

# BRIDGE

Ocak, 2022 / Sayı 16

**DENGE**  
DEĞERLEME





# Metaverse'de Arsa Değerleme

İlk makalemizde daha çok değer ve değeri oluşturan faktörler üzerinde durmuş, elimizden geldiğince konuyu anlamaya ve bir derinlik kazandırmaya çalışmıştık.

Bu noktada şu an için değer oluştuğunu kabul edersek, hangi değer esasının kullanılmasının doğru olacağı hususuna açıklık getirmek doğru olacaktır. Zira değer esası, değer tespitine konu unsurun içerisinde bulunduğu piyasa özellik ve koşulları ile değer tespitinde kullanılacak veri ve varsayımlar açısından belirleyici olmaktadır. Metaverse'de şu an için regüle bir piyasanın yanı sıra bilinçli bir alıcı ve bilinçli bir satıcı kitlesi bulunmadığından Pazar Değerinden bahsetmek oldukça zor. Çünkü her şeyden önce satın alınacak unsurun nasıl kullanılacağı, ne tür yararlar sağlayacağı vb. konular henüz açıklığa kavuşmuş değil. Örneğin bir arsa yatırımı yapmakla ne gibi bir yarar sağlanabilir? Üzerine konut inşa edilip satılabileceğini veya güzel bir iç dekorasyonla elinizde tutabileceğinizi düşünebilirsiniz. O takdirde yapılan yatırım ikinci bir ev açmak ve giderlerine katlanmak mı olacak? Bir taraftan ışınlanma ile gezegenler arasında seyrüsefer yapılabildiği ve uzay yaşamının deneyimlenebildiği bir ortamda, dünyadaki dört duvar arası yaşamı Metaverse'e taşımak beklentisiyle arsa almak ne kadar doğru zamanla göreceğiz.

Benzer şekilde belirli merkezlere yakın konumlanan ya da ana cadde üzerinde bulunan taşınmazlara yapılan yatırımlarda yaya trafiğinden ya da toplu taşıma araçları ile ulaşım kolaylığını düşünerek bir sinerji yaratılması mı umulacak bu dünyadaki gibi...

Öyle gözüküyor ki; sanal evrenin bu erken aşamasında, değer algısı yerine, sadece satıcı tarafından belirlenen fiyatlardan bahsetmek şuan için gerçekçi olacaktır.

Bu noktada yatırım kararının bir değer esası ile ilişkisinin kurulması söz konusu olacaksa bu biraz zorlama ile de olsa ancak Yatırım Değeri ile ifade edilebilir, kanaatimi paylaşmak isterim.

Zira Yatırım Değer Esasında değer tespiti hangi kişi, kurum ya da kuruluş için yapılıyorsa o kişi, kurum ya da kuruluşun içerisinde bulunduğu durum, risk algısı ve beklentileri esas alınarak yapılmakta. Böylece aynı taşınmazın alıcı konumundaki farklı gerçek kişi, kurum ya da kuruluşlar açısından ifade edeceği yatırım değeri beklenti ve risk algılarındaki farklılıklara göre değişiklik arz edebilecektir.

Öyle anlaşılıyor ki sanal arsanın bulunduğu bir sanal evrenin tasarlandığı ortamın sahip olduğu özellikler ve yetenekleri, arsanın değerinin oluşması, korunması ve ileriki dönemlerde olumlu yada olumsuz yönde değişim göstermesinde belirleyici etmenlerden olacak.



Arsa değerini belirleyeceğini öngördüğüm parametreler:

- Blokzincire dahil olan bir sanal evrende yer alıyor olması,
- Bulunduğu blokzincirin alt yapısının ilerleyen dönemde Metaverse'de yer alan diğer blokzincirler ile iletişimde bulunabilmesine imkan sağlayacak bir sanal evrende yer alması,
- Bulunduğu sanal evrenin etkin bir yönetim organizasyonuna sahip olması, kararların hızlı alınarak hayata geçirilebilmesi, yeniliklere adapte olunabilmesi,
- Sanal evrende faaliyet gösteren kişi, kurum ya da kuruluşlar arasında yatayda mal ve hizmet tanıtım, alım-satımına imkan sağlanması,
- Sanal evren ikliminin ilgiyi sürekli üzerine çekecek etkinliklerden beslenmesi,
- Bulunulan sanal ortamın siber güvenlik tehlikelerine karşı yeterli güvenlik altyapısına sahip olması olarak belirtilebilir.



