

Otel değil, airbnb de değil yeni bir konaklama modeli

Tomtom Mahallesi projesiyle tanıdığımız Hakan Kodal bir süredir Lizbon'da yeni bir konaklama modelini hayata geçiriyor. Londra, Madrid, Milano ve Atina'da projelere başlayan Kodal, bu yeni modeli anlattı

ELİF ERGU
elif@gazeteoksijen.com

Hakan Kodal Beyoğlu'ndaki Tomtom projesiyle dikkat çekti, bu projenin ardından Lizbon'a gitti ve orada bin 500 turizm konutu oluşturarak, Portekiz'de alanında lider oldu. Ortaklarıyla birlikte kurduğu yeni kısa vadeli turizm konutu modeli Lizbon'dan dünyaya yayılıyor. Hakan Kodal ile bu yeni modeli konuştuk.

Öncelikle Krea oluşumunu anlatır mısınız?

Krea, 2006 yılında Yapı Kredi Koray GYO'nun genel müdürlüğünden ayrılıp Merrill Lynch ile birlikte ortak kurduğumuz Bosphorus Gayrimenkul Yatırım Fonu ile eşzamanlı kuruldu. 200 milyon dolar sermaye ile kurduğumuz fonun yatırımcıları arasında Singapur hükümetinin yatırım fonu ile birlikte 11 yabancı aile ofisi vardı. Merrill Lynch'in Bank of America ile birleşmesi ve sonrasında Türkiye'ye yabancı yatırımcıların ilgisinin azalması ile birlikte 2013'te ortaklıktan ayrıldık.

Tomtom hayali devam ediyor

Tomtom Mahallesi ile başlayan süreç nasıl gelişti büyüdü?
Merrill Lynch ile ortaklığımızın

sona ermesi sürecinde 2012 yılında Krea olarak Beyoğlu'nda Tomtom Mahallesi'ne yatırım yaptık. Tomtom Gardens ve ardından 17 binaya ulaşan projemiz ile birçok ödül aldık. Tomtom Kırmızı Bina'mızda, Tasarım Tomtom Sokakta, Step İstanbul gibi bir sürü tasarım, sanat etkinliğine ev sahipliği yaptık. Tomtom Mahallesi'nin Avrupa çapında bir tasarım mahallesine dönüşmesinin hayalini kurmuştuk. Hayalimiz devam ediyor. Bugün Ando Living markamızın Türkiye'deki ilk club house binası da Tomtom'da yer alacak.

Yurtdışına açılma fikri nasıl oluştu? Neden Lizbon?

2013'ten itibaren Beyoğlu'nun geçirdiği o sıkıntılı süreç sonrasında yatırımcılarımızın yurtdışına kayması bizi de yurtdışında yeni arayışlara yöneltti. 2016 yılında ilk kez gittiğimde Lizbon henüz keşfedilmemiş bir Avrupa kentiydi. 1 ayda anlaştık, 3'üncü ayda ilk iki projemizi satışa çıkarmıştık.

Orada neler yaptınız?

Ortaklarımız 2015 yılında bireysel airbnb yönetimini yapan lovelystay.com adında bir proptech şirketi kurmuşlardı. Onlarla 2019'da Ando Living markasını kurduk.

Markalı ve markasız bin 500 turizm konutu ile Portekiz'de lider konumundayız. Yeni imzaladıklarımızla beraber 2 bin 500 konuta çıkıyoruz.

Airbnb ile farkı nedir?
Airbnb ile bireysel dairelerde



başlayan kısa vadeli konaklama işi, organize turizm konutları sayesinde bugün farklı bir boyuta gelmiş durumda. Turizm konutlarının bireysel airbnb'den temel farkı kalitesinin yanı sıra lisansa dayalı, kayıt altında ve denetime tabi olmaları. Turizm konutları dünyanın birçok gelişmiş ülkesinde, artık farklı binalardaki bireysel daireler yerine, bina bütünü bazında lisansa bağlı bir konaklama tesisi türü haline geldi.

