

ARMBAND UHREN

saatolog

E-DERGİ / SAYI 4

Sürdürülebilirlik 2022

ÖZEL SAYI

by Oris

Editörden

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK 2022



Bu sonbahar sayısını sürdürülebilirliğe adadık ve sürdürülebilirlik kavramına yüksek saatçiliğin penceresinden baktık.

Sitedeki konuyla ilgili tüm yazılarımızı, kolayca okuyabilmeniz için bir araya getirdik.

Sürdürülebilirlik Özel Sayısı'nı websitemizden okuyabilir ve indirebilirsiniz.

4

Oris'in Hölstein'daki Fabrikasını
Ziyaret

10

Geleceğin Habercisi

14

Sürdürülebilirliğe Yerli Bakış

18

Oris'in Sürdürülebilirlik Karnesi

24

Michelin Sürdürülebilirlik Ödüllü
İlk ve Tek Restoran: Seven Swans

28

Kıyafetten Aksesuara
Sürdürülebilir Bir Gardırop

32

Yeni Bölüm Başlıyor:
Okyanus Atıklarından Renkli Kadran

36

Yedi Adımda Çevre Dostu Seyahat Nasıl Edilir?

Oris'in Hölstein'daki Fabrikasını Ziyaret

Oris'in Hölstein'daki fabrikasına yaptığımız ziyarette, markanın tarihini ve sürdürülebilirlik adına attığı adımların izini takip ettik.

SAATOLOG YÜKSEK SAATÇİLİK



Aylar sonra yeniden İsviçre yolcusuyuz, bu kez daha önce gitmediğimiz bir köye adım atmak için: İsviçre'nin kuzeybatısındaki Hölstein köyünde yer alan Oris'in fabrikasına gidiyoruz.

Bu bizler için biraz daha farklı bir yolculuk; çünkü genellikle olduğu gibi tarihi yüzyıllara dayanan tümüyle geleneksel bir markanın değil, tarihi 1904'e dayansa da duyurduğu saatler, etkinlikleri, standları ve çalışanlarıyla genç ve dinamik bir markanın merkezini göreceğiz.

Basel'dan 15-20 dakika sürüş mesafesindeki bu köy-kasaba, bir seyahat destinasyonu değil. Yani Hölstein'a gidiyorsanız muhtemelen Oris için gidiyorsunuzdur. Gitmişken bizim de yaptığımız gibi yakınlardaki, tarihi 1830'a dayanan Bad Bubendorf'ta yemek yiyebilir, hatta konaklayabilirsiniz. Hölstein'da Oris'in sponsor olduğu bisiklet parkında bisiklet sürebilirsiniz ya da Oris'in ismini aldığı (fabrikanın yanındaki değil, onun adı Frenke; buna daha sonra değineceğim) Oris Çayı'nın etrafında biraz oturup etrafı seyredebilirsiniz.

Biz de restorandan sonra, sürdürülebilirliğe odaklı markanın kuralları gereği karbon ayak izini artırmamak için toplu taşımayı tercih ederek Oris'in pembe binasına ulaşıyoruz. Oris'in Bölge Direktörü Marco Gemperli, bize bu kompakt binayı gezdiriyor. Binanın girişindeki mağaza yeni açılmış; bu çevrede başka da bir mağaza yok, doğanın içindeyiz. Bu mağazayı, saatini tamire bırakan misafirlerle eskisi gibi değil, daha sıcak ilişkiler kurmak için açtıklarını anlatıyor Marco. Bizi alanda Türkçe yazılı "Sıcak bir karşılama" yazısıyla karşılayan Elena da orada çalışıyor; Oris'in Türkiye distribütörü Şark Saatçilik'ten



Fabrikanın karşısındaki tren istasyonu, marka için büyük önem taşıyor. Oris'in ismini aldığı Oris çayı daha uzakta, bu çayın ismi Frenke.



Oris'in yeni açılan mağazasında yerel üreticilere ait bira, cin, hardal, reçel gibi ürünler de satılıyor.

Kübra Coşgun ilgimi çeken ilk bilgiyi paylaşıyor: Bir rafta bulunan bira (ne de olsa Alman kantonundayız), cin, hardal, reçel gibi ürünler, yerel üreticilere aitmiş ve burada satılıyormuş. Bu tam da Oris'lik bir hareket, diye geçiriyorum içimden. Sürdürülebilirliğin kurallarından biri yerel üreticiye destek olmak, hem buradan bir ürün satın aldığınızda ister istemez Hölstein'la bir bağ da kurmuş oluyorsunuz. Ben de hemen üzerinde Oris logosu olan bir bira alıyorum.

