

Kağıdın En Güzel Hali: Kağıthane



Yazal Kutluğ
ykutlug@gsuik.co



Cemre Baltalı
cbaltali@gsuik.co

Fransız Geçidi'nde, kahve kokuları içinde yürürken vitrininin büyüüne kapılıp uğramadan geçemeyeceğiniz, bir şey almadan çıkamayacağınız, Karaköy'ün bir tanecik Kağıthane'sinin, samimiyetiyle kalbimizi fetheden kurucusu Emine Tusavul'la Kağıthane-House of Papers üzerine...

Buradaki
hiçbir şeye
gereksiniminiz
yok ama
gördüğünüzde
hepsini
birden almak
isteyeceksiniz.





Perspective: İlk olarak neden kağıt? Kağıthane House of Paper markasını nasıl yarattınız, nasıl bu fikir ortaya çıktı?

E.T: Ben grafik tasarımcısıyım. Grafik çalışmaların çoğu zaten kağıt üstüne gerçekleştiriliyordu. Şimdi git gide yeni teknolojilerle kağıttan vazgeçiliyor ama yine de benim için en önemli malzemelerden bir tanesi kağıt. Bazı kağıdın hatırası var, bazı kağıdın hatırası yok. Bençe canlı bir şey kağıt, ağaçtan yapılıyor. Böyle düşünüyordum bir gün, kağıt bu kadar hayatımızın içinde olmasına rağmen niye bununla ilgili tam olarak istediğim gibi bir yer yok diye. Sonra kağıt, Kağıthane derken işte bu fikir çıktı.

Maalesef ismini ben bulamadım. Reklam ajansı sahibiyim ve bunca yıllık reklam hayatımda birçok markaya isim koydum fakat kendi markamın ismini arkadaşım koymuş oldu. Kağıthane özellikle yabancılar için telaffuzu zor bir kelime olduğu için sonuna House of Paper ekledik ve hemen akabinde, 2007 senesinde, patentini aldım. Sonra da böyle ya-

vaş yavaş ürünleri tasarlamaya başladım. 2011'de şu an içinde bulunduğumuz dükkanı bulduk. O zaman Karaköy böyle bir Karaköy değildi tabi. Buranın sahibi kız kardeşim. (Bej Karaköy'den bahsediyor) 2011 yılında burada Kağıthane'nin çok güzel bir etkinlikle tanıtımını yaptık.

Niye Türkiye'yi temsil edecek ucuz ve tatlı bir şey yok?

P: Sizin kafanızda bir fikir oluşmasından müşterinin onu satın almasına kadar süreç nasıl geliyor? Mesela bir atölyeniz var mı?

E.T: Ajansımız var. Merkez ofisimiz ve depomuz Büyükdere'de. Hatta buranın ürünlerinin deposu için oranın şeklini

değiştirmek zorunda kaldık. Kafamızda bir fikir oluşuyor, ondan sonra o fikir için ya bir fotoğraf gerekiyor ya bir çizim gerekiyor ya bir grafik tasarım gerekiyor. Ondan sonra onun bir maketini yapıyoruz. Üretim kararı aldıktan sonra çalıştığımız üretici firmalara yolluyoruz. Ürünler son olarak ambalajlanmak üzere dükkana geliyor.

P: Bir yandan da üniversitede öğretim görevlisiniz galiba?

E.T: Evet iki üniversitede öğretim görevlisiyim. Biri İTÜ, güzel sanatlar bölümünde bir ders veriyorum, bütün mühendis çocuklar katılıyor, iletişim sanatı dersin adı. Çok eğlenceli geçiyor çünkü bugüne kadar bu konulara hiç eğilmemiş öğrencilerle yepyeni bir şeyler yapıyoruz ve onlara başka bir dünyayı anlatmış oluyorum. Beni de çok heyecanlandıran bir ders oluyor. Biri astrofizik okuyor biri elektrik mühendisliği okuyor, karşılarında benim gibi biri onlara kağıt katlamayı, sunum yapmayı öğretmeye çalışıyor. Çok eğleniyoruz. Bir de Işık Üniversitesi Güzel Sanatlar



Fakültesi kurulduğundan beri hocalık yapıyorum. Orada grafik bölümünde bitirme proje dersleri ve grafik tarihi dersi veriyorum.

P: Herkesin Karaköy'de gidilecekler listesinin başında yer alıyorsunuz. Bunu neye borçlusunuz?

