

PORTFOLYO

OCAK-ŞUBAT 2005

Sayı: 13

Yıl: 3

Fiyatı: 8,00-YTL / 8.000.000-TL

Y A P I T A S A R I M Y A Ş A M



Boran Ekinci Mimarlık

Ece Marina
Esit İdare Binası
ODTÜ Ar-Ge Binası
Kozyatağı Kozken Konutları



Hüseyin Bütüner, Hilmi Güner

Boston Scientific Ofis Yapısı



Bir Kampus-Kent Örneği:

Kuzey Carolina Devlet Üniversitesi Kampusu



İTÜ ve Coburg Üniversitesi'nin Ortak Çalışması:

Almanya'da İçmimarlık Konulu Etkinlik



Fuar Stand Tasarımına Bir Bakış: Demirden Tasarım



Demirden Tasarım

Cebit Bilişim Eurasia 2004 Fuarı Nokia Standı

Konum: Cebit Bilişim Eurasia 2004 Fuarı, İstanbul
Tasarım Ekibi: Mehtap Obuz, Sema Obuz, Demir Obuz,
Nil Deniz, Alptekin Başkır
Kullanım Alanı: 450 m²
Açılış Tarihi: 31. 8. 2004
İşveren: Nokia
Fotoğraflar: Oğuz Meriç

Cebit Bilişim Eurasia 2004 Fuarı'nda Nokia standının tasarım ve uygulamasını Demirden Tasarım olarak, 4.5 aylık bir çalışmayla tamamladık. 450 m² taban alanlı standın montajı yedi gün sürdü.

Tasarımın ilk genel karakterini, 15 günlük yoğun bir çalışma programıyla geliştirdiğimiz dört ayrı taslak içerisinde seçtik. Tasarım, ilk karakterini koruyarak, üç aşamada gelişerek son şeklini aldı. Bu tasarım süreci 45 gün kadar sürdü.

Fuar stand tasarımının alışılmadık, ancak panayır edasıyla bağımsız, etkileyici bir dile sahip olması gerekir. Nokia brifinde de aranan bu denge, birçok unsuru içeriyordu; Nokia global marka değerlerini taşıması, güven vermesi, yalın, samimi ve Nokia'nın geliştirdiği kavramlar için anlatımcı bir dile sahip olması.

Ana fikrin bu dengeler için geliştirdiği iki çözüm vardı. Birincisi tasarımın yalınlığını, dinamik formların ritmik tekrarıyla sağlamaktı. Böylece yalın, ancak sıkıcı olmayan, enerji dolu ve bir bütün olarak algılanabilen genel yapıyı tanımladık. Oluşan bu genel yapı Nokia kurumsal kimliğinin bizim tarafımızdan yapılmış bir yorumuydu. İkinci çözümümüz, standın alışılmadık ve heyecan veren yönünü, beyaz bir kabukla sarılmış mekanlarının içerisinde, herbiri diğerinden farklı algı odalarında oluşturmaktı. Bu strateji bize



Ürün sergileme birimleri

tasarım deneyimleri kurgulama olanağını verdi. Standın fuar alanındaki konumundan referansla plandaki yerini bulan iki katlı yapı, toplantı odası, mutfak gibi altı ayrı işlevsel mekanı kapsıyordu. Böylece stand alanının büyük bir bölümünü ürünlerin sergilendiği temalar alanı olarak kullanabildik.



Stand cephe görünümü

Nokia'nın değişik yaşam tarzlarına göre kategorize ettiği ürünlerin, sergilendikleri mekanlarla bütünleşmeleri amaçlandı. Kategorilerin birbirlerinden ayrıştırılmaları ve kendi içlerinde farklı birer atmosfer yaratmaları için altı farklı ürün kategorisi için altı farklı mekan / birim oluşturuldu. Her mekan, konseptlerine uygun renkli elemanlarla zenginleştirildi. Aynı uyum içerisindeki renkli zemin folyoları hem birimlerin kimliklerini ve alanlarını tanımlıyor, hem de dışarıdaki ziyaretçilere birimler hakkında küçük ipuçları veriyordu.