Nezaket Akçakaya  
Esas Gayrimenkul  
Mülk Yönetim  
Direktörü



# AVM Perakende Ciro Endeksi %60,7 Arttı

Geride bıraktığımız 2 yılı pandeminin etkisi altında geçirdik. Birçok sektör gibi AVM'ler de pandemiden büyük ölçüde etkilendiler. Salgının ilk yılında küresel pandemiye tanımak, süreci ve etkilerini anlamak, bununla birlikte sağlık merkezinde çözüm ve çareler üretmeye odaklandık. Sağlığımızı korurken işlerimizi de devam ettirebilmeye yoğunlaştığımız bir dönem geçirdik. Bu süreçte artan iş birliği yaklaşımlarının yanı sıra özellikle kısıtlamaların arttırıldığı dönemlerde sağlanan devlet teşvikleri de önemliydi.

2021 yılının ilk yarısında ise kısıtlamalar tüm paydaşlarımızı olumsuz etkilese de alınan önlemlerin devamında artan açılanma oranlarının da etkisi ile yılın ikinci yarısında belli ölçülerde normalleşme sürecine girmiş olduk. Bu arada alışveriş merkezlerimizde aşılama sürecini ilk başlatan şirket olarak maksimum oranda destek verdik, vermeye de devam edeceğiz.

Alışveriş Merkezleri ve Yatırımcıları Derneği'nin AVM Perakende Ciro Endeksi'nin ekim ayı sonuçlarına baktığımızda, önceki yılın aynı ayına göre enflasyondan arındırılmamış toplam ciro değişiminin yüzde 60,7 oranında arttığını görüyoruz. Ekim 2021 verilerinde ziyaret sayısında ise önceki yılın aynı ayına göre yüzde 25'lik artış kaydediliyor. Yeniden sosyal hayatla buluşma ve ertelenmiş ihtiyaçların alışverişe dönüşmesi sektörümüzün sene başındaki kayıplarının nispeten giderilmesini sağladı. Önümüzdeki yıl da yine pandemi sürecinin etkileriyle ve sektör için olağan akışın dışındaki süreçlerin titizlikle yönetilmesi gereken bir yıl olacak. Esas Gayrimenkul olarak 2021 yılı "pandemiyle yaşama" ve uygun stratejilerle modeller geliştirerek kayıpları minimuma indirme odağıyla geçti. Gerçekleştirdiğimiz perakende optimizasyonu ile birlikte 2020 yılına göre bu yıl ziyaretçi giriş sayılarımızda %45'lik bir artış gerçekleştirdik. Bu yılın haziran ve temmuz aylarındaki cirolarımızı değerlendirdiğimizde ise 2019 yılına göre %103'lük artış yakaladığımızı görüyoruz. AVM'lerimizin doluluk oranları portföyümüzde yüzde 90'ın üzerinde seyrediyor. Normalleşmenin birinci adımını sağlık, ikinci adımını kiracı iş ortaklarımıza verdiğimiz destek oluşturdu. Esas Gayrimenkul olarak, toplam 11 AVM'mizde yıllık 50 milyonu aşkın misafir ağırlıyoruz, pandemi öncesi dönemde bu rakamın 60 milyon civarı olduğunu söyleyebiliriz.

Bu noktada hayatın devamlılığı için açılmanın devam etmesi ve tekrar kapanmaların yaşanmaması hepimizin ortak temennisidir. Kiralama planlarımıza eklenen başta sağlık odağına uygun yeni kategoriler ile birlikte önümüzdeki yıl sonu doluluk hedefimiz ise %95'tir.

**DENGE**  
DEĞERLEME



Serdar Ersoy  
DeFacto  
COO



DeFacto

# Covid Sonrası Perakende

Bütün bildiklerimizi unutmali miyiz yoksa unuttuklarimizi tekrar tekrar hatirlamali ve listemizin ilk sirasina mi koymaliyiz? Herkesin, hepimizin konustuğu şey Covid sonrası dünyanın değiştiği, tedarik zincirinin bozulduğu, ham madde fiyatlarının arttığı, e-ticaretin önem kazandığı ve artık eski dünyanın olmadığı şekildeydi. Bu listeyi uzatabiliriz. Evet yukarıdakiler oldu, gerçekten dünyamız belki de hiç mümkün değil dediğimiz şeyleri yaptığımız, uyguladığımız bir dünya oldu.