Oris, geyik derisi kayışları için de eski geyik derilerini dönüştürüyor. Her yıl İsviçre'de yaklaşık 15 bin geyik, nüfuslarının çok artmasından dolayı kırsal alanı korumak için itlaf ediliyor. Çevreci Cervo Volante şirketi yakılacak geyik derilerinden el yapımı ürünler üretiyor. Oris de Big Crown Pointer Date'ten başlayarak ürünlerinde işte bu geyik derilerini kullanıyor. Marco bununla ilgili "Dev otomotiv şirketleri ufacık çizik olsa bu derileri almıyor ve atıyorlar, bizim için ufak çizgilerin önemi yok," diyor.

1904 kuruluşlu Oris'in Hölstein'la özel bir bağı var. 20. yüzyılın başında



Oris'in maskotu ve soyu tükenmekte olan kahverengi ayı, aynı zamanda İsviçre'nin sembolü.



40 çiftçinin olduğu bu köyde (hâlâ %43'ü tarım arazisi ve bugün yaklaşık 3 bin nüfusu var), İsviçre saatçiliğinin hızlı gelişimiyle birlikte komşusu Waldenburg'daki bir saat şirketi kurulmak istenmiş. 1902'de Lohner and Co. adlı bir şirket kurulmuş, şirket sahibinin ani vefatından sonra Paul Cattin ve Georges Christian, bir başka İsviçre kenti Grenchen'den gelip fabrikayı 1904'te devralmışlar ve ismini Solothurn ve Basel Landschaft Kantonları arasındaki sınır olan Oris çayından ötürü Oris koymuşlar. Markanın köşetaşlarını anlatan Kevin Kohn, bu çayın biraz daha uzakta olduğunu ve muhtemelen bu ismin yakındaki Frenke'den daha kolay bir isim olduğu için seçildiğini söylüyor. İsim, tüm dünyada yazıldığı gibi okunabiliyor. Bu arada az daha Oris Watch Company adından dolayı OWC de olabilirmiş.



Oris'in eskiden ne kadar büyük bir tesis olduğunu gösteren gravür, kuruculardan birinin kayınbiraderi ve marka için önemli bir isim olan Oscar Herzog, fabrikadan eski fotoğraflar ve 25 km'den çalışanları taşıyan eski servis-otobüs.

Marka birkaç yıl önce "Swiss Watches" sloganını "Hölstein 1904" olarak değiştirmişti. Kevin bunun nedenini şöyle anlatıyor: "Oris'in İsviçre saatleri yaptığını herkes biliyor. Biz bulunduğumuz yeri de tanıtmak istedik, şimdi herkes bize Hölstein nerede diye soruyor."

İlk kez 2020'de, kuruluşlarının 116. yılında Hölstein koleksiyonlarını sunmuşlar, 2021 ve 2022 versiyonlarıyla koleksiyonlarını genişletmişlerdi. Hölstein koleksiyonunun arka yüzündeki tren gravürü buraya gelince anlam kazanıyor. Çünkü bu gravür, binanın tam karşısındaki tren istasyonuna gönderme yapıyor. Bu tren, Oris'in altın çağında

evre köyler ve kentlerden gelen çalışanları taşıyormuş.

1904'te kurulan Oris, 1911'de dev bir tesis haline gelmiş. Kevin arşıvden çıkarılan mektuplarda eski tesisin büyüklüğünü gösteriyor, daha sonra binadan çıkınca da bu alanı göreceğiz. alışan sayısı 300'e ulaşırken 1929'da Oris Hölstein, Holderbank (1906), Como (1908), Courgenay (1916), Herbetswil (1925), Ziefen (1925) fabrikaları açılmış, çevrede çalışanlar için Oris 80'e yakın lojman inşa etmiş. Bu evler içinde başkaları yaşasa da, hâlâ duruyor.

Marka ilk kol saatini cep saatinden dönüştürerek 1925'te üretmiş. Kevin

*Müşteri Deneyimi
Yöneticisi
Kevin Kohn, Oris
tarihini anlatıyor.*



bu noktada ilk kol saatlerinin dünyada kadınlar için üretildiğini, erkekler için sonradan üretildiğini bilgisini paylaşıyor. İlk erkek kol saatlerinin üretim nedeni ise bildiğiniz gibi askeriydi.