Mekanlar, telefonların kategorilerini sembolize eden renk, imaj ve objelerle tasarlanırken aslında oluşturulan, insanların ilgi alanlarına göndermeler yapan, kendi yaşam felsefelerinin, buldukları duygu ve ürünle buluşturulmasıdır. Böylece standı giren ziyaretçiler kendi tarzlarına buldukları odalara önce odaklanırlar. Sonra bu tarzın telefonları ile buluşurlar.

Kendini hissettiği odaya giren herkesin algısında bir rahatlama ortamı oluşur ve günlük hayatının içinde sıkça kullanacağı bir tasarım ürününü de kendisiyle rahatlıkla özdeşleştirebilir.

Aktif bölümünde sportif, doğayla iç içe yaşayan, zor koşullara dayanıklı kullanıcılara yönelik geliştirilmiş ürünler sergilendi. Bu ürünler doğayı sembolize eden, stilize edilmiş yeşil dev yaprakların üzerinde yer alıyorlardı.



Stand görünümü

"Imaging" bölümünün ürünleriyse ağırlıklı olarak fotoğraf çekme özellikleri yüksek olan telefonlardan oluşuyordu. Mekan çeşitli yükseklik ve boyuttaki aynalardan oluşmaktaydı. Kendimizi ve bulunduğumuz ortamdaki herşeyin farklı açılardan yansımalarını gördüğümüz bu ortam simgesel olarak bize görülecek ve bakılacak ne kadar çok kare olduğunu anlatır. "Image" her yerdedir, görmekle ilgilidir. Fotoğraflar gördüğümüz şeylerin birer yansımalarıdır.



Fotoğraf çekme özellikleri yüksek olan telefonların sergilendiği bölüm

"Expression" bölümünde, fuşya renkli bir mekanda, ışıltılı, renkli bir hayatın izlenimiyle ürünler sergilendi. Kendi içindeki yaratıcılığı ortaya çıkarmanın, kendini ifade etmenin yollarından biri de müziktir. Bu bölümde stilize edilmiş müzik aletlerinden oluşturulan bir sergi birimi ve bu birimlerin çevrelediği sahne-show alanı oluşturulmuştur. Bu bölüm aynı zamanda stand süresince yapılacak aktivite ve konserler için tasarlanmıştır. "Fashion" bölümündeyse zarif, ışıklı bir vitrin anlatım elemanımızdı. Her mekan kendi hikayesini anlatarak, sergilediği telefonların duygularını temsil etmesi için tasarlandı.

Montaj sürecinde 25 kişilik bir ekip görev aldı. Standın yapımında, kağıt (Drop paper), kumaş (smoke out, drop net), akrilik, ahşap (kontrplak, mdf, sunta, suntalem) ve metal gibi çok farklı malzemeler birarada kullanıldı.



Doğa bölümü giriş görünümü



Doğa sporlarına yönelik ürünlerin sergilendiği stilize yapraklar



İş yaşamına yönelik ürünlerin sergilendiği çalışma masası

Birmingham KBB 2004 Fuarı Topravit Standı

Konum: Birmingham KBB 2004 Fuarı
Tasarım Ekibi: Mehtap Obuz, Sema Obuz, Demir Obuz,
Alptekin Başkır
Kullanım Alanı: 108 m²
Açılış Tarihi: 18. 1. 2004
İşveren: Toprak Seramik
Fotoğraflar: Kinson Chan

Toprak Seramik'in bu standı, İngiltere pazarına Topravit markası altında geliştirdiği vitrikiye ürünleri için tasarlandı. "Elegance Bathroom Collection" olarak adlandırılan bu koleksiyon lavabo, banyo setlerinden oluşmakta olup, amaç olgun ve tecrübeli kurumsal firma ile doğal ve hijyen içerikli ürünler arasında doğru ilişkiyi kuran bir stand tasarlamaktı.