Yukarıda bahsettiğim konular, değişen dünya, perakende dinamikleri, sektörde konuştüğümüz radikal değişiklikler, e-ticaret, fiziksel mağazacılık, artan girdi maliyetleri, değişen çalışan beklentileri, bunların hepsi bize belki de unuttüğümüz bir şeyi, altın oyuncuyu yine hatırlattı; Müşteri... Kim önceliğine müşterisini aldıysa o hep kazandı ve hep kazanacak. Müşteri salgın çıktığında "Ben alışveriş yapmaya devam edeceğim" dedi, online alt yapısı güçlü olan, hazırlıklı olan kazandı. Sokağa çıkma yasakları son bulduğunda müşteri "Ben mağazaya da gideceğim, sosyalleşeceğim, mağazadan da alışveriş yapacağım" dediğinde salgın sonrası tedbirlerini alan, müşterisini tam teşekküllü bekleyen kazandı. Müşteri sonra "Ben ya online ya da offline'dan birini seçmek zorunda değilim. Hem online hem de offline mağazacılık hizmeti almak istiyorum" dedi. Salgın hafifler hafiflemez, sokağa çıkma yasakları kalkar kalkmaz, fiziksel mağazalarımızda daha önce görmediğimiz bir intikam alışverişi (Revenge Shopping) gördük. Aslında ben buna kendini iyi hissetme ya da yeniden normal hissetme alışverişi diyorum. Bu da bize fiziksel mağazacılığın hala eskisi kadar önemli olduğunu gösterdi.

DeFacto olarak müşterilerimiz bizim hep odağımızda oldu, yeni fikirler üretmek, bu fikirleri hayata geçirmekten hiç çekinmedik. Salgın başlamadan çok önce OmniChannel alt yapımıza yatırım yaptık. Online müşterilerimize mağaza stoklarını, offline müşterilerimize ise e-ticaret kanalımızdaki stokları açarak ürünlere ulaşılabilirliği artırdık. Siparişleri müşterilerimize daha hızlı ve tek seferde ulaştırabilmek için bölgesel Hub'lar - Dark Store'lar oluşturduk. İç kaynaklarımız ile yaptığımız akıllı algoritma yazılımları ile sipariş toplama hızımızı 5 katına çıkarttık. Offline müşterisinin mağazada bulamadığı ürünleri adresine ücretsiz gönderim, e-ticaretten verilen siparişleri mağazadan teslim etme seçenekleri ile çok kanallı sipariş ve teslimat yöntemleri oluşturduk. Mağazadan teslim alınan siparişleri SMS ve QR kod teslim seçenekleri ile müşterilerimize temassız teslimat yöntemleriyle sunuyoruz. Pay at Store (mağazadan öde) ile e-ticaret siparişlerimizin %35'ini mağazalardan yapıp, Click & Collect (Mağazadan teslim al) ile e-ticaret siparişlerinin %16,6'sını mağazalardan müşterilerimize teslim ettik. 2022 yılında da OmniChannel alt yapısına yatırım yapmaya devam ederek müşterilerimize dijital alışveriş deneyimleri yaşatmaya devam edeceğiz.

**DENGE**  
DEĞERLEME



Önümüzdeki dönem büyük veya küçük şirketlerin değil; geleceği önceden fark edebilen, dönüşüme yatırım yapan, değişen zamana ve şartlara hızlı adapte olabilenlerin yaşayacağı bir dünya olacak. Geleceği öngörmek kahinlerin işi. Biz perakende sektörü olarak yeni fikirler üretip onları denemeliyiz. Bu fikirleri deneyenleri takip etmeliyiz. Bugün Amerika'nın en büyük internet şirketi, fiziksel mağazalar açıyor, kuaför hizmeti veriyor, çalışan mekândan bağımsız bir şeyler üretmek istiyor, markalar gerçek zamanlı mağaza alışverişini artık mobile taşımış vaziyette, müşteri ürünü nereden ve nasıl tedarik ettiği bakıyor ve buna değer veriyor. Dolayısıyla ya değişimi yaratan olacağız ya değişimi takip eden olacağız. Eğer bu ikisini yapamıyorsak sürdürülebilir olamayız...