şirketin 118 yılda eğeri hafızam beni yanılmıyorsa sadece 5 yöneticisi olmuş. Bunlardan biri de daha sonra Edmond Jaeger'le birleşerek Jaeger-LeCoultre' kurmuş olan Antoine LeCoultre'n torunu Jacques-David LeCoultre't.

Oris saatleri giderek yaygınlaş kazanırken karşlarına İsviçre hkmetinin 12 Mart 1934'te çıkardığı saat kanunu çıkmış. Bu yasa, İsviçre saatiliğinin standardını oluşturmak istiyor, bu sebeple de bireysel saat şirketlerinin izin almadan yeni teknolojiler kullanmalarını, üreticilerin o zamana kadar ürettikleri şeyden başka bir parça üretmelerini engelliyordu. Oris de hep kullandığı pimli eşapman yerine kollu maşalı bir eşapman kullanmaya geçemiyordu. Bu kuralı bozan ise, satış müdürü olan babasından sonra 1956'da şirkete giren genç avukat Dr. Rolf Portmann olmuş. Portmann, 10 yıl süren başarılı bir basın, politika ve hukuk mücadelesi sonunda 1966'da davayı kazanıp İsviçre saat tarihini de bu zorlu kanundan kurtarmış.

Bundan sonrası çok önemli, çünkü bu kadar büyüyen bir şirketin krizden



İsviçre'nin katı kurallarına karşı 10 yıl savaşan ve Oris adına zafer kazanan genç avukat Dr. Rolf Portmann (ortada).

nasil etkilendiğini anlatıyor: Oris, 1960'ların sonunda dünyanın en büyük 10 saat şirketinden biriyken, 800 yakın personelle yılda 1,2 milyon saat üretirken 1970'ler İsviçre saatçiliğini durma noktasına getiren krizi getirir: Quartz Krizi. Oris de bu dönemde çalışanların büyük kısmını çıkarmak zorunda kalır, evleri satar, şirket zar zor ayakta kalır. 1970'te Oris'in hisseleri Swatch Group'un öncülü ASUAG'a satılır: Artık bağımsız değildir. Şirketi kurtaran ise Dr Rolf Portmann ve Ulrich W. Herzog'un (kurucunun sonraki nesillerinden) "Bundan sonra sadece mekanik saat üreteceğiz" demesi olur. Artık fiyat-performans saatleri üreteceklerdir. 1982'de ise şirket yeniden bağımsız hale gelir.

Bu kısımda Kevin, bir başka markanın marka yüzü ünlünün kolunda saat gördüğümüz ilanını gösteriyor. Başka bir markayı göstermesi beni şaşırtıyor, ama zekice bir yaklaşım. "Bu markalardan saat aldığınızda paranın yarısını bu reklamlara veriyorsunuz, daha pahalı daha iyidir diye düşünmeyin. Bizim ünlü yüzümüz yok, bizden saat aldığınızda gerçekten saatin

kendisine para verirsiniz, o yüzden daha hesaplıdır, fiyat-performans oranı yüksektir."

Kevin ufak bir saatçilik atölyesi yapıyor, bizlere tornavida ve loop'la basit bir saatin parçalarını söktürüp taktırıyor. Epey eğlenceli bir aktivite oluyor bizler için. Daha önce bir saate gravür yapmak isterken mahvetmişliğimiz de yok değil: Tüm bunlar saatçiliğin ne kadar detaylı, meşakkatli ve ustalık işi olduğunu bir kez daha gösteriyor bize.

Oris'in fabrikası şaşırtıcı derecede küçük; içeride gerçekten genç saat ustaları çalışıyor. Marco bu noktada giderek büyüdüklerini anlatıyor, bölümler yeniden tasarlanıyor. Girişteki mağaza bu yenilenme öyküsünün bir parçası. Ve yine üst kattaki Calibre 400 sergi salonu da. Calibre 400, kendi mekanizmasını yeniden üretmeye başlamış saat şirketinin medarı iftihar. Özellikle de bu şirketin Quartz Krizi'nden önce kendine ait 279 mekanizması varken 2014'teki elle kurmalı Calibre 110'a kadar kendi mekanizmasını üretilmediği düşünülecek olursa. Calibre 400, 2020'de duyurulmuştu: Oris, in-house otomatik, beş gün güç rezervli, anti-manyetik ve 10 yıl garantili bu mekanizmayı bugün de geliştirmeye devam ediyor.

Calibre 400 sergi salonunda da, Oris tarihinden kareler, eski saatçilik aletleri, Calibre 400'ün parçaları gibi teknik parçalar ve detaylar yer alıyor. Marco daha sonra bize kasımda duyuracakları iki modeli gösteriyor. Bu saatleri önden göstermesi ayrıcalıklı hissettiriyor.