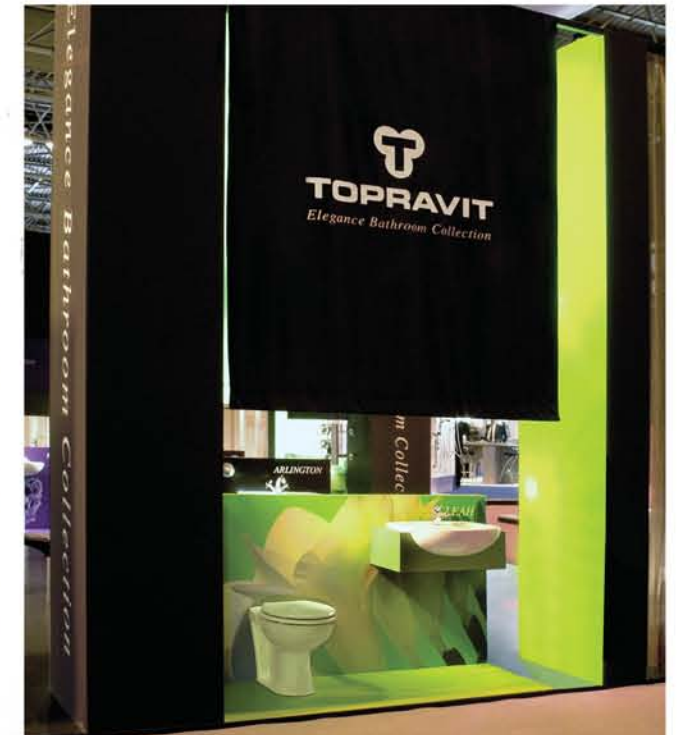
Standın yerleşim yapısı gereği koridora açık olan üç cephesinde ürünlerin vitrin niteliğinde sergilenmesi tasarlandı ve iç mekanda bu vitrinler aynı paralelde tekrar edildi. Ziyaretçiler ürünleri her iki yüzde de izleyebiliyordu. Standın tek kapalı duvar yüzeyine toplantı, depo, bar bankosu yerleştirildi. Standın merkezinde oluşan iç avlu cafe olarak değerlendirildi.

Standın cephesini oluşturan genel yapı, antrasit ve koyu kahverengi bir arka plan olarak değerlendirildi. Bu renk standı istediğimiz olgun ve ağırbaşlı kişiliği kazandırdı.

Beyaz renkli vitrikiye ürünlerin sergilendikleri vitrinler çiçek imajları ve bu çiçeklerin renklerinden referans alan zemin renkleri ile kaplandı. Ürünlere verilen spot aydınlatmalarla, ziyaretçinin ilgi odağının bu alanlar üzerinde yoğunlaşması sağlandı.

Önemli detaylardan biri, genel yapı içerisinde yer alan vitrinlerin üzerine gelen bölümlerin tekstile dönüşmesidir. Bu tekstil, dış yüzünde standın ana renginde, iç yüzünde vitrinin çiçek renginde üretilmiştir. Ara bağlantılarda füme - kahverengi yarı transparan tüller hem sıcak bir atmosfer oluşturuyor hem de standın iç mekanı ile dış koridor arasında bağlantı sağlıyordu.

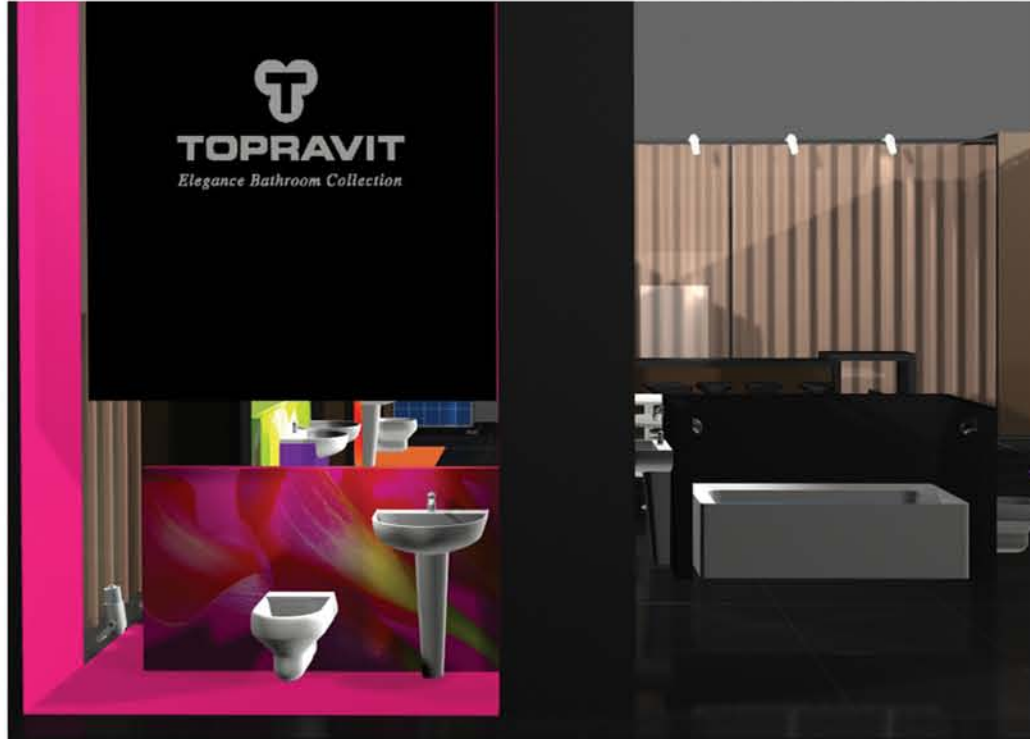
Standın orta avlusunda yer alan cafe ve ziyaretçilerin ağırlandığı bölüm ana girişten kolaylıkla algılanmaktaydı.