Covid bize çok iyi bildiğimiz bir şeyi unuttu dedi, o da küreselleşme. Bozulan tedarik zinciri, kapanan sınırlar, kalkamayan uçaklar, hareket edemeyen konteynerler, gemiler bize şunu öğretti; dışarıya ne kadar bağımlıyız, içeride ne kadarını üretebiliyoruz? Küreselleşme terse döndü ve ne kadar lokalize olabiliyorsan tedarik anlamında o kadar avantajlısın. Lokalize olmak her anlamda, üretim, istihdam, tedarik, lojistik vs.

Biz DeFacto olarak 2021 yılının ilk üç çeyreğini aşağıdaki rakamlarla tamamladık;

- Müşterilerimizin markamızı tavsiye etme oranını 16'dan 33 puana çıkarttık
- Online pazarda Q3 döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre 2 katına çıktık
- 2022 yılı sonunda yurt dışı kanalından gelen ciromuzun toplam ciroya oranını %45'in üzerine çıkarmayı ve milyar dolarlık ciro yapan şirketler grubuna girmeyi hedefliyoruz.

Son olarak McKinsey'nin Fashion 2022 adı altında hazırladığı raporda nelerin öne çıktığını paylaşmak istiyorum. McKinsey social shopping, metaverse mindset, product passport, talent crunch kavramlarından bahsediyor. Üzerine düşünülmesi, fikir fırtınası yapılması gereken konular.

Unutmayalım ki yeni fikirler üreten, deneyen ve değişime ayak uyduranın yaşayacağı bir dünyadayız, bu hep böyleydi...



Gülfem Sena Tandoğan  
İŞ GYO  
Genel Müdür  
Yardımcısı



# 2021 Sektörel Analizi ve Pandeminin Etkileri

2021 yılı bütün sektörler açısından belirsizliğin ve dengesizliğin hakim olduğu bir dönem oldu. Ancak ekonomik büyümede önemli bir role sahip olan inşaat ve gayrimenkul sektörleri piyasa koşullarındaki değişimlerden ve enflasyon, faiz seviyesi, kurun stabilizasyonu gibi ekonomik gelişmelerden en hızlı ve en fazla etkilenen sektörlerden biri oldu diyebiliriz. Özellikle yatırımcılar açısından fonlama maliyetlerinin bir süredir yüksek seviyelerde seyretmesi, tüketici açısından konut kredi faizlerinin yüksekliği ve bunun paralelinde alternatif getiri oranlarının yüksekliği gayrimenkul sektöründe gerek yatırım iştahını gerekse gayrimenkul talebini olumsuz yönde etkilemiştir.

2021, dövizde yaşanan yükselişin bir sonucu olarak inşaat malzemeleri maliyetlerinde yaşanan radikal artışın etkisiyle sektörde yeni proje yatırımlarının ve planlanan projelerin de ertelendiği bir yıl olmuştur. Proje geliştiricileri öncelikli olarak stok eritmeye yönelmiştir. Üreticiler üzerindeki maliyet baskısı fiyatlara yansımış ve hem kira hem konut satış değerlerinde artışlar kaydedilmiştir. Tüketicinin finansman maliyetlerinde faiz oranları nedeniyle gerçekleşen artış ve enflasyon etkisiyle de reel gelirdeki düşüş eğilimi de konut talebi üzerinde baskı oluşturmuştur.

2021 yılının ilk 11 ayında gerçekleşen konut satışı yıllık bazda %9,2 oranında daralmıştır. Aynı dönemde ipotekli satılan konut satış sayısı 2013'ten bu yana en düşük seviyede gerçekleşmiştir. Faiz oranlarındaki düşüşün konut kredisi faizlerine yansımamış olması sebebiyle 2021 yılındaki ipotekli satışlar son derece kısıtlı kalmıştır. Konut kredisi faiz oranlarında beklenen düşüşün gerçekleşmemesinin bir sonucu olarak kredi ile konut satın alımı yapmayı planlayan kitle, alım kararlarını ertelemiştir.