Oris tarihinden en ilgimi çeken detay ise 1949'da çıkardıkları alarm saatler. Kevin, babaannesi dahil birçok yaşlının



Hölstein'dan başlayarak çoğu yaşlının evinde bulunan Oris alarm saati çalmaya başladığında ortalık çınlıyor.



Basel'da bulunduğumuz tarih, Basel'in 1. Flâneur Şehir Festivali'ne denk getirilmişti. Müzik, standlar arasında Oris'in Basel'daki mağazası.



hayatına dahil olduğunu söylediği tarihi alarmı çaldığında ortalık çınlıyor. Markanın takipçileri bu alarmları yeniden üretmelerini istiyorlarmış, Kevin ise “Bu duygusal bir parça, ama cep telefonları varken üretmek anlamsız olur” diyor.

Bugün Oris'in 90 çalışanı var. Quartz Krizi'nin etkilerinden kurtulup bugünlere gelmeleri kolay olmadı, ama günümüzde de “tool watches” denen işlevsel saatleri yanında Aquis Date Upcycle, ProPilot X Calibre 400 somon kadran gibi “çekici” saatler üretmeyi başardılar. Umarım sayılarını daha da artırırlar, çünkü dalış ve pilot saatleri gerçekten her yerde. Bizim böyle çekici saatlere ihtiyacımız var.

Tarihi oda, polisiye oyunları, resim odası ve bira barı olan mağazanın girişinde Oris festival standı da yer alıyordu; çekilişe konan saat ne yazık ki bize çıkmadı.

Hölstein'dan çıkıp yağmurlu bir eylül günü teleferikle dağa çıktığımızda etrafta inekler, keçiler görüyoruz. Kevin durduğumuz bir noktada “Karşıdaki dağı görüyor musun,” diyor, “O, Almanya, Fransa ve İsviçre'nin kesişim noktası.”

Köyün çevresinde Oris takanlar çoğunlukta mı diye merak ediyorum. Bir başka röportajda öyle olduğunu okuyorum. Tıpkı Valle de Joux gibi burası da gezegenin doğa harikalarından biri. Hölstein'a gelince Oris'in neden sürdürülebilirliğe odaklandığını anlamak kolaylaşıyor.

Oris'in Basel mağazasından kareler. Tarihi oda, polisiye oyunları, resim odası ve bira barı olan mağazanın girişinde Oris festival standı da yer alıyordu; çekilişe konan saat ne yazık ki bize çıkmadı.





Geleceğin Habercisi

Jonathan Anderson'ın giyilebilir ekranlarını ve doğadan ilhamla hazırladığı İlkbahar/Yaz 2023 erkek koleksiyonunu kendimize çıkış noktası olarak yüksek modanın bilim ve sürdürülebilirlikle olan işbirliklerine hızlı bir bakış!

AYKUN TAŞDÖNER

Jonathan Anderson'ın Loewe için tasarladığı İlkbahar/Yaz 2023 Koleksiyonu bize yakın bir gelecekte selam gönderiyor. Tam olarak işlevini kavrayamadığımız dijital kıyafetlere kendini teslim etmeden deneysel bir koleksiyon yolladı Paris Moda Haftası sırasında podyumlara. 25 Haziran'daki defile öncesinde Loewe'nin Instagram'dan paylaştığı teaser'lar nelerle karşılaşacağımız konusunda ipucu veriyordu. Ancak hikâyenin geldiği noktayı tahmin edemedik. Mantarlar, kendilerini tamamen makinelerle teslim eden insanlar bir araya geldiklerinde neler olabilirdi?

Defileyi ve koleksiyonu özetleyen iki sözcük vardı: Organik ve high-tech! Şov başladığında tüm podyum “beyaz ekran” verdi! Alabildiğince parlaklığın arasından çim ayakkabılar, iPad’ler ve Güney bölgelerinde sıklıkla karşımıza çıkan güneş panellerini anımsatan ekranlar kıyafetlerin üzerinden geleceği yansıtıyordu. Esasında bu birbirine uzak görülebilecek iki farklı bakış açısı aynı noktaya işaret ediyor. Bilim ve deneylerle şekillenen daha yeşil ve temiz bir gelecek! “Gerçek olan ve gerçekliğin teknoloji yardımıyla yeniden yaratılması” yazıyordu şovun notlarında. “Kuşlar kanat çırpıyor, balıklar yüzüyor, insanlar öpüşüyor. Biz de o ekranlardan bunları izliyoruz.”