E.T: Sadece sitemize de koyuyoruz bunları, mesela geçen sene sevgililer gününde Koreli bir tasarımcı grubu Türkiye ziyaretleri sırasında benimle görüşmek istedi. Tam on beş gün önceden randevu aldılar. Geldiklerinde bize kendi tasarımlarını bıraktılar. Biz de onlara tasarımlarımızı verdik. Bunun yanı sıra Japonya'da bir turizm rehberine girmişiz. Rehberi tercüme ettirdiğimde Japonların iyi niyet ve övgüleriyle dolu olduğunu öğrendim, diyor ki sizin için öyle bir kelime kullanmış ki, fevkaladenin fevkinde gibi, yani bu çok kullanılan bir kelime değil ve bir Japon bunu kullanırsa çok büyük bir övgü ediyor demekmiş. Sonra bir gün bir mektup geldi. Louis Vuitton İstanbul rehberi çıkarıyoruz, Louis Vuitton'un rehberleri çok meşhurdur biliyorsunuz, sizi de içine koyduk diye. Yani Louis Vuitton deden olsa torpille giremeyeceğin bir yer. Bunlardan dolayı anlıyorum ki biz esasında kendimize özgü bir şey yaparak, farklı bir şey düşünerek iyi yol almi-

şız. Ne oluyordu ondan önce, Türkiye'ye gelen bir turist bir şey almak istediği zaman ya da buradan birisi yurtdışına hediye götürmek istediği zaman çarık, lokum, kahve, iki fincan, fes, şalvar gibi şeyler alıyordu. Bizim bizi tanıtacak başka bir şeyimiz olamaz mı yani? Çağdaş bir gözle yapılmış tasarımlar olamaz mı? Bu işin esasında çıkış noktalarından biri de bu durumdu. Yani ben Türkiye'ye gelsem niye böyle İstanbul'u temsil edecek güzel bir şey bulamıyorum? Niye Türkiye'yi temsil edecek ucuz ve tatlı bir şey yok? Böyle pahalı olmasın, uygun fiyatlı olsun, herkes alsın, mutlu olsun,

**Benim bunlara
ihtiyacım var
mı? Yok. Zaten
buradan da
dükkanın
sloganını
koydum.**

yüzünde bir gülümseme olsun, öyle bir şey yoktu. Onu biz yakaladık. O yüzden İstanbul'a gelip Karaköy'ü gezip de bir şeyler yapan insanlar bir bakalım hadi Kağıthane'de ne var diye uğruyor. Aynı müşteriler bir daha, bir daha uğruyor. Onun da sebebi devamlı yeni ürün çıkarmamız. Her ay bir, bazen iki ya da üç ürün çıkartıyoruz. Yani devamlı koleksiyona yirmi-yirmi beş ürün ekleniyor her yıl.

P: İstanbul temalı bir sürü ürününüz var, İstanbul'un sizde ayrı bir yeri mi var, olacaktı aslında ama siz sorumuzu büyük oranda yanıtlamış oldunuz...

E.T: İstanbul'un bende çok özel bir yeri var. Bütün dünyayı geziyorum, uçakla İstanbul'a inerken içimde öyle bir his oluyor ki, nefis bir yere geliyorum diye. İstanbul'u her haliyle çok seviyorum. Trafikte oturup telefonuma bakmayı da seviyorum saatlerce, buradaki karambol, keşmekeş, her an bir şey olabilir hissini de seviyorum, ben İstanbul'u çok seviyorum. İstanbul için de şöyle bir şey düşünüyorum. İstanbul içinde daha çok hazine var, bir bakarsanız etrafa Ayasofya, Topkapı, köprü, İstanbul'un silüeti... Başka şeyler de var mesela galiba İstanbul'un kedilerini ilk defa biz kullandık dükkanda. İlk defa onunla ilgili

bir afiş yaptık. İstanbul'un muazzam Boğaz'ı var orada çok güzel grafik öğeler var, bunlarla ilgili ilk işleri biz yaptık zannediyorum, bu da güzel bir şey. Ben bunun sadece İstanbul'a bağlı kalmasını istemiyorum aslında, diğer şehirleri de konu alabiliriz. Ama İstanbul çok özel, çok farklı bir şehir bence.

O tişörtleri yapınca beni Adanalı zannetmeye başlamışlar daha komiği. Halbuki değilim.

P: Hiç negatif bir eleştiri aldınız mı? Kağıthane de neymiş diyen birileri oldu mu?

E.T: Hiç olmadı biliyor musunuz? 2011'den 2016'ya kadar, yedi sene olmuş, yedi senede tek bir negatif eleştiri almadım. Negatif eleştiri ancak şöyle oluyor, iki ya da üç kere oldu: "Dükkanınıza geldik kapalıydı, çalışan arkadaş koşarak geldi açtı sonra da bize surat yaptı, yemek yiyordum diye". Bunlar insan takdiriyle ilgili bir şey, olabilir, bunu engellemenin imkanı yok. Ama ürünlerle ilgili, genel fikirlerle ilgili, Kağıthane kavramıyla ilgili hiç kötü bir eleştiri almadık. Bu sene çok az turistimiz var ama geçen sene Amerika'dan biri gelip, "Ben sizi bilmem kimin blogunda okudum ve çok heyecanlandım onun için geldim" diyerek dükkanda ne varsa alıp Amerika'daki arkadaşlarına götürdü. Bu çok güzel bir şey mesela. İçeri girenlerin büyük bir çoğunluğu diyor ki, "Benim de hayalimde defter yapmak vardı, ben de böyle kırtasiye gibi bir yer açmayı çok isterdim, siz yapmışsınız bak gördünüz mü?" Demek ki insanlara hoş gelen bir şey, herhâlde böyle bir yönü de var.

P: Kağıthane'de herkese hitap edecek ürün bulmak mümkün. Giren herkes mutlaka elinde bir poşetle çıkıyor. Bunu nasıl sağlıyorsunuz?

E.T: Ben yurtdışına her gittiğimde yaptığım yüklü alışverişlerden sonra, niye



aldım bu kadar şeyi diye düşünüyorum. Bu sevgi ve tutkuyla olan bir şey, bir anda kendini onları alırken buluyorsun. Benim bunlara ihtiyacım var mı? Yok. Zaten buradan da dükkanın sloganını koydum: Buradaki hiçbir şeye ihtiyacınız yok ama gördüğünüzde hepsini birden almak isteyeceksiniz. Aynen öyle oluyor, içeri giriyorlar, içerideki hiçbir şeye kimsenin ihtiyacı yok, yani ne olacak üstünde kocaman lüfer olan ince uzun bloknotun olmasa. Ama onu görünce, "Güzel durur benim klavyemin önünde, hem de yer tutmaz, haydi alayım" diyorsun. İçerideki neşeli ürünleri görüyorsun, mesela sevgililere sevgililik cüzdanı, mesela sevgilin yok geri koyuyorsun ama için kalıyor onda, öbürüne bakıyorsun, buna bakıyorsun, gidiyorsun hiç olmadık küçük bir defter alıyorsun. Yani o ürünler de buna etki ediyor aslında, öyle bir formülü de var.

P: İlk başlarda pazarlama hakkında bir şey düşünmüş müydünüz? Şu anda kulaktan kulağa yayılan Karaköy'de sembol ve bir marka oluşturmuş şekilde ama yolculuğun en başında bir stratejiniz var mıydı?

E.T: Ben yıllarca reklamcılık yaptığım halde burası için hiç reklam yapmadım. Hiçbir yerde bir reklam, ilan dönmedi ama sosyal medyayı çok ciddiye aldım. Facebook'ta hem kurumsal hem arkadaşlık olarak iki sayfamız var, 5000 kusura izleyicimiz var, satın alınmış değil bunlar. Instagram hesabını da çok ciddiye alıyoruz, orada yine 5000 kusura takipçimiz var. İlk günden itibaren adres topladık, gelip alışveriş eden hatta etmeyen herkesin adresini aldık, 6000 adet adresimiz vardı fakat yeni bir yasa çıktı adres verenlerin imzası olması gerektiğine dair. Dolayısıyla hepsini sildik tekrar baştan adres toplamaya başladık. Şu anda yine 1500'lerde sayılırız. Mail



yoluyla gittiğimiz etkinlikleri, indirimleri duyuruyoruz. Arada bayram mesajları yolluyoruz, kendimizi hatırlatıyoruz. Bir de ben dikkat ettim, hep çok samimi bir dili olsun istedim Kağıthane'nin marka olarak. "Bayramınız en içten dileklerimizle kutlarız" demek yerine mesela, "Eski bayramlarda mendil verilirdi, likör içilirdi; şimdi bizden bir kart alıp yolla-yın" gibi... Doğrudan, ne demek istiyor-sak mesajı net veren, hafif sokak diline çalan ama sevimliliği içinde laubaliliği olmayan mesajlar kullanıyoruz.

