

# MEKCAN

art'i Mekan Dekorasyon & Mimarlık Dergisi

SAYI 73 OCAK - ŞUBAT 2019 · 14 TL ISSN 1307 - 1939

**Yeni  
başlayanlar  
için dekorasyon  
önerileri**

***Dört mevsim  
yaşanması  
evler***

**Dosya**

**Şapkadan mantar çıktı  
Yılın rengi "Canlı mercan"  
Bohemian Rhapsody**

**Maison & Objet Yılın Tasarımcısı  
Sebastian Herkner Röportajı**

**Fransız zarafetine övgü:  
Swan Cafe**

**Zaha Hadid'den  
çağının ötesinde bir otel**



# Tasarım ihtiyaçtan doğar

MSÜ Endüstriyel Tasarım Bölümü'nden 1985 yılında mezun olan Kenan Erdiç, 2002 yılında İç Mimarlık yüksek lisansını tamamlayarak meslek hayatına daha öğrenciyken dönemin popüler mimarlarından Bırsel Arzan'ın yanında başlamış. Mezun olduktan sonra uzun yıllar uluslararası Türk ve Alman firmalarında tasarım ve Ar-Ge bölümlerinde yönetici kademelerinde çalışmış ve RedDot ve IF ödüllerin sahibi olmuş. 2015 yılında kurmuş olduğu Broos Design Group'a ait Hollanda ve Almanya ofislerinde iç mimari, Bursa'daki ofisinde ise endüstriyel tasarım ve iç mimari çalışmalarını grup arkadaşları ile birlikte yürütüyor.

## Kendinizi tasarımcı olarak tek bir cümlede nasıl tanımlarsınız?

Genellikle yakın ve orta zamanlı planlama yapan, hedefleri aşama aşama planlanan gerçekçi bir yapıda tasarımlar gerçekleştiriyorum.

## Son 20 yılına dönüp baktığınızda tasarıma bakış açınız hangi açılardan değişti?

Sosyal yaşantım, hayat ile ilgili öngörülerim, dünya görüşüm, kısacası her şeyim değişti. Bu da tamamen mesleki hayatıma yansdı. Tasarım, çok yönlü bir disiplin. İyi bir tasarımcı hayallerinin ötesini görebilmeli, zihinsel kurgusunu geliştirmeli, iyi bir psikolog ve tabii ki iyi bir pazarlamacı olmalı.

## Sizce gelecek ve bugünün tasarım dünyası arasındaki en bariz farklar neler olacak?

Tasarımın geleceğini görmek için bugünden 25 yıl geriye meslek hayatımın başına hatta öğrencilik yıllarıma gitmek isterim. Biz üniversitede öğrenciyken bölümde üstü örtülü bir bilgisayar vardı. Bu bilgisayarda görsel sunum yaparlardı ancak bilgisayara dokunmak yasaktı. Her çalışma manuel olarak yapılırdı, ikinci el dergilerden İtalyanların yaptıkları çalışmaları takip ederdik, internet yoktu, Pinterest gibi tasarım odaklı araştırma siteleri yoktu. 25 yıldan bugüne yaşanan gelişmeler ve teknolojiler bize gelecekte de her şeyin çok daha hızlı bir şekilde gelişeceğini gösteriyor. Ancak tasarımın tüm teknolojilere rağmen insani bir tarafının olduğunu unutmamak gerekiyor.



## Tasarımlarınızı insan yaşamının genel akışı içinde nasıl bir yere yerleştiriyorsunuz?

Tasarım ihtiyaçtan doğar. İnsanoğlu daha rahat yemek yiyebilmek için çatal, bıçak tasarlamış; hava koşullarından korunmak için barınabileceği mekanlar tasarlamıştır. Benim tasarımlarım da insana, kullanım alanına ve ihtiyaçlara cevap verebilecek özelliklerde estetik, ergonomik, nitelikli ve fonksiyonel ürünler.

## Türk tasarım firmaları markalaşmakta neden sıkıntı çekiyor sizce?

Günümüzde gençler yaşamsal gelişimleri ve teknolojinin de desteği ile uluslararası tasarım dünyasına çok daha iyi entegre olsalar da aslında bizim temel problemimiz gerekli planlama ve tanıtımı yapamamaktan, gerekli vizyonu oluşturamamaktan ve markayı istenen niteliklere uygun yönetememekten kaynaklanıyor. Günümüzün en başarılı ülkelerinden Almanya ve Japonya'yı yakından defalarca inceleme fırsatı buldum, bu ülkelerin her konuda başarılı olmalarının temel sebebi planlamaya ve marka yönetimine verdikleri önem.



Hazırlayan: Aise Amet