Geride bıraktığımız senede COVID-19 salgınının sektör üzerindeki olumsuz etkilerinin giderilmesi amacıyla çeşitli düzenlemeler yapılmış olsa da salgın nedeniyle uygulanan sosyal tedbirler ile tüketicilerin gelir ve harcama eğilimindeki değişimlere bağlı olarak özellikle perakende ve ofis sektöründe ciddi performans kayıpları yaşanmıştır.

Pandeminin etkisiyle konut alıcıları tarafından daha çok tercih edilmeye başlanan bahçeli, müstakil ve şehir merkezlerinden uzaktaki bölgeler, konut fiyat artışının en çok yaşandığı yerler olmuştur. Bunun yanı sıra normal şartlarda sezonluk olarak fiyat artışlarının gözlemlendiği sayfiye alanlarındaki evler ve ikincil evler (yazlık) pandemi sürecinde sezon dışında da kullanılmaya başlanması sebebiyle yıl geneline yayılan bir fiyat artışından etkilenmiştir.



Pandemi sürecinde ofis kullanım şekil ve alışkanlıklarının değişimi ile yeni çalışma modellerinin ortaya çıkışı ofis doluluk oranlarına ve kira ortalamalarına negatif yönde etki etmiştir. Birçok şirketin uzaktan çalışma düzenine geçmesiyle birlikte, kiracıların maliyetlerini düşürmek amacıyla mevcut ofis alanlarını kltmeleri ve/veya tamamen kapatmaları ya da daha az maliyetli lokasyonlara yönelmeleri gibi durumlar söz konusu olmuştur. Özellikle paylaşımlı ve hazır ofisler, hem maliyet tasarrufu hem de hızlı taşınma avantajı sebepleriyle yeni ofis alternatifleri arasında ne çıkmıştır.

Perakende pazarı açısından pandeminin önemli bir sonucu olarak e-ticaret hacmi ve online satışlarda ciddi bir ivme yakalanırken, fiziksel perakendecilik sosyal kısıtlamalardan derin biçimde etkilenmiştir. Alışveriş merkezlerinin ziyaretçi trafiği pandemi öncesindeki döneme göre ortalama %50-60 altında seyretmektedir. Salgınin etkisini göstermeye devam ettiği 2021 yılında finansal açıdan güçlü durumda olmayan pek çok markanın kapandığı/konkordato ilan ettiği görülmüştür. Bununla birlikte konkordato sürecine girmemiş, ancak mali krizde olan bir çok firmanın olduğu bilinmektedir.



# Pandemi Döneminde Almanya

**Martinus Kurth**  
Kenstone Real Estate Valuers  
Genel Müdür

**KENSTONE**  
REAL ESTATE VALUERS



Pandemi süreci, tüm dünya genelinde olduğu gibi Almanya üzerinde de etkilerini göstermeye devam ediyor. Almanya ticari gayrimenkul piyasasında 2020 yılına kadar olan dönemde 10 yılı aşkın bir süredir yükseliş yaşanırken, pandeminin etkisiyle bir durgunluk ve belirsizlik durumunun hakim olduğunu görüyoruz. Perakende sektörünün geçirmekte olduğu dijital dönüşüm süreci, özellikle cadde mağazacılığının ve alışveriş merkezlerinin aleyhine sonuçlar oluşturuyor.

Bu durumun sonucu olarak özellikle birincil lokasyonlarda kira değerlerinin güçlü bir baskı altında olduğunu görüyoruz.

Ticari gayrimenkullerin içinde bulunduğu belirsizlik nedeniyle, pandemi süreci öncesinde başlayarak, yatırımcıların odak noktasının bu varlık sınıflarından, özellikle perakende parklarına ve gıda sektöründeki anchor uygun mülklere doğru kaydığını görüyoruz. Sonuç olarak, ana cadde lokasyonlarında yer alan alışveriş merkezleri ve cadde mağazalarındaki ticari mülklerin getirileri 2020'de yükselirken, 2021'de ise büyük ölçüde sabit kaldı ve özel nitelikli piyasalar ve perakende parkları için getiri daralması devam etti.

Ofis piyasasını ele aldığımızda ise ilk 8 şehirdeki ofis piyasasının, 2020 yılına kadar boşluk oranlarının düşük olduğunu görüyoruz. Bu dönemde boşluk oranları ortalama %3'ün altına düştü ve uzun süredir yüksek boşluk oranları görülen Frankfurt ve Düsseldorf'ta bile, doluluk oranları 2020 yılına gelirken yavaş yavaş yükseldi. Pandemiyle beraber özellikle 2020 yılında ofis piyasasına olan yatırım ve özellikle kira talebi ciddi oranda darbe yedi. Boşluk oranları arttı, ancak efektif kiralar açıkça baskı altında olsa da nominal kiralar ve getiriler sabit kaldı. 2021 yılının ikinci yarısıyla birlikte özellikle kiralama piyasasında hafif bir toparlanma hissedildi. Bununla birlikte, mevcut pandemi durumunun ne gibi kısa vadeli etkilerinin olacağını göreceğiz. Orta vade için yanıtlanması gereken soru ise gelecekteki ofis çalışma ortamlarının nasıl olacağı ve ofis piyasasının uzun vadede demografik yapıdaki değişim nedeniyle azalan istihdam sayısına bağlı olarak daralan ofis talebine nasıl uyum sağlayacağı.

Konaklama sektörü ise pandemi öncesinde artan kârlılık ve olumlu makroekonomik koşullar nedeniyle krize oldukça sağlam bir şekilde girmiş olmasına karşın, pandemi sürecinden diğer sektörlerle kıyasla daha da fazla etkilendi. Temel performans göstergeleri düştü ve yaz aylarında küçük kıpırdanmalara rağmen henüz şimdiki kadar tam anlamıyla toparlanamadı. Konaklama sektörünün farklı unsurlarının ise faaliyet alanları ve konumlarına bağlı olarak birbirlerinden çok farklı şekilde etkilendiği görülüyor. Örneğin, tatil bölgelerindeki iç turizm odaklı oteller krizi oldukça iyi atlatırken, uluslararası ziyaretçilere ve iş ziyaretlerine yönelik çalışan şehir otelleri çok zorlandı.

**DENGE**  
DEĞERLEME



Almanya gayrimenkul emlak piyasası pandemiden şiddetli bir biçimde etkilenmiş olsa da daha detaylı incelendiğinde, pandeminin bir oyun değiştirici olarak değil, halihazırda devam etmekte olan veya en azından ortaya çıkmakta olan süreçler üzerinde hızlandırıcı bir faktör olarak etki ettiğini görüyoruz.

Bu durum özellikle de dijitalleşmenin getirdiği esneklik ve yeni piyasa koşullarında etkisini daha fazla gösteriyor. Ancak özellikle piyasada birbiriyle rekabet eden ticari gayrimenkuller mevcut olduğunda, gayrimenkulün sürdürülebilirliği konusunun da git gide daha fazla önem kazandığını ve bir rekabet avantajı haline gelmeye başladığını söyleyebiliriz.



**Damla Şener Akkaynak**  
SERA Group, CFO & YK Üyesi  
Yük. Endüstri Müh. MBA

**SERA**  
GROUP



# Pandeminin Getirdiği Olumlu ve Olumsuz Sonuçlar

İki senedir tüm dünyayı kasıp kavuran pandemi dönemi, bir yandan yıkım yaratırken bir yandan da çok farklı fırsatlar ortaya çıkardı. Eğitimde dijitalleşme, uzaktan çalışma ve geleneksel iş modellerinden dijitalleşmeye geçmek için platformlar yaratıldı.

Son iki yıldır daralma trendinde olan inşaat sektörü, mevcut projelerde alınan tedbirler ışığında; gecikmeler, iptaller, azalan gayrimenkul talebi ve ertelenen yatırımlar ile zor bir dönem geçirdi. Buna ek olarak pandemiye dayalı tedarik zincirindeki aksamalar işlerin planlarından sapmasına sebebiyet verdi. 2022 için ise aşılamanın yarattığı olumlu etkilerle ivmesini yukarı çevirmesini bekliyoruz. Bu beklenti ve iyimserliği olumsuz etkileyen bir konu ise gerek malzeme bazında, gerekse işçilikteki 2021 yılı son çeyreğinde görülen artışlardır. İnşaat endeksi, döviz kuruna bağlı olarak enflasyonun çok üzerine çıkmış, buna sebep olarak gerek kamu kurumlarına gerekse özel sektöre iş yapan pek çok firmanın bu artış karşısında beklentisi var olan sözleşmesel fiyat farkları haricinde ilave fiyat farkı verilmesi talepleri ciddi derecede doğmuştur. Örnek malzeme fiyatı vermek gerekirse; 2021 yılı başında ton başına 4.000 TL olan inşaat demiri, Aralık 2021 itibariyle 11.000 TL'ye ulaşmıştır. Keza yapısal çelik fiyatı, aynı dönemde 2.5 katına çıkmıştır.

Bir başka fırsat ise Türkiye'nin coğrafi konumunun sağladığı lojistik avantaj ile pandemi arası verilen yurt dışı projelerin, elimizdeki güçlü mühendislik ve teknik know-how'u ile tekrardan 2022'de pozitif açılım ile hareketleneceği yönündedir.

Salgın dönemlerine sadece 'yıkım' diye bakmamak lazım; 1665-1666 yıllarında baş gösteren 'Büyük Londra Vebası' sırasında modern bilim dünyasının dehası Isaac Newton 'yerçekimi kanununun temellerini' ortaya karantinada iken atmıştır. Mücadele ve kriz yönetimi ile geçen bu dönem de firmalara yeni kapılar, yeni sistemler geliştirmesi için olanak yaratmıştır.

**DENGE**  
DEĞERLEME



Ahmet Kasım Değerli  
CEO  
MAVEN



# Gayrimenkul En Güvenli Yatırım Aracı

Her manada çalkantılı bir seneyi geride bırakıyoruz. Pandemi etkilerinin devam ettiği, ekonomik değişkenliklerin yüksek olduğu, olumsuz gibi görünen bir senede, yerli yatırımcı için gayrimenkulün en güvenli yatırım araçlarından biri olduğunun tekrar ispatlandığını düşünüyorum. Markalı konutların neredeyse tüm ürünlerini sattığı, kiralardan 2 katından fazla arttığı, gayrimenkul piyasası için çok hareketli bir yılı geride bırakıyoruz. İstanbul'da gayrimenkul fiyatlarının dolar bazında yaklaşık %15 değerlendiği bir yılda, yerli yatırımcılarımızın global bazda iyi bir getiri sağladığını gördük.

Ülkemize döviz getiren önemli ihracat kalemleri arasında olan 'yabancıya gayrimenkul satışı' konusunda çok iyi bir yıl geçirdik. Yabancıya konut satışı, yıl sonundaki 50 bin konutluk satış adedini aşma hedefini, 11 ayda 50 bin 735'e ulaşılarak yakaladı.

Uluslararası gayrimenkul yatırımlarını güçlendirmek, bu alandaki sektör beklentilerini ulusal ve uluslararası platformlarda karşılamak ve yabancıya mülk satışında referans olan bir sivil toplum kuruluşu olmak amacıyla yaklaşık 2 yıldır faaliyet gösteren Gayrimenkul Yurt Dışı Tanıtım Derneği (GİGDER), 2022'ye bir dizi yeni atılımla girmeye hazırlanıyor. GİGDER Sertifikasyon ve Eğitim Komite Başkanı olarak hazırladığım Stratejik Eylem Planımız kapsamında akademi kurarak; 5 yılda 5 bin sertifikalı uluslararası gayrimenkul uzmanı yetiştirmekten Uzakdoğu ve Afrika gibi Türkiye için yeni pazarlara girme stratejisine, gayrimenkul ihracat merkezleri ve uyumsuzluk çözüm merkezi kurmaya kadar, sektörümüze katkı sunacak pek çok adımı tek tek hayata geçirmek için yola çıktık. 2022 bu minvalde 2021 yılında startını verdiğimiz çalışmalarımızın meyvelerini almaya başladığımız bir yıl olacak.

**DENGE**  
DEĞERLEME





Cevizli Mah. Tugay Yolu Cad. No: 20 Ofisim İstanbul B Blok

No: 33-34-35-37 Maltepe 34846 İstanbul - TR

T +90 216 369 9669 • [info@dengedegerleme.com](mailto:info@dengedegerleme.com)

[dengedegerleme.com](http://dengedegerleme.com)

**DENGE**  
DEĞERLEME