Cephe vitrini



Stand cephe görünümü



Üç boyutlu perspektif cephe ve vitrin

Unicera 2004 Uluslararası Seramik ve Banyo Fuarı Kütahya Seramik Standı

Konum: Unicera 2004 Uluslararası Seramik ve Banyo Fuarı, İstanbul
Tasarım Ekibi: Mehtap Obuz, Sema Obuz, Demir Obuz,
Alptekin Başkır
Kullanım Alanı: 480 m²
Açılış Tarihi: 6. 4. 2004
İşveren: Kütahya Seramik
Fotoğraflar: Muammer Yanmaz

Seramik üretimi Türkiye'de en eski teknolojilerden biridir. Kütahya A.Ş. de en eski aile şirketlerinden biri olarak seramiğin merkezi olan Kütahya şehrinde yer almaktadır.

Bu standın hedefi geleneksel ve köklü bir geçmişe sahip olan Kütahya'nın 21. yüzyılda bu birikimiyle beraber modern ve tasarım odaklı bir firmaya geçişini anlatmasıdır.

Standın ana yapısını oluşturan prizma formu yapılar bu güçlü imajı yapısal olarak ifade etmenin en iyi yolu olarak seçildi. Aynı aks üzerinde üç ayrı prizma formu yapı, aynı çatı altındaki iki ayrı firma ve ortak kullanım alanı için tasarlandı.

Yapıların mavi - gri boyalı dış cephelelerinde dijital baskı yöntemi ile basılmış sabun köpüğü balonları kullanıldı. Bu yapılar üzerinde uçan köpük balonları - temiz ile beraber modern - yeni banyo çağrışımlarını yaparken, aynı zamanda bu güçlü formları hafifletiyorlardı.



Stand cephe görünümü

Standın içinde bu dairesel imajlar üç boyutlu formda yukarıdan sarkıtılmış küresel aydınlatma sistemi olarak devam etti.

Ziyaretçiler prizma yapıların standı giriş noktalarını oluşturan aksın bir ucundan baktığında stand boyunca bu küresel ışıkların doldurduğu bir manzara görüyorlardı. Bu ışıklı ve cazip görüntü ziyaretçiyi standın içine davet etmektedir.

Tüm ürünler prizma yapıların iç duvarlarında doğrusal bir sıralamada yalın bir sergileme ile gösterilmektedir.

Sergilemelerin yapıldığı yapıların, iç üst çeperlerinde iki ayrı yatay renk bantı kullanılmıştır. "Drop paper" malzemeden yapılan bantlar hemen altlarında yer alan ürün grup isimlerini açıklamak için kullanılmış ve daha önemlisi firmaları ayırtan bir renk kodlaması olarak kullanılmıştır.

Cafe mekanındaysa suyu stilize eden çizgisel grafik, orta yapının üst kısmını tamamlarken; renkli bantlar aynı düzlemde yer alarak üç yapıda eşdeğer biçimsel bütünlüğü sağlamıştır. Çizgisel grafik için seçilen delikli "mesh" malzeme ile cafe üst katında misafirlerin stand alanını görmeleri sağlanmıştır.



