam çıkarır. Belediyenin söylediği minimum kuralları önemsemez bile.

Füsun Yılmaz: LEED Sertifika'sının kriterlerinden biri de otoparklarla ilgili. ABD'de bunun refere edildiği standartlara baktığımızda, tüm fonksiyonlar için ayrı ayrı hesaplamalar yapıldığını görürüz. Ancak bizde, genellikle 50 bin metrekare üzerinden veya benzeri yöntemlerle yapılıyor. Her hesaplamanın gerçek bir standarda göre yapılması gerekiyor, bu yapılırken de bu standartların her fonksiyona göre değiştiği unutulmamalı.

Emre Ilıcalı: Aslında bunun nedeni, tasarım denildiği zaman bütüncül bir anlayıştan uzak olarak, yalnızca mimari tasarımın düşünülmesi. Mekanik ve elektrik tasarımı, her zaman bir şekilde çözülür diye düşünülüyor. Yanlış olan düşüncelerden biri de bu galiba.

Füsun Yılmaz: Yerel yönetimin rolünü çok önemsiyorum ancak son kullanıcının da bilinçlenmesi gerekiyor. Biz şimdi GYODER'de son kullanıcının bilinçlen-





mesi için de çalışıyoruz. Onlar talep etmediği sürece de geliştirici üzerinde baskı olmayacak.

Eyüphan Boyvadaoğlu Yeşil bina konusu gerçekten güzel bir konu. Bence bu konuyu bir çok platformlarda gündeme getirmek lazım diye düşünüyorum. Bu bir zaruret değil. Faydalarını anlatan bir yaklaşım olması lazım. Bu kadar büyük bir yatırım içerisinde maliyet anlamında da çok fazla birşey tutacağını tahmin etmiyorum.

Kuyaş Örs: Aslında standartların yükselmesi adına herkesin bilinçli tüketici beklentisi var malum. Öte yandan yapılan işlerin kalitesini göstermek adına, tıpkı yeşil binalarda olduğu gibi, ciddi problem oluştuğunu düşünüyorum. Bildiğimiz örnekleri de düşündüğümüzde, gerçekten belirli ölçüde üzerindeki gayrimenkul projelerinin bölgesine çok ciddi hem iş olanakları sağladığını hem bölgeyi ciddi olarak canlandırdığını hem de bazen altyapı sorunlarını çözecek yatırımlar yapıldığını biliyoruz. Örneğin, Zorlu Center'da bu durumu görmekteyiz. Metrobüs ve metro bağlantısını Zorlu yapmış.

Nuri Şapkacı: Bu durum Anadolu şehirlerinde çok daha fazla görülüyor. Çünkü orta ölçekli bir AVM yaptığınızda yaklaşık 2 bin kişilik bir istihdam yaratılıyor. Diğer bir konu, oradaki yapılan bütün işler kayıt altına alındığı için, kayıtlı bir ekonomiye giriyor. Anadolu kentlerine bakıldığında, sadece bir ana cadde var. Daha sonra AVM getirdiğinizde hem çok daha fazla

“Bizim projelere planlama aşamasında dahil olmamız gerekiyor”

markayı bir arada bulunduruyorsunuz hem de yaşayan insanlara çok daha fazla imkan veriyorsunuz. Böylece orada bir sosyal mekan geliyor. Hatta, artık Anadolu'daki şehirler AVM adları ile anılmaya başladı. İlk başta AVM'de fiyatlar pahalı gibi geliyor ama daha sonra perakende rekabetinden dolayı fiyatlar düşüyor. Böylece, çok daha kaliteli ürünleri daha ucuzla alma fırsatı doğuyor.

Eyüphan Boyvadaoğlu: Nuri Bey'in söylediklerine katılıyorum. Bugün, İstanbul'u örnek verdiğimizde herhalde 5-6 tane caddede sayabiliriz. Bugün organize perakende son on yılda 6 kat kadar büyümüş. Perakendecilere baktığımızda yüzde 80-90 oranında AVM'lerin içerisinde olduklarını görmekteyiz. AVM'lerin yok olduğunu düşündüğümüzde, bu kadar perakendeciye yerleştirmek için herhangi bir yer yok. AVM yatırımcısı, AVM'yi yapıyorsa trafik, ulaşım ve altyapı çalışmasının hepsini yapıyor olacak. Çünkü ilave bir yük getiriyorsanız, hem kendinizi hem de mevcut sistemi rahatlatmak için yardım yapma-

nız lazım. Açıkçası bundan kimsenin kaçmaması lazım. Bölgeye hareket getiriyorsanız onun çözümünü de bulacaksınız. Yatırım yaparken çözümsüzlük yaratmayacaksınız.

Eğer kanun koyucu bu duruma iyi bir çözüm yolu bulduysa, ki onların vazifesi bu zaten, hava sirkülasyonunu etkilemeyecek. Şuanda İstanbul'da iklimi değiştiren binalar var. Özellikle bazı noktalarda helikopterin geçmesi bile tehlikeli. Öyle bir hava akımı yaratıyor ki, helikopterin düşmesine bile neden olabilir. New York'ta da o gökdelenlerden dolayı bir çok insan şikayetçi durumda.

Nuri Şapkacı: Bizde ortalama yaş 29. AVM'lerde çalışan kişilere baktığımızda, çoğunun genç ve part-time çalıştığını görüyoruz. On yıl önce bu kadar part-time çalışacak iş yoktu. Sadece AVM yatırımı da değil gelişen, perakende sektörü büyüyüp Anadolu'ya açıldı. Rekabetçi seviyeye geldiler. Böylece ülkemizdeki sektör yurtdışı ile rekabet eder hale geldi.

Fusun Yılmaz: İstanbul ve Anadolu diye ayırmamız lazım. Anadolu'daki yatırımlar çok önemli. Bu yatırımlar kentin nefes aldığı yerler haline geldi. İstanbul'da yapılan projelerin şehire entegrasyonunu iyi planlayamıyoruz. Birşeyler yapıldı gözüküyor ama yapılan çözümler şehiri daha çok boğuyor. Ve maalesef hiç donatı yok. Çünkü yapılan AVM'ler insanların donatı ihtiyaçlarını gideremez. Bu durumda şehirde karışa ortaya çıkıyor. ■