“Jonathan Anderson bu koleksiyon için İspanyol biyo-tasarımcı Paula Ulargui Escalona’yla bir işbirliği yaptı. Paris’in tünellerinde defileden önce 20 gün boyunca çimler yetiştirildi. Ardından bu çimler jean, ceket, pantolon ve ayakkabıların üzerine işlendi.”



Loewe’nin bu koleksiyonu sadece markanın Madrid’deki atölyelerindeki uykusuz gecelerin bir sonucu değil, koleksiyon Paris’in hemen dışındaki yeraltı tünellerinde finalize edildi. Tahmin ediyorum bu cümleyi ilk okuduğunuzda biraz gotik biraz da bilimkurgu filmlerini anımsatan bir dünya canlanıyor gözünüzde. Anderson belki çıldırıp kendini karanlık odalara kapatarak geleceği kurtarmak için çalışmalara başlamadı, ancak moda endüstrisinin ihtiyacı olan taze kanı yaratıcı bir şekilde sunduğu kesin.

Jonathan Anderson bu koleksiyon için İspanyol biyo-tasarımcı Paula Ulargui Escalona’yla bir işbirliği yaptı. Paris’in tünellerinde defileden hemen önce 20 gün boyunca çimler yetiştirildi. Tohumları toprağa verildi, uygun şartlarda sulandı. Ardından jean, ceket, pantolon ve ayakkabıların üzerine işlendi. (Tıpkı kristalleri nakışlamak gibi...)





Tasarımcı Anderson defile sonrasında şöyle diyordu: "Koleksiyonun, kıyafetlerin gerçeküstü görünmelerini istedim. Zaten kısa süre sonra, arıları ve türleri tehlikede olan bitki çeşitlerini de sadece dijital ekranların arkasından görebileceğiz."

Peki, teknolojik ürünlerin tam olarak işi neydi? Kuzey İrlandalı tasarımcı Anderson defile sonrasında şöyle diyordu: "Koleksiyonun, kıyafetlerin gerçeküstü görünmelerini istedim. Bilgisayar ortamında kurgulanmış gibi bir hava yaratmaya çalıştım. Zaten kısa süre sonra, arıları ve türleri tehlikede olan bitki çeşitlerini de sadece dijital ekranların arkasından görebileceğiz."

DOĞALLIK VE YÜKSEK MODA

Moda tasarımcılarının biyo-tasarımcılarla yaptıkları işbirlikleri yeni değil. Hatta yüksek moda bir süredir sadece atölyelerde değil, laboratuvarlarda da üretilmeye başlandı. Tüm bu yeni süreç mantarlarla başladı, henüz pek de yaygınlaşmış değil, ancak bugün moda dünyasının en hip materyallerinin başında geliyor.

Tasarımcıların koleksiyonlarında

kullandıkları mantarlar Mylo olarak adlandırılıyor. Yeni deri de diyebiliriz ona. Kaliforniya'da biyoenerji ve biyokimya laboratuvarı olan Bold Threads'teki bilim insanları tarafından geliştiriliyor. Mantarlardan elde edilen "mycelium" isimli maddeyle şekilleniyor. Laboratuvarında bu deneyi geliştirmek için harcanan süre sadece iki hafta; Bold Threads'in internet sayfasına göre üretim aşamasında kullanılan su, diğer kaynaklar ve bunlara bağlı olarak karbon salınımındaki miktar da çok daha düşük. Ve diğer suni deri ya da PVC gibi dokularda yer alan petrol bazlı içerikler de yer almıyor. Sağlığa zararlı değil yani. Mylo'yu tasarımlarına ilk dahil eden markalar Stella McCartney, Hermès ve Gucci. McCartney Wired'a verdiği röportajda şöyle demişti: "Doğaya karşı değil, onunla işbirliği halinde olmalıyız, bu yüzden de yaratıcı yöntemleri keşfetmemiz gerekiyor."

Bugün endüstri içinde üretilen kıyafetlerin yüzde 55'i polyester içeriyor. Onu naylon ve akrilik takip ediyor. Polyesterin üretimi için 330 milyon varil petrol kullanımı gerekiyor. Kering'in raporuna göre Balenciaga, Ekim 2020'de sunduğu koleksiyonda sadece geri dönüştürülmüş, ileri dönüştürülmüş, organik ve sürdürülebilir olduğuna dair sertifikalarla onaylanan kumaşlar kullanmıştı. Kering 2025

yılına kadar karbon ayak izini azaltacağını açıkladığında bunu yerine getirebilmek için yenilikçi adımlar atmak zorundaydı. Kering, Marie-Claire Daveu öncülüğünde inovatif hammaddeler konusunda çalışabilmek için laboratuvarlar da açmıştı. Bu sırada Tommy Hilfiger Frumat adı verilen elma kabuklarından, Salvatore Ferragamo ise portakal kabuklarındaki liflerden eşarplar üretti.