Golden visa'ya hak sağlayan fon

Pandemi tetikleyici mi oldu?
Pandemi sonrasında özellikle online siteler veya uygulamalar ile birlikte yemek dahil her şeyi eve

sipariş edebilme, restoran rezervasyonu yapma, blogger'ların seyahat tavsiyelerini takip etme ve evden çalışabilme sayesinde modern gezginlerin de tercihleri değişti, dairelerde konaklamada talebinde önemli bir artış yaşandı. Oteller batma noktasına gelirken biz 2020 yılını yüzde 78 doluluk oranı ile kapadık ve sonrasında büyümeye karar verdik.

Türklerin Portekiz'e ilgisi nasıl?

Türklerin ilgisi golden visa ile başladı, bugün 2 bin 200 Türk Portekiz'de yaşıyor. İş yatırımları da var. Yıldırım Holding, Global ve OYAK'ın ardından Portekiz'deki en büyük Türk ortaklı Yatırımcı Optylon Krea. Sadece bizim yönettiğimiz fonlarda 250 civarında Türk yatırımcı var.

Müşteri portföyünüzden söz eder misiniz?

Golden visa'ya hak sağlayan yatırım fonunu 2018'de ilk biz çıkardık; bize "Bunlar deli, bu iş olmaz" dediler. Zira golden visa'nın tamamının gayrimenkul yolu ile yapıldığı ve komisyon ile çalışan bir pazarda arı kovanına çomak sokmuştuk. Portekiz hükümeti gayrimenkul yolu ile golden visa alımını kapatıp, sadece yatırım fonları yolunu açık bıraktı. Biz bu süreçte 200 milyon euro sermaye ile yatırım fonlarında pazar lideri olduk. Bugün 40 ülkeden 600'ün üzerinde yatırımcımız var. 3 ülkede bin 500'ün üzerinde müşterimiz oldu. Türklere sonra en çok müşterimiz Amerika, Brezilya ve Hong Kong'dan.

Portekiz dışında sırada nereler var? Sırada Türkiye veya yurtdışında hangi projeler var?

Alanımızda Avrupa'da lider olmayı hedefliyoruz. 2028'e kadar 8 ülkeye girmeyi, toplam 5 bin daireye ve 300 milyon euro ciroya ulaşmayı hedefliyoruz. Bu amaçla bugüne kadar toplam 75 milyon euro'luk yatırım almış durumdayız, ilave 75 milyon euro daha yatırım almak üzere görüşmelerimiz devam ediyor. Lizbon ve Porto'nun ardından İstanbul, Madrid ve Londra'ya girdik. Sırada Atina ve Milano var. Türkiye'de de büyüyeceğiz ancak turizm konutu yasasındaki değişikliği bekliyoruz. Avrupa'da olduğu gibi bina bütününde lisans alınması mümkün olursa bu sektör Türkiye'de de gelişir ve kurumsallaşır. •

Otel niteliğindeki binalarda daire fırsatı
Ando Living, mahalle bazında birçok binadan oluşan, merkezinde ise restoran, bar, mağaza ve sosyal tesislere sahip club house binalarının bulunduğu yeni bir kısa vadeli konaklama modeli. Avrupa'da uluslararası 20 kentte, modern gezginlerin tercih edeceği, kendilerini turist gibi hissetmeyecekleri, mahalle ile bütünleşen bir konaklama markası olma yolunda ilerliyor. Bugün Portekiz'de Lizbon, Porto, Vila Viçosa, Melides, ardından İstanbul'da inşaatı veya planlaması devam eden 6 club house binasının yanı sıra önümüzdeki yaz Lizbon Caparica'da bir beach club açılışı planlanıyor. Bazı house veya club house binalarındaki daireler bireysel olarak yatırım için de satın alınabiliyor.

Azerbaycan'a günde 40 bin paket ürün

Trendyol, Azerbaycan'a bir yılda 30 milyonu aşkın Türkiye yapımı ürün gönderdi. 2028 yılı hedefi 1 milyar dolarlık ticaret hacmi

ZEYNEP ATMACA
zeynep@gazeteoksijen.com

Bakü'de bir gökdelenin 16'ncı katındaki, Hazar Denizi manzaralı ofisini kısa süre önce açmış Trendyol. Buradaki pazara girişi ise yeni değil, 1,5 yıl kadar oldu. Grubun CEO'su Erdem İnan "O günden bu yana ne kadar doğru bir karar verdiğimizizi gördük" diyor. Bu süreçte 2 milyon kişiye ulaşarak nüfusun yüzde 20'sine dokunma şansları olduğunu, Azerbaycan'ın en çok indirilen e-ticaret uygulaması haline geldiklerini belirtiyor: "Başladığımız günden itibaren 10 milyon siparişle 30 milyondan fazla 'Made in Türkiye' ürünü Azerbaycan müşterileriyle buluşturduk. Günde 40 bin paket Azerbaycan'a gidiyor, bu büyük bir gurur."

İnan, ülkenin güçlü şirketlerinden PASHA Holding'le beraber girdikleri pazarın potansiyelinin altını çiziyor. Azerbaycan'da e-ticaretin 2 milyar dolarlık bir hacmi var ve bunun altı yıl boyunca her yıl yüzde 13 büyüyeceği tahmin ediyor. Trendyol'un hedefi de 2028'e kadar yaklaşık 1 milyar dolarlık bir ticaret hacmi yaratmak.

İçine girdikleri pazarları dijital ekosisteme katkı sağlama gözüyle de değerlendiklerini anlatan Erdem İnan, Bakü ofisinin açılışının önemli bir dönüm noktası olduğunu, Türkiye'deki gibi bir influencer ekosistemi ortaya çıkardıkları



rını anlatıyor. Azerbaycan'da 5 bin influencer'dan oluşan bir ağ bu. Çeşitli eğitimler alan influencer'lar, Türkiye'den Bakü'ye gelerek etkinliklere katılan meslektaşlarının deneyimlerini de dinliyorlar.

Erdem İnan, Trendyol Group CEO'su Erdem İnan

kadar Trendyol'la dijitalleşen satıcıların 80 milyon adet ürününü yurtdışına taşıdiklarını söylüyor: "Teknolojilerimiz satıcılarımızın Ankara'ya İstanbul'a satar gibi Bakü'ye, Bükreşe satabilmelerini sağlıyor." İnan, 130 bin satıcının Trendyol ile ihracat yaptığını ve bunun da 90 binden fazlasının ilk kez Türkiye dışına satış yaptığı bilgisini de veriyor. Uzun vadede ise hedef net: EMEA bölgesi yani Avrupa-Orta Doğu-Afrika:

"Bu bölge İstanbul'a 5 saatlik uçuş mesafesinde. 500 milyon insan yaşıyor ve 4.2 trilyonluk bir pazar büyüklüğü söz konusu, dahası bu pazarın bir e-ticaret şampiyonu yok." •

Her pazarın karakteri başka

» **KÖRFEZ ÜLKELERİ** Alım gücü daha yüksek, Türk markalarının algısı daha yüksek. Fiyatlar bu durum göz önüne alınarak belirleniyor. Gönderim ücreti yaklaşık 80 dolar. Ortalama sepet 5 ürünü bulabiliyor. Şubat ayından itibaren mayo aramaları başlıyor. Çok büyük boy tencereler satılıyor.

» **AZERBAIJAN** Alım gücü Türkiye'ye yakın. Gönderim ücreti yaklaşık 30 dolar. Ortalama alışveriş sepetinde 2-2.5 ürün bulunuyor.

» **DOĞU AVRUPA** Markaların yurtdışında en çok satış yaptığı yerler burada. Lojistik açıdan bölgede ABD'li ya da Çinli rakiplere göre avantaj var, ürünler bir gecede Yunanistan'a kamyonla taşınabiliyor.

» **BATI AVRUPA** Beklentilerin çok yüksek olduğu bir pazar. Müşteri ürününü hemen ertesi gün eline almak istiyor. Fransa'da, İngiltere'de bir müşteri için onlarca alternatif var ve bu rekabet nedeniyle satıcı deneyimi beklentisi yükseliyor. Gönderim ücreti 60 dolar.

QNB

QNB'ye geçiyorum.

Uluslararası ağı ve uzmanlığı olan bankayı seçiyorum.



Elçin Sangu

qnb.com.tr