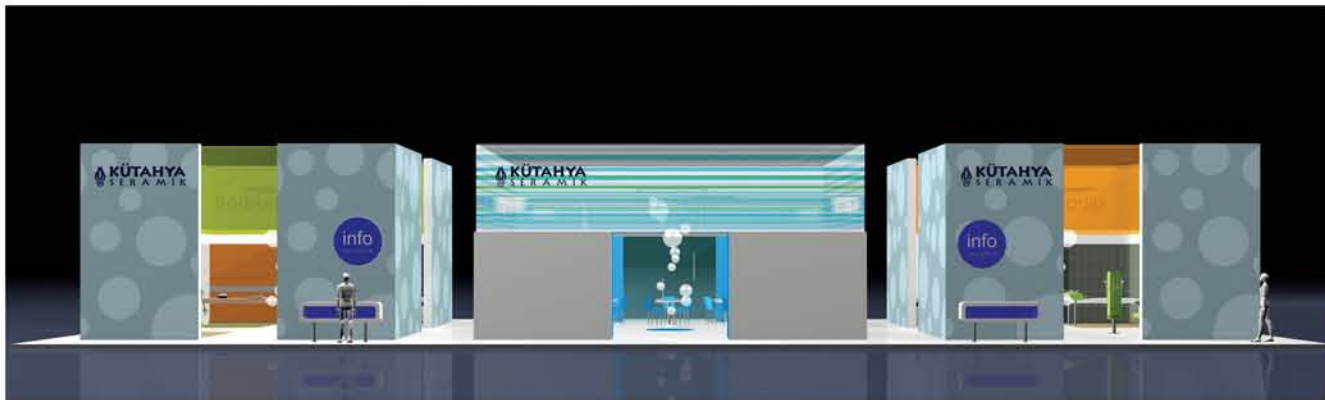
Koridor seramik sergi panoları



Armatür sergileme birimi



Küresel aydınlatmalar



Üç boyutlu perspektif cephe

Unicera 2003 Uluslararası Seramik ve Banyo Fuarı Toprak Seramik Standı

Konum: Unicera 2003 Uluslararası Seramik ve Banyo Fuarı, İstanbul
 Tasarım Ekibi: Mehtap Obuz, Sema Obuz, Demir Obuz,
 Eralp Doğan
 Kullanım Alanı: 319 m²
 Açılış Tarihi: 1. 4. 2003
 İşveren: Toprak Seramik
 Fotoğraflar: Kutup Dalgakıran

İlk kez 2002 yılında kurduğumuz bu standın ilk tasarım fikri modern kent kavramıdır. Toprak Seramik o yıl kentsel çevre için gelişen bir ürün olan porselen seramik karolarını sergiliyordu.

Dinamik formların biraraya gelmesiyle oluşturulan sembolik kent yapıları ve ara koridorlarla birlikte stand alanı bir kent meydanı olarak tasarlandı.

Yarı kapalı formlarıyla ziyaretçilerde merak uyandıran bu yapılar eşdeğer biçimleriyle standın bir bütün olarak algılanmasında istediğimiz rahat etkiyi sağladı.



Üç boyutlu perspektif genel görünüm



Stand iç mekan görünümü

Kentte bahar konsepti, sergilenen vitrinler ve karolarla bir bağ kuracak şekilde, kent yapılarını sembolize eden konstrüksiyonların yarı transparan bölümleri de çiçek ve bitki imajları ile kaplandı.

Kent meydanı olarak düşünülen merkezi alan, oturma gruplarının da bulunduğu bir park meydanına dönüştürüldü. Bu alan dijital baskı çiçekli birimleri ve yeşil çim alanı ile ziyaretçilere bu duyguyu verirken yeni vitrinlerin de tanıtım alanını oluşturmaktaydı.

