

Basın Bülteni 8 Ocak 2021

**‘GYODER ÇÖZÜM PLATFORMU’NDA**

**PANDEMİDE OFİS VE AVM’LERDE YAŞANAN DEĞİŞİM KONUŞULDU**

**GYODER Başkanı Mehmet Kalyoncu:
”Pandemi sürecinde AVM’lerin önemi daha net anlaşıldı”**

**Türkiye gayrimenkul sektörünün çatı örgütü GYODER’in, mevcut sorunlara çözüm bulmak amacıyla hayata geçirdiği ‘GYODER Çözüm Platformu’nun beşinci toplantısı,** ‘**Pandemi sonrasında nasıl bir dünya? Ofis ve Alışveriş Merkezleri’ başlığı altında online olarak düzenlendi. Pandemi sürecinde AVM’lerin öneminin çok daha net anlaşıldığını belirten GYODER Başkanı Mehmet Kalyoncu, “AVM’lerin sadece mağazaların bir arada bulunduğu yapılar olmadığınını, tercih edilen bir buluşma mekanı olduğunu gördük. Geliştiricisinden yatırımcısına, perakendecisinden kiracısına ve müşterisine kadar ‘kazan-kazan’ modeliyle aslında herkesi mutlu ettiğini daha iyi anladık” dedi.**

**GYODER (Gayrimenkul ve Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı Derneği) tarafından,** gayrimenkul sektöründe yaşanan son gelişmeleri değerlendirmek ve yaşanan sorunlara çözüm bulmak amacıyla hayata geçirilen ‘**GYODER Çözüm Platformu**’ toplantısı, **Digital Network Alkaş** işbirliği ile ikinci kez online platformda yapıldı. **CBRE Türkiye’nin ana sponsorluğu, Endeksa, Apsiyon, Garanti BBVA’nın sponsorlukları ile 7 Ocak Perşembe günü ‘Pandemi sonrasında nasıl bir dünya? Ofis ve Alışveriş Merkezleri’ başlığı altında düzenlenen toplantıya gayrimenkul sektörü temsilcilerinin ilgisi yüksek oldu.** Moderatörlüğünü GYODER Yönetim Kurulu Üyesi, PwC Türkiye Ortağı **Ersun Bayraktaroğlu**’nun yaptığı ‘**Çözüm Platformu**’ toplantısının konuşmacıları, pandemi sürecinde ofis ve AVM’lerde yaşanan değişimi konuştu.

**AVM’lerin ‘kazan-kazan’ modeliyle herkesi mutlu ettiğini gördük**

“Pandemide AVM’lerin hayatımızda tuttuğu yeri çok daha net görme imkanımız oldu” diyen **GYODER Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Kalyoncu**, şöyle devam etti: “Pandemide e-ticaretin daha da büyüdüğünü gördük. Bu süreçte herkesin bazı konuşmalarda şahit olduğu ‘AVM’ler bitecek, lojistik depolara dönecek, her şey internetten alınacak, AVM’ler eğitim, sağlık yapılarına dönüşecek’ gibi öngörülerin yanlış olduğunu gördüğümüzü düşünüyorum. AVM’lerin sadece mağazaların bir araya geldiği yapılar olmadığını, tabiatla uyumlu, teknolojinin imkanlarından faydalanan ve iyi tasarlanmış olduğu takdirde bir buluşma mekanı olduğunu gördük. Ayrıca AVM’ler kapalıyken perakendeciler istedikleri ciroyu yapabildiler mi? Yapamadılar. Müşteriler memnun mu? İnternetten sürekli alışveriş yapmak memnun etti mi hepimizi? Tabi ki kolaylıkları var ama insan yine de fıtratı gereği bir arada olmayı bire bir temas kurmayı özlüyor. Bu açıdan alışveriş merkezlerinin geliştiricisinden, yatırımcısına, perakendecisinden kiracısına ve müşterisine kadar önemli bir yer tuttuğunu, ‘kazan-kazan' modeliyle aslında herkesi mutlu ettiğini gördük. “

Bir yandan da evden çalışma sürecininin yaşandığını vurgulayan **Mehmet Kalyoncu,** “Artık daha düşük metrekarelerde, daha verimli, daha esnek, yine dijitalle iç içe ofis alanları göreceğiz. Belki de şehre yakın olmak, her gün ofise gidilmeyeceği için çok önemli olmayacak fakat fiziki anlamda yine doğru kullanmış ofis projelerinin ön plana çıktığını düşünüyorum” diye konuştu.