P: Adana Portakal Çiçeği Festivali için tişört tasarlamışsınız. Çok da güzel tasarımlar vardı. Bu fikir, proje nasıl ortaya çıktı?

E.T: Bu markadan dolayı biz Ayşe Arman'la tanıştık ve o benimle ilgili Hürriyet gazetesinde 2012 senesinin on ikinci ayının on ikinci gününde "Muhteşem Kadın" başlıklı bir röportaj yayınladı. Birbirimizi de çok sevdik. Ondan sonra, Adana Portakal Çiçeği Festivali için ondan fikir istemişler, onun da aklına tişört yapsak satar mıyız diye bir fikir gelmiş. Benden rica etti, böyle bir şey yapar mısın diye, ben de tasarım yaptım, yanılmıyorsa dokuz taneydi. Adanalıları biraz inceledik, bir iki tane adanalı arkadaşım vardı zaten onlardan da biliyordum nasıl olduklarını. O tişörtleri

yapınca beni Adanalı zannetmeye başlamışlar daha komiği. Halbuki değilim.

P: Başka bir yerde açma planınız var mı Kağıthane'yi?

E.T: Şimdilik yok. Hele de bu dönemde hiç yok. Sorarsanız son bir kaç ay tüm perakende sektörü gibi bizim işlerimiz de çok kötüydü. Bir tane Galata'da küçük bir dükkan açtım, bir tane Nişantaşı'nda açtım buradan sonra, bir tane Trump'ta açtım ve bunların hepsi de zamanı geldi kapandı. Trump'taki iş yapmadı, Nişantaşı'ndaki tatsız oldu. O yüzden şimdi burası kendi kontrollü alanımız, ümit ederim burada o kontrol içinde devam edebilirim. Esasında bir perakende markanın çok fazla şubesi olması lazım ki daha fazla satış yapsın ve bu güzel bir kazanca dönüşsün ama bu dükkan kiralıyla, kağıdı satarak o işin altından kalkamıyorsunuz. Kağıtları üç lira, beş lira, on lira satarak, kocaman kocaman kiralar çıkmıyor ki bugün İstiklal Caddesi gibi bir yer ya da karşı tarafta Cade'de bile bir sürü dükkan kapıyor, daha güçlü markalar, kurumsal olduğunu düşünü-düğüm markalar... Onun için şimdilik düşünmüyorum ama internet sitemize biraz daha hareket getirmek istiyorum, bakalım belki o yoldan ilerlemek daha doğru olabilir.

P: Karaköy son dönemlerde bir kimlik oluşturdu ve bizce Kağıthane bu kimliğe çok uyuyor. Tek ve Karaköy'ün kimliğiyle bu kadar bütünleşmiş olması da insanları buraya çekiyor, siz bu konuda ne düşünüyorsunuz?

E.T: Bunu bana ilk kardeşim söyledi, kardeşim yılların deneyimli işletmecisidir. Ben şube açmaya karar verince dedi ki: "Bence yapma, çünkü insanlar Karaköy'e gelip senin markanı buldukları zaman çok özel bir şey bulduklarını düşünüyorlar ama şimdi sen başka yerlerde şube açarsan o zaman her yerde sana ulaşım hakları olacak ve buradaki, bu ağız sulandıran, yaşasın çok iyi bir şey buldum hissi veren şey olmayacak, sen onlara gitmiş olacaksın. Halbuki onlar sana gelse daha iyi değil mi?"

Ama biz öbür yerlerde çok güzel kendimizi tanıttık. Nişantaşı'ndaki dükkanın mesela vitrini kocamandı ve vitrini görünce "Kağıthane neymiş?" derken kaza yapıyordu insanlar önümüzde devamlı. Çok değişik vitrinler yapıyorduk orada. Güzeldi, tanıtım olarak kullandım onları ama hakikaten başka yerde dükkan açmak, hele alışveriş merkezleri çok zor oluyor. O ruhu orada yakalayamıyorsunuz. **E**