ITU World Telekom 2003 Fuarı Türkiye Ulusal Standı

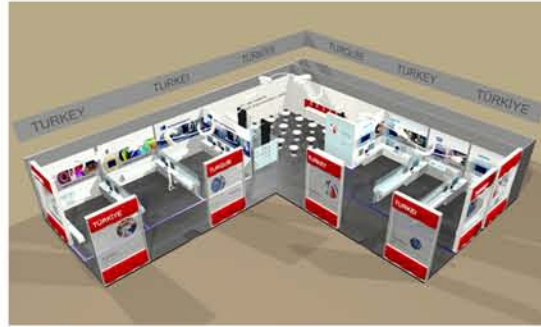
Konum: ITU World Telekom 2003, Cenevre
Tasarım Ekibi: Mehtap Obuz, Sema Obuz, Demir Obuz,
Alptekin Başkır
Kullanım Alanı: 450 m²
Açılış Tarihi: 12. 10. 2003
İşveren: Türk Telekom
Fotoğraflar: Mehtap Obuz

Global iletişim endüstrisinin en önemli buluşma yeri olarak kabul edilen ve konusunda dünyanın en önemli fuarı olarak adlandırılan ITU Telecom World İsviçre'nin Cenevre kentinde düzenlenmektedir. Fuarı Birleşmiş Milletler'e bağlı çalışan Uluslararası Telekomünikasyon Birliği organize etmekte ve büyük teknoloji firmalarıyla beraber ulusal düzeyde katılım olmaktadır.

Tasarıma ilişkin brifingün temel cümlesi "standda Türkiye'nin ileri teknoloji kullanımı ve üretiminde geldiği nokta ile ülkemizin imajının çağdaş bir biçimde yansıtılması"ydı. Tabii bununla eşzamanlı olarak konsorsiyumu oluşturan altı firmanın da etkili şekilde tanıtılması gerekiyordu. Tasarımımızı, 401 m² alan içerisinde ulusal çağdaş imajın, teknolojik birikimin ve altı katılımcı firmanın da kurumsal kimliklerinin doğru ifade edilmesi belirledi.

Genel stand konseptimiz; Türkiye'nin tarihsel ve kültürel değerleri ile ülkenin teknoloji - iletişim dünyası tanımlarını doğru tasarım elemanlarına dönüştürebilmektir. Ulusal simge çağrışımını yaparak standda ilgi odaklayacak enstrüman olarak; ay formulu değişik boyut ve yönlerde tasarladığımız aydınlatma sistemi kullanıldı. Fuar merkezi tavanından askı sistemiyle taşınan bu aydınlatma sistemi standın ilgi çeken enstalasyon birimidir.

Öncelikle kültürel ve tarihsel sembollerimizi ziyaretçilerle iletişim kurma aracı olarak kullandık. Amacımız, dünyada da tanınan bu sembollerini kullanarak ilk görsel iletişimi kurabilmektir. Bu simgeleri dilini kurguladık; sonra Türkiye Cumhuriyeti'nin dinamik, gelişen yapısını, kurumsal kimliğinin içinde bulunduğu öğelerle birlikte yalın bir mimari tasarladık.



Üç boyutlu perspektif genel görünüm



Stand cephe görünümü



Ulusal simge çağrışımı için tasarlanan ay formulu aydınlatma sistemi

Cephemizde kırmızı kadife döşemeli paneller ve transparan beyaz tüller kullanıldı. Tasarımın en başında belirlenen kırmızı döşemeli paneller, standın Osmanlı kültürüne gönderme yapan tasarım elemanlarıydı. Cephede transparanlığı sağlamak için seçilen tüllerin üzerindeyse dairesel formulu transparan dijital baskılarda Anadolu'da varolmuş medeniyetlerden imajlar özenli bir elemeyle seçilerek kullanıldı. Stand cephesinden içeriye girdiğimizdeyse gri ve beyazın tonlarının kullanılacağı, yine tasarımın konsept aşamasında kararlaştırılmıştı. Böylelikle firmalara kurumsal kimliklerini ifade edecek karmaşasız bir ortam ve teknolojik anlatım için gerekli görsel altyapı sağlanmış olacaktı.

Standın iç alanındaysa antrasit renk yer kaplamaları, firmaları birbirinden ayıran cam bölme duvarlar, zeminde yer alan mavi akrilik ışık bantı, Anadolu mimarisi geometrik motiflerinin dairesel modern yorumunun yapıldığı cam panelli toplantı odaları, kırmızı, antrasit ve beyaz rengin hakim olduğu cafe bölümü ile tasarlandı.