**Daha esnek çalışma modelleri yaygınlaşacak**

**IPSOS Türkiye CCO’su Yasemin Özen Gürelli, ‘Covid Sürecinde Değişen Alışkanlık ve Davranışlar’** başlıklı sunumunda şunları söyledi: “Türk toplumunun yüzde 62’si Türkiye’de virüsün ancak 2021 sonunda ya da daha uzun bir tarihte kontrol altına alınabileceği düşüncesinde. Toplumun yarısından fazlası Türkiye’nin geliştireceği yerli aşıya güveniyor. Çalışma hayatı değişiyor. Çalışanların yüzde 40’ı evden çalışmayı uygun buluyor. Büyük şehirlerde yaşayan insan sayısının azalacağını düşünenlerin oranı: yüzde 46. Beyaz yakalı için büyük şehirlerden göç, hayal olmaktan çıkacak. Daha esnek çalışma modelleri gündemde ve yaygınlaşacak. Ofis kullanım amacı orta vadede evrilecek. AVM’ler daha riskli bulunuyor bu nedenle caddeler hareketlenecek. Tüketicinin alışveriş mekanı tercihleri; yüzde 37 cadde mağazaları, yüzde 33 e-ticaret, yüzde 30 alışveriş merkezleri şeklinde sıralanıyor. AVM’lerin daha fazla sosyalleşme mekanı, farklı aktivitelerin de dahil edeceği alanlar olması gerekiyor.”

**Evlerimiz artık ofislerimiz olduğuna göre çalışma konforunu sağlamamız gerekiyor**

**Gazi Üniversitesi Tıp Fakültesi Dekanı, Sağlık Bakanlığı Bilim Kurulu Üyesi Prof. Dr. Mustafa Necmi İlhan**, son dönemde sosyal sağlıktan bahsedildiğini belirterek, “Sağlığın sosyal belirleyicileri; yani yaptığınız iş, yaşadığınız yer, ait olduğunuzu düşündüğünüz sosyal sınıf, işe neyle gidip geldiğiniz, işinizle eviniz arasındaki mesafe, evinizin, işinizin size ne sunduğu çok önemli hale geldi. Son dönemde şunu tartışıyoruz; evdeki oda sayısı mı yoksa banyo tuvalet sayısı mı daha önemli? Tercihler giderek farklılaşmaya başlamışken, sağlığın sosyal belirleyicileriyle beraber koronavirüs geldi hayatımıza. Toplumun sağlık algısı değişti. Geldiğimiz aşamada insanlar artık sağlık kurumlarına yakın olmayı arzu ediyor. Çalışma hayatında esnek çalışma sistemi çok önemli. İşyerinde 2-3 günlük bloklarla dönüşümlü çalışmak pandemiyle mücadelede daha etkili. Evlerimiz artık çalışma ofislerimiz olduğuna göre evlerimizde de çalışma konforunu sağlamamız gerekiyor. Kullanılan koltuğun, sandalyenin bu ihtiyaca göre sağlanması gerekiyor. 2022’ye geldiğimizde önümüzde hem tamamlanmamış pandemi süreci hem evde kalmanın obezite, yüksek tansiyon, diyabet, solunum yolu hastalıklarına en az iki kat artıracağı bir süreçle karşı karşıya kalacağız” dedi.

**Fiziksel ve dijital satış kanalları birbirine rakip değil**

Pandemi öncesi de e-ticaretin arkasına rüzgarı alıp gittiğini vurguluyan **Migros Ticaret A.Ş. E-Ticaret İş Birimi Direktörü Orçun Onat,** şöyle konuştu: “Biz satışlarımızı yüzde 100 büyütmüştük. Pandeminin ilk döneminde öyle bir talep geldi ki, yurtdışında 15-20 güne çıkan sevkiyat sürelerini biz 4-5 günde gerçekleştirdik. Hızlıca sadece e-ticaret için 4 bin ek istihdam sağladık. Migros Sanal Market uygulamasını 35 ilden 81 ile çıkardık. Sanal markette yaş ortalaması da arttı. 60 yaş üzeri müşterilerden teslimat ücret almadık, telefonla sipariş imkanı sağladık, temassız teslimat özelliğini devreye aldık. Tüketicilerin yarısından fazlası özellikle gıda ürünlerini ­internetten satın almaya devam edeceğini söylüyor. Fiziksel ve dijital kanalları birbirine rakip değil tamamlayıcı olarak görüyoruz. Toplam faktör verimliliği, aynı girdiyle çok daha fazla çıktı almaktır. E-ticareti aynı mağaza içinden yapmamızın çok büyük faydası var. Dolayısıyla belki bizim için verimsiz olacak bir mağaza online operasyonla verimli hale geliyor.”

**Hijyen ve müşteri deneyimi konusunda çok hızlı hareket ettik**

Türkiye’de pandemiye karşı çok hızlı önlemler alındığını belirten **DeFacto Operasyon ve Genişlemeden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Serdar Ersoy,** şunları söyledi: **“**Biz online, offline olmak üzere 50 ülkede faaliyet gösteriyoruz. Yaşanan olumlu olumsuz birçok durumu hem rakiplerle hem ülke olarak kıyaslama şansına sahibiz. Türkiye’deki birçok perakendeci bence çok hızlı bir şekilde pandemi aksiyonlarını aldı. Hijyen kuralları ve müşteri deneyimi konusunda. AVM’ler de bunu takip etti çünkü bizim hem caddede hem AVM’de mağazalaramız olduğu için daha hızlı uyum sağladığımızı düşünüyorum. En büyük keşkelerden biri bence klima konusu. Biz AVM’lerde klimaları çalıştırana kadar çok uğraştık. Avrupa’da böyle bir endişe yoktu. Keşke içinde bulunduğumuz durum topluma daha iyi yansıtılsaydı. Müşteri rasyonel düşünüyor ama irrasyonel davranıyor. ‘AVM’ye girmek istemiyorum’ diyor ama toplu taşıma kullanıyor.”

**Türkiye’deki AVM’ler hijyen açısından önde**

“Toplumu hem sağlık hem psikolojik, sosyolojik hem de ekonomik açıdan vuran bir pandemiyle karşı karşıya kaldık” diyen **FİBA Commercial Properties Yönetim Kurulu Üyesi ve CEO’su Yurdaer Kahraman**, “Tüm ekiplerimizle her şeyden önce sağlığa öncelik vererek çok iyi adımlar attığımızı düşünüyorum. Tüm toplum beklentilerimizin üzerinde performansla pandemiyle yoğun çalışmalarla mücadele etmek inanılmazdı. Türkiye’de 400 AVM inanılmaz bir istihdam sağlıyor, perakendecilere mekan ve fırsat sunuyor. Burada bir ekosistem var, ileride ticaret tek başına online ya da offline olmayacak, hibrit bir model olacak. Pandemide çok seyahat ettim, 40-50 testten geçtim. Hijyen açısından bence Türkiye’deki AVM’ ler kadar dünyada hiçbir AVM hazırlıklı değildi” dedi.

**Ofislerimizi de AVM’lerimizi de şehrimizi de özledik**

Pandemi nedeniyle daha önce hiç tahmin edilmeyen bir süreç yaşandığını belirten **GYODER İcra Kurulu Üyesi, Sinpaş GYO Genel Müdürü Seba Gacemer,** “Biz ofis, ticari alan, konut geliştiriyoruz. Yani aslında biz barınma ihtiyacını karşılıyoruz. Hayat devam ettiği sürece barınma ihtiyacı hep olacak. Dolayısıyla önümüzdeki her olumsuz durum bir fırsat yaratacak, bizi kendimizi tekrar etmekten kurtaracak. AVM yatırımcısı olarak düşünüyorum, eskiden çoklu mülkiyet vardı. Sonra dendi ki ‘bu çoklu mülkiyetler başarılı değil, artık tek mülkiyet olsun ve bunu güzel yönetelim.’ Fakat pandemi şunu gösterdi. Tek yatırımcının, buradaki yüzlerce işletmenin ticari sorumluluğunu alarak bu kadar büyük yatırımların altına girmesi bundan sonra ne kadar mümkün? Pandemi bize, mekanlarımızı hatta bu mekanların yönetimiyle ilgili kanunlarımızı daha esnek yapmamız gerektiğini de gösterdi. Ofislere dönüş olacak. Dönüş olmaması mümkün değil. Bu bir etkileşimdir. Bu ekranlar bize bir noktadan sonra yetmeyecek. Ekip çalışması kavramı değişmedi. Ofislerimizi de AVM’lerimizi de şehrimizi de arkadaşlarımızı da yakın akrabalarımızı da özledik” diye konuştu.

**Kapalı çarşılar nasıl kapanmadıysa AVM’ler de ölmeyecek**

Pandemi sürecinde çok önemli dersler aldıklarını ifade eden **Alkaş Yönetim Kurulu Başkanı, AYD Başkan Yardımcısı Avi Alkaş,** şunları söyledi: **“**Bizim işimimiz mekancılık. Bu mekanlarda insanların mutlu zaman geçirmesini sağlamaya çalışıyoruz. Mekan-zaman-insan üçlemesindeki anı doyasıya yaşamak için mutlaka biz de bu değişime ayak uydurmalı, pandeminin derslerinden olumlu sonuçlar çıkarmalıyız. İnsanlar için, insanlarla çalışarak, mutlu mekanlar yaratma çabasıyla yaratıcı çözümler bulmaya başladık. Yeni nesil iş hanlarıyla beraber, yeni çalışma kültürüne, yeni yaşam tarzına uyum sağlamalıyız. Çünkü bu iş sadece evden olmayacak, bu iş merkezi ofislerden de olamayacak. Bir karmaya gitmek, hibrit modeli AVM’lere de taşımamız gerekiyor. İnsan sosyal bir varlık ve insanlarla bir arada olamazsak çalışamıyor, yeterince üretken etkili olamıyoruz. Bu bağlamda gerek AVM’lerde gerek çalışma alanlarımızdaki değişimle, hibrit yapılanmalarla çok farklı çözümler bulacağız. Eminim mimarlarımız çok daha yaratıcı çözümler getirecek. Çok daha farklı finansman modellerine gideceğiz. Hep beraber bu pandemiden öğrendiklerimizi yaşamımızın bundan sonraki evresinde uygulayacağız. Teknolojininin de yardımıyla zamanımızı daha iyi kullanarak, daha az zamanda daha çok iş yapmak, daha az zamanda daha çok alışveriş yapılmasını sağlamak için kent içi lojistik merkezlerine dönüşen AVM’lerle de yeni çözümler bulacağımıza inanıyorum. Kapalı çarşılar nasıl kapanmadıysa AVM’ler de ölmeyecek. Kentleri beraber tasarlayacağız.”

