

## SPACE ARCHITECTS AND DESIGNERS MİMAR KAAAN ÇETİNKAYA “YENİ NESİL OTELLER TEMATİK OLMALI”

Otellerin lüks olup olmamasının müşterinin ve yatırımcının ihtiyacına göre değiştiğini söyleyen Kaan Çetinkaya, “Aynı maliyet içersinde hedef müşteriye uygun ilginç bir tema yakaladığımızda o mekânın daha iyi çalıştığını görüyorsunuz” dedi.



1997 yılında Han Mimari Tasarım ile projelerine başlayan Kaan Çetinkaya, şimdi SPACE Architects and Designers ekibi ile mimari, iç mimari ve uygulamayı içeren çok sayıda yenilikçi mimari projede yer alıyor. Belirli bir tema ve felsefe üzerine yaptığı tasarımlarını kendi hikâyeleri ve yapıları ile oluşturan Kaan Çetinkaya ile projeleri ve mimarlık üzerine konuştuk.

**Hangi projelere ağırlık veriyorsunuz?  
Mimarlık anlayışınız nedir?**

Ağırlıklı olarak otel projelerinde yer alıyoruz. Autograph Collection Sultan Ahmet, Hotel Tulip City, Cavea Bodrum, Whyndam Days Inn Harbiye, Martı Hemithea Hotel, Hilton Double Tree Hotel Piyalepaşa, en son yaptığımız projeler arasında bulunuyor. SPACE Architects and Designers olarak sabit tasarım stiline dışında yer alarak tematik tasarımlar yapıyoruz.

**Projelerinizin işleyişinden bahsedermisiniz?**

Hedef kitleye nasıl ulaşacağımızla ilgili konsepti tespit edip bu konseptle birlikte diğer rakiplerden nasıl ayrışır sorusunun cevabı ile tasarıma başlıyoruz. Biz proje geldiği zaman hedef kitleye nasıl ulaşırın sorusu üzerinden hareket ediyoruz. Önce yatırımı analiz ederek, gayrimenkul kıymeti ile inşaat ya da renovasyon bedelini dikkate alarak, yapılacak yatırımın ne kadar olması gerekiyor bunları belirliyoruz.







Yatırımın doğru yapılmasını sağlıyoruz. Bu yaklaşımımız ile birlikte otel projelerimizin sayısı arttı. Doğru konsept koyan doğru bütçe içerisinde farklılık yaratabilen ve hedef kitesine ulaşılabilen tasarımlar yapıyoruz. Bunların da tasarımın bir pazarlama unsuru olduğunun bilinciyle yapılmış tasarımlar olduğunu söyleyebilirim.

#### **İŞLETME VE MARKA ÇİZGİSİ İÇERİSİNDE FARKLILAŞTIRIYORUZ**

##### **Otel tasarımlarınızda ve mimari ürün seçimlerinizde nelere dikkat ediyorsunuz?**

Hem mimari hem iç mimari projelerimiz var. Birbirinden farklı konseptler yaptığımız için her birinde seçimini yaptığımız malzemeler değişiyor. Bunun yanında markalı oteller olduğu zaman, dayanıklılık, bakım, yangın dayanımı gibi onların kendi malzeme kriterleri

oluyor. Bunun kriterler çerçevesinde ürünleri seçmeye çalışıyoruz. Belirlenen konsept ve kurallar dahilinde proje kurgulanıyor. Malzeme seçiminde bütçe de önemli bir nokta... En başta konsepti belirlerken, o konsepti oluşturabilecek malzemelerin, işletme açısından da, maliyet açısından da ilgili yatırım için doğru ürünler olmasına dikkat ediyoruz. Tasarımlarımızda ise örnek vermek gerekirse; Hilton Double Tree Hotel Piyalepaşa'yı projelendirirken tamamen business otel olduğunu düşünerek ama tasarım adına da farklılaştırarak Hilton'un sınırları ve çizgilerini de gözeterek farklılaştırdığımız kadar farklılaştırdık. Biz yaptığımız işi standartlaştırmak istemiyoruz. İşletme ve marka çizgisi içerisinde farklılaştırıyoruz.

##### **Bu projeyi biraz daha detaylandırabilir misiniz?**

Double Tree by Hilton Hotel İstanbul Piyalepaşa gibi özgün tasarlanan otelin, yatırım açısından geri dönüşünün daha kolay olacağını düşündük. O bölgede fark yaratabilecek bir business otelin, leisure içinde tercih edilebileceğini düşündük. Maksimalist bir yaklaşımla birçok malzemenin kullanılabilirdiği bir tasarım oldu. Bunda lobide şaşırtıcı, agresif tasarımlar kullanılırken toplantı salonlarında biraz daha ağırbaşlı, sakin tasarımlara yönelmeye çalıştık. SPA'da da aynı şekilde daha rahatlatıcı renkler ve tasarımlar yapmaya çalıştık.

##### **BU BENİM STİLİMDİR DEYİP, LOKASYONA VEYA YATIRIMIN HEDEFLERİNE UYGUN OLMAYAN TASARIMLAR YAPMIYORUZ**

##### **Kaan Çetinkaya imzası bir projede nasıl anlaşılıyor?**

Işık bizim için çok önemli. Mekânı mekân yapan da ışıktır. Dolayısıyla ışık detaylarımız ve kullandığımız malzemelerle mekânı büyük ve yüksek göstermek adına seçtiğimiz reflektif özellikli malzeme seçimleri önem verdiğimiz şeyler. Burada biz öncelikli olarak tasarıma başlamadan önce o mekândan maksimum verimi nasıl alabiliriz onun planını yapıyoruz. Dekoratif olan konsept de onun arkasından geliyor. Martı Hemithe Hotel, Hotel Tulip City, ve Hilton'a baktığımız zaman başka mimarlar yapmış gibi bir çizgi oluşuyor. Konseptleri çok farklı koyabiliyoruz. Bizim güçlü tarafımızda bu. Bu benim stilimdir deyip, lokasyona veya yatırımın hedeflerine uygun olmayan tasarımlar yapmıyoruz.



##### **Sizce yeni nesil otel ve restoranların ihtiyacı olan şeyler nelerdir?**

##### **Bu mekânlarda lüks kavramı gelecekte nasıl değişir?**

En önemli noktası tematik olması gerektiği... Burada lüks kavramı göreceli bir şey. Herkesin restoranda olsun otelde olsun farklı bir tematik atmosferde deneyim yaşamak istediklerini düşünüyorum. Aynı maliyet içerisinde hedef müşteriye uygun ilginç bir tema yakaladığınızda o mekânın daha iyi çalıştığını görüyorsunuz. Bu da aslında tasarım konsepti. Bütün her şey burada koyduğunuz kavrama bağlı çözümleniyor. Tema en önemli şey. Lüks olup olmaması müşterinin ve yatımcının ihtiyacına dayalı olarak projeye göre değişiyor.

##### **Türkiye'deki mimari seyir hakkındaki düşünceleriniz neler?**

Türkiye mimari alanda şanslı bir ülke. Oldukça fazla yeni proje ve inşaat alanı var. Büyük bir şantiye gibi... Mimarlar da mesleklerini bolca deneyimleme fırsatı buluyor ve her geçen sene farklı ve yeni ürünler ortaya koyabiliyor. Birçok Avrupa ülkesinde bu imkan çok daha az. Birçok yeni ve yurt dışından ödül almış projeler görüyoruz. Çağdaş trendlerle beraber kültürel mirasın birarada kullanıldığı projeleri çok beğeniyorum. Fakat her zaman bu şanssız olmayabiliyor. Ya müşteriden ya da projenin kendi konseptinden dolayı bunu kombine edemeyebiliyorsunuz. Dünyadaki trendleri incelerken de görüyorum ki Türkiye'de de, yeni bir söz söyleyebilecek projeler çıkabiliyor.