Firmalara ait duvar yüzeylerindeyse her firmanın imajları ve mesajları kendi kurumsal kimlikleri gözönünde bulundurularak çalışıldı. Ancak bu çalışmayı yaparken önemle üzerinde durduğumuz, her firmanın hem kendi kurumsal kimlikleri ile sergilenmeleri, hem de standın tümünde ortak grafik bir dil yaratılmasıydı.



Üç boyutlu perspektifte stand duvarlarını oluşturan panellerin ilk yorumu

Cebit Bilişim Eurasia 2002 Fuarı Ericsson Standı

Konum: Cebit Bilişim Eurasia 2002 Fuarı, İstanbul
Tasarım Ekibi: Mehtap Obuz, Sema Obuz, Demir Obuz
Kullanım Alanı: 392 m²
Açılış Tarihi: 3. 9. 2002
İşveren: Ericsson Türkiye
Fotoğraflar: Kutup Dalgakıran

Ericsson 2002 fuar standı bir önceki yıl tasarımı ve uygulamasını yaptığımız standın genişleyen mekan ve yeni kavramlar ile yeniden yorumdur. Önceki standın konsepti olan "mobil iletişim dünyası" 2002 yılında da genişleyerek devam ediyordu.

Sirkülasyonun yoğun olduğu ziyaretçi koridorunu referans alan ve stand alanını kavrayan eğimli, fütürist yapı ögesi "lider firma Ericsson" mesajını vurgulamak amacıyla kullanıldı.

Bu ögenin yapısal sürekliliği bir önceki seneden farklı olarak, üst katta cafe, alt katta toplantı, depo gibi birimleri içinde bulunduran, bütünleyen bir yapı olarak tasarlandı. Mobil yaşam bölümü için transparan dijital baskılı grafikler ile tanımlanmış yeni bir birim tasarlandı.



Mobil yaşam bölümü



Cafe, toplantı, info ve depo birimlerini kavrayan yapı

Standda, Ericsson firması kurumsal kimliğinde kullandığımız farklılık, yapısal formlarda kullandığımız eğrisel formlardır. Aynı stand alanında kurduğumuz Sony Ericsson Standı ile biçimsel küçük dil birliğidir bu.

Standın genelinde kullanılan beyaz renk ile minimal, rahat bir algı ortamı yaratıldı. Firmanın canlı kurumsal renkleri, birimleri tanımlamada kullanılarak grafik fonksiyonellikleri artırıldı.

Ericsson kurum kimliğinin uluslararası dilini standın iki ve üç boyutlu tüm detaylarında yansıtmak proje konseptinin ana kriteriydi.

Cebit Bilişim Eurasia 2002 Fuarı Karel Standı

Konum: Cebit Bilişim Eurasia 2002 Fuarı, İstanbul
Tasarım Ekibi: Mehtap Obuz, Sema Obuz, Demir Obuz
Kullanım Alanı: 54 m²
Açılış Tarihi: 3. 9. 2002
İşveren: Karel Elektronik
Fotoğraflar: Kutup Dalgakıran



Stand iç mekan görünümü

Karel bu fuarda ürün tasarımı ve teknolojik çözümlerleriyle sektördeki yerini ve prestijini ifade etmek istemektedir.

Standın tasarım ana fikri, en temel formlardan biri olan dikdörtgen prizma profil formunu kendi başına yapısal enstrüman olarak kullanmaktır. Standın geniş koridorunu tamamen sınırlayan cesaretle yapı, vitrin olarak kullanılan transparan boşluklarıyla, stand iç alanının, dışıyla bağlantısını kurmaktaydı.

Bu form bize aynı zamanda firmanın teknolojik kabiliyetlerini tanımlamak için daha geniş bir tanıtım yüzeyi de sağladı. Karel'in kurumsal rengi yapının içinde ve dışında kullanılarak dikdörtgen prizma formunun daha net algılanması sağlanmış ve üzerinde kullanılan paralel mavi neon ışıklarla dinamik - teknolojik kurumsal etki pekiştirilmiştir.



Stand genel görünüm