**Biz gayrimenkule kapalı alanı sahiplenme duygusuyla bakıyoruz**

Konuşmasına “Biz gayrimenkule devamlı kapalı alan ve bu kapalı alanı sahiplenme duygusuyla bakıyoruz” diye başlayan **Pamir&Soyuer Yönetici Ortağı, ULI Türkiye İcra Kurulu Üyesi Firuz Soyuer**, şöyle devam etti:  **“**Gayrimenkul insana bağımlı bir şey. İnsan olmadığı zaman gayrimenkule ihtiyaç da yok. İnsanların üremesi, çalışması, eğitimi, insan hareketi önemli olan. Mimarlar da yapıları insan hareketlerine tasarlıyor. Maalesef toplum olarak ne kadar fazla kapalı alan yaratabilirsek, bu alanın o kadar fazla kullanılabileceği düşünüyoruz. Bu yüzden de maalesef atıl kullanımlı, kullanımı olmayan veya 20 yıl sonra belki bu noktaya geleceğimiz şeyleri nedense inşa ediyoruz. Planlama kısmına pek fazla önem vermeyerek bu noktaya geliyoruz. Gelişmekte olan toplumlarda güven eksikliği olabilir ama güven maalesef daha fazla kapalı alan yaratarak olmuyor. Dolayısıyla bizde bu kadar fazla ofis, AVM var, bunların arzı olmadığında ‘biz ne yapacağız’ demeye başlıyoruz. Diğer ülkeler bu noktaya gelmediğine göre ‘acaba biz diğer ülkelere göre ters bir noktada mıyız’ diye düşünüyorum.”

**AVM’ler daha zengin daha entegre yaşam merkezlerine dönecek**

Bu yüzyılın başından itibaren insanoğlunun bir geçişte olduğunu ve geçmişten gelen hataların düzeltilmesi gerektiğini vurgulayan **Avcı Architects Kurucu Ortağı Mimar Selçuk Avcı**, “Hayatımızın daha çok dijitalde yaşanabileceğini, ofise gitmemizin yüzde 100 bir zorunluluk olmadığını, çalışma yöntemlerimizin daha da efektif hale geldiğini fark etmeye başladım. Eve kapanma ve daralmanın da büyük faydası olduğunu fark ettim. Şu an ofisimiz kısmen çalışıyor, isteyen evden çalışıyor. Pandeminin bize çağ atlatıcı efekti olduğunu hissediyorum, 1920’lerde olduğu gibi. Peki bunun fiziki efekti nedir? Mimari açıdan fiziken neye yol açacak? Aşıların efekti oluşmadan evvel hem yaşamımızı hem çalışma hayatımızı muhakkak değiştirmek zorundayız. Mesafeli çalışma gibi… Bunlar kaçınılmaz ince ayarlar. AVM’lerde belki şöyle bir evrim olabilir. İnsan yine bir şeye dokunmak istiyor, satın almadan evvel. Bir diyalog kurmak istiyor. Fakat orada satın alması şart değil. Gidip evinden satın al düğmesine basabilir. Dolayısıyla AVM’lerin fonksiyonları daha çok sergi alanına dönüşecek. Bir sanat galerisi gibi teşhir edecek AVM’ler ürünlerini. AVM ihtiyacı kaybolacak, bildiğimiz format bence olmayacak. AVM’ler daha zengin daha entegre yaşam merkezlerine dönecek” dedi.

**Niçin yaptığınızı anlatmak sizi marka yapar**

Pandeminin bir sonuç değil, bir sebep olduğuna dikkat çeken **Yirmibirgram Marka Ajansı Kurucu Ortağı Onur Yanık, “**Pandemide maalesef geçmişteki hataların bedelini ödüyoruz. Gelecekte yeni bedeller ödememek için bugünden gayrimenkul geliştiricilerinin önce kurumsal anlamlarını yeniden keşfetmeleri, projelerine yeni anlamlar yüklemesi şart. Son 10 yılda çok büyük projeler ürettik ama asıl büyüklüğün insan hayatına dokunmak olduğunun farkına varamadık. Ne üretirsek üretelim insan merkezli bir hikaye, bu hikayenin anlatımı ve iletişimi olmak zorunda. Marka her şeydir. Markalı ekonomi Türkiye’nin geleceğidir. Gayrimenkulün burada çok büyük rolü vardır. Bizim üretme sorunumuz yok. Biz en büyük köprüyü en uzun tüneli en büyük AVM’yi yapabiliriz ama bizim bu yaptığımız yapılara ruh ve katma değer ekleme sorunumuz var. Bunu çözmemiz lazım. Niçin yaptığınızı anlatmak sizi marka yapar. Niçin sorusuna cevap vererek o yolda ilerlemeliyiz” diye konuştu.

**AVM’lerin dönüşümü için hukuki düzenleme gerekiyor**

AVM’lerin dönüşümünde hukuki engellere değinen **Gayrimenkul Hukuku Enstitüsü Başkanı Avukat Ali Yüksel, “**AVM’ler aslında kişilerin değildir. Kentin mimari yapıları, işaret taşlarıdır. Hayatımızın bir parçasıdır. İyi bir planlamayla yeni bir fonksiyon kazandırmak gerekiyor. Pandemide seslendirilmeye başlanan dönüşüm konusunun analizi geerekiyor. Acaba AVM’lerimizi hastane, okul, üniversite, semt pazarı, fuar alanı, kamu binası, vergi dairesi, belediye binası yapabilir miyiz gibi alternatifler düşünüldü. Bugün en değerli arazilerde konumlanmış AVM, ofis bloklarının yapısını değiştirmek kolay değil. Birincisi imar mevzuatı. Önümüzdeki sınırları aşacak formüllerin bulunması gerekiyor. Bunun için hukuksal konuların da aşılması gerekiyor. Planlar gerçekten de bugüne kadar yapılaşmayı teşvik eden planlar. Oysa planlamanın ana fonksiyonu sağlıklı yaşamı koruma olmalı” dedi.

**Bankalar müşterilerinin yanında durdu**

**Aareal Bank Türkiye Genel Müdürü Buket Hayretçi** ise finans alanında neler yaşandığını şöyle özetledi: “Bütün sektörleri aynı anda etkileyen böyle bir pandemi riskini öngörmemiz mümkün değildi. Buna rağmen bankalar son derece sakin ve müşterilerinin yanında durarak hareket etti. Bankalar teminat yapılarını güçlendirdi. Ana para ödemelerini öteledi, faizler şu anda ödeniyor. Asıl sorun nakit akışı. Ama hiçbirimiz gerçek hasarımızı ölçemiyoruz.”

***GYODER Hakkında***

*GYODER (Gayrimenkul ve Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı Derneği); 2 Ağustos 1999 tarihinde, Türkiye’deki mevcut ve kurulmakta olan gayrimenkul yatırım ortaklıklarının (GYO) temsilcileri tarafından, gayrimenkul sektörünü temsil ve gelişimini teşvik etmek, gayrimenkul yatırımlarının önündeki zorlukların kolaylaştırılması adına kanun - mevzuat çalışmaları yapmak, uluslararası yatırımcılar ile sektör ilişkilerini geliştirmek, sektörün önündeki sorunların iyileştirilmesine katkı sağlamak, sektörü bilgilendirmek ve eğitmek amacı ile kuruldu. GYODER’in gayrimenkul geliştirici, gayrimenkul yatırımcı, GYO, gayrimenkul danışmanlık, gayrimenkul değerleme, sigortacılık, mimari ve hukuk gibi gayrimenkulün ana ve yan sektörlerini kapsayan 300’e yakın kurumsal üyesi bulunmaktadır. GYODER, sivil toplum kuruluşları ve kamu kurumları ile yürüttüğü işbirlikleriyle, sektöre ilişkin tüm süreçlerde etkin görevler üstlenmektedir. Ulusal ve uluslararası platformlarda sektörü temsil eden GYODER sektörde iletişimi güçlendirerek gerekli network ağının oluşmasına katkı sağlamaktadır.*