İstanbul menşeli Gozen Institute biyoteknoloji, moda, tasarım ve sanat odağında çalışmalar gerçekleştiren multidisipliner bir kurum ve sürdürülebilir, döngüsel bir gelecek inşa etmek için kurulmuş. Bünyelerindeki laboratuvarlarda yeni dünyanın sürdürülebilir biyoplastik, vegan deri gibi biyomateryallerini üretiyorlar. Bunlardan biri Xylozen. Canlı organizmalarla işbirliği sonucunda laboratuvar ortamında geliştirilen bu biyomateryal, hayvan derisi ve suni deri yerine geçebilecek sürdürülebilir ve plastiksiz bir vegan deri. Giyimden ayakkabı ve aksesuara, otomotivden ambalaja kadar birçok farklı sektörde kullanılabilecek. Ömrünü tamamladığında biyolojik olarak çözünen ve toprağa atıldığında doğaya kaynak olarak tekrar dönen ekolojik bir materyal.

Deri ürünleriyle ikonikleşmiş Hermès'in mantar derisi kullanması ses getirmişti.



Stella McCartney Wired'a verdiği röportajda şöyle demişti: "Doğaya karşı değil, onunla işbirliği halinde olmalıyız, bu yüzden de yaratıcı yöntemleri keşfetmemiz gerekiyor."

Myceliumdan üretilen bir Stan Smith

Sürdürülebilirliğe Yerli Bakış

#iyyedogrudeğişim için sürdürülebilirliği odağına alan yerli markalara ve isimlere göz atıyoruz.

SENA ÇAKICI



Saatolog 2021-22 sayısı için yaptığımız röportajda Maksut Aşkar, “organik” sözcüğünü sevmediğini söylemişti. Aşkar’a göre organik dediklerimiz, bundan 40 sene önce organik deme ihtiyacını duymadığımız gıda malzemeleriydi. Bugün hemen her yerde duyduğumuz ve belki de bu kadar sık kullanıldığı için kulak

arkası etmeye meyilli olduğumuz sürdürülebilirlik kavramına, tıpkı Aşkar’ın organik olana yaklaştığı gibi yaklaşıyoruz biz de. İçine pek çok tanımı sığdırabileceğimiz, hemen her sektörde başka biçimlerde kendine yer bulan sürdürülebilirlik kavramı, en yalın haliyle bugün elimizde olan dünyayı daha fazla harap etmeden muhafaza etme çabası aslına bakılırsa.

Bireysel olarak pek çoğumuz karbon ayak izimizi azaltmaya çalışıyor, hem bedenlerimizin daha iyi hissetmesi hem de çevresel zararı azaltmak için bitkisel bazlı beslenmeyi

artırıyoruz. Aldığımız kozmetik ürünlerinde hayvanlar üzerinde deney yapılmış mı diye kontrol ediyor, giyim alışverişlerimizde doğa dostu markaları tercih ediyoruz. Bireysel alışkanlıklarımızın bu yöne evrilmesi özel sermayenin tutumlarını da etkiliyor; şirketler artık iklim krizine kayıtsız kalmıyor, sürdürülebilirliği şirket politikalarına entegre ediyor. Peki, bugün Türkiye’de sürdürülebilirlik adına kimler neler yapıyor?

SÜRDÜRÜLEBİLİR MUTFAK: NEOLOKAL VE TURK

Geleneksel Anadolu mutfağını modern tekniklerle yorumlayan Neolokal, tabaklarında kaynağını bildiği malzemeleri kullanan ilk yerli restoranlardan biri. Yemeklerini iyi, temiz ve âdil olduğunu bildiği malzemelerle pişiren mutfak, üretim yapan çiftçiyi de desteklemeyi ihmal etmiyor. Geleneğin aktarımı da bir tür sürdürülebilirlik kaygısı; Aşkar’ın yönetimindeki bu mutfak da Anadolu topraklarının kaybolmaya yüz tutmuş geleneksel tatlarını tabaklarında yaşıyor. Fatih Tutar’ın yönetimindeki TURK de geleneği yaşatmayı hedefleyen ve aynı zamanda sürdürülebilir kaygıları olan bir diğer restoran. Tabaklarında hatıralardan ve geleneklerden ilham alan restoran, yerel üreticilerle de çalışarak sürdürülebilir bir döngü kuruyor.

SÜRDÜRÜLEBİLİR TARIM: URBAN GARDEN

Sürdürülebilir bir mutfak için döngünün ilk taşı, temiz ve organik topraklardan gelen mahsuller. Urban Garden’in kurucusu Beyhan Uzunçarşılı, şehir içinde saf ve temiz tarım yapan ilk isimlerden biri. Uzunçarşılı, Urban Garden’da taze meyve ve sebzelerini kendi bahçesinde üretiyor, meyve ve sebzeleri yalnız mevsiminde yetiştiriyor.



SÜRDÜRÜLEBİLİR SEYAHAT: SAYGA TRAVEL VE THE SOUND OF ROADS

Seyahat editörü ve Sayga Travel’ın kurucusu Kerimcan Akduman, çevrenin önemsendiği yavaş yolculuklarla birlikte sürdürülebilir seyahatin mümkün olduğunu söylüyor. Çevreci ulaşım yollarını tercih eden ve küçük gruplar halinde turlar düzenleyen Sayga Travel, sıra dışı rotalarıyla tanınıyor ve seyahat ederken gidilen toprakları anlamayı, kültürleri keşfetmeyi hedefliyor. Böylece sürdürülebilir olduğu kadar birer deneyim seyahati de sunuyor.

Seyahat boyunca çevreci yol alan seyahat markalarından biri de The Sound of Roads. Tayfun Ürkmez’in kurduğu The Sound of Roads, bir karavan yolculuğu sunuyor. Yol boyunca durakladığı rotalarda çöpleri toplarken karavanlarında enerji üretmek için güneş panelleri kullanıyor. Yol boyunca kullanılan gıda ürünlerinde paketsiz olanı, diğer tüketim ürünlerinde ise kâğıt ambalajlı ürünleri tercih ediyor. On seneden fazla uzun yol kaptanı olan Ürkmez, aynı zamanda bir yelken etkinliği olan The Sound of Sails’in de kurucusu. The Sound of Sails de yola sürdürülebilir hassasiyetlerle çıkıyor.

SÜRDÜRÜLEBİLİR MİMARİ: AVCI ARCHITECTS

İnşa sırasında çevreye zarar verilmemesi ve yenilenebilir enerji kaynaklarını kullanmak sürdürülebilir mimarinin temel taşlarını oluşturuyor. Öte yandan bu kavram, yapıların uzun ömürlü olması için de önemli bir noktada duruyor. Mimar Nevzat Sayın, “İyi mimarlık doğası gereği sürdürülebilir olmak durumunda çünkü yapıların ömrü bizim ömrümüzden daha uzun” diyor verdiği bir röportajda. Sürdürülebilirlik hassasiyetleriyle tasarlayan mimarlık şirketlerinden biri, Avcı Architects. Selçuk Avcı ve Sanja Jurca Avcı’nın kurucuları olduğu şirket,



Geleneksel lezzetleri, hayvansal ürün içermeyen reçeteleri sunan OMM Inn Kafe'nin yalın atmosferinde keyifli vakit geçirebilir, OMM Inn Bakkal'da ise Eskişehir'in organik ürünlerinin yanı sıra yine hayvansal ürün içermeyen yiyecek alternatiflerini ve hayvanlar üzerinde test edilmemiş bakım ürünlerini bulabilirsiniz.

sürdürülebilirlik ve üst ölçekli planlardan tek bir ürünün tasarımına kadar farklı ölçeklerin etik altlığını oluşturuyor.

SÜRDÜRÜLEBİLİR MÜCEVHER: RUNDA JEWELRY

Sürdürülebilir bir dünya için son zamanlarda kollarını sıvayan sektörlerden biri de mücevhercilik. Peş peşe sorumlu altın kullanmaya başlayan, altın madenlerinde çalışan işçilerin koşullarını iyileştiren dünya markaları olduğu gibi bütünüyle sürdürülebilir olan lokal mücevher markalarını görmek de mümkün. Runda Jewelry bunlardan biri; hatta Türkiye'nin ilk sürdürülebilir mücevher markası. Marka, takıların hammaddesinden ambalajlanmasına kadar tüm detaylarda yüzde 100 geri dönüştürülmüş materyaller kullanıyor. Etik üretim yapan markanın RJC sertifikası da bulunuyor.

SÜRDÜRÜLEBİLİR OTEL: OMM INN

Sürdürülebilir turizmi desteklemek için kurulmuş global sertifikasyon programı Green Globe'un kriterlerini yerine getirerek "Green Globe Sertifikası"nı Türkiye'de alan ilk butik olan OMM Inn, önceliğini doğa olarak belirleyen bir otel. Onlarca uygarlığa ev sahipliği yapan, Türkiye'nin en eski şehirlerinden Eskişehir'de hizmet veren OMM Inn, misafirlerini Japon mimar Kengo Kuma'nın mimarlık şirketinin tasarladığı minimal butik bir yapıda ağırlıyor.

SÜRDÜRÜLEBİLİR YAT SERİSİ: SARP YACHTS XSR

Önde gelen Türk yat markalarından olan Sarp Yachts, geçtiğimiz senelerde güneş enerjisiyle çalışan üç yeni süper lüks yatını sulara indirmişti. XSR serisindeki bu üç yat; 85, 105 ve 125 metre boyutlarında. XSR serisinin kombin bir şekilde çalışan elektrik ve içten yanmalı motorları, kümülatif emisyon değerini yaklaşık yüzde 50 oranında azaltıyor. Yatlar, aynı zamanda dünya genelinde üretilen ilk güneş panelli tekneler arasında yer alıyor.

SÜRDÜRÜLEBİLİR BİYOYAPI: KADIOVACIK BİYOEVİ

Sürdürülebilir bir mimari yapı ise And Akman ve Mehmet Şenol'un tasarladığı Kadıovacık Biyoevi. And Akman ve Merve Titiz tarafından ev ve ofis olarak tasarlanan Kadıovacık Biyoevi, insan



Kadıovacık Biyoevi

*Upcycle İstanbul Art and Design Festivali,
İlgın Seymen'in yeşil alanı*

sağlığı ve çevresel sürdürülebilirliğe odaklanarak projelendirilip inşa edilmiş. İklimlendirme teknolojileri kullanılmış, doğal yapı taşlarıyla tasarlanmış. Aynı zamanda Kadıovacık Köyü'nün kültürel yapısına uygun olarak inşa edilmiş.

SÜRDÜRÜLEBİLİR MODA: LANDO STUDIO

Sürdürülebilirliğin belki de en çok konuşulduğu sektörlerden biri moda. Her yıl yaklaşık 100 milyar adet giysi üretiliyor, bu hacimli üretim miktarıyla birlikte moda endüstrisi doğaya salınan sera gazının yaklaşık yüzde 4 ila 10'undan sorumlu. Bu sebeple en çok adımı moda endüstrisinin atmasına şaşırılmamalı. Etik kaygılarla kıyafet üreten lokal markalardan biri ise Lando Studio. Ezgi Utan'ın kurucusu olduğu ve sürdürülebilir moda giyim ürünleri üreten marka, GOTS sertifikalı organik pamuk ve geri dönüştürülmüş kumaşlar kullanıyor.

SÜRDÜRÜLEBİLİR SANAT: CEM ÖZKAN VE DENİZ SAĞDIÇ

Atık materyallerden sanat eserleri yaratan sanatçılardan biri, Cem Özkan. Genç sanatçı, hurdalıklardan topladığı malzemelerle yaptığı metal heykellerle tanınıyor. Atıkları sanata dönüştüren bir diğer isim de Deniz Sağdıç. Sanatçı eserlerini üretirken kimi zaman atık giysi kumaşlarını, kimi zaman ise pet şişe kapaklarını kullanıyor.

SÜRDÜRÜLEBİLİR FESTİVAL: UPCYCLE İSTANBUL

4-5 Haziran tarihlerinde, Müze Gazhane'de Türkiye'nin ilk ileri dönüşüm festivali Upcycle İstanbul Art and Design Festivali düzenlenmiş, sanatçılar ve tasarımcılar atıklardan yaptıkları eserlerini/tasarımlarını sergilemişlerdi. Festival Bilal Yılmaz, Gamze Eskinazi, Murat Fesih Avcıbaşı ve İlgın Seymen gibi sanatçıların atık malzemelerden ürettikleri tasarımları ağırlamıştı. Peki, teknolojik ürünlerin tam olarak işi neydi? Kuzey İrlandalı tasarımcı Anderson defile sonrasında şöyle diyordu: "Koleksiyonun, kıyafetlerin gerçeküstü görünmelerini istedim. Bilgisayar ortamında kurgulanmış gibi bir hava yaratmaya çalıştım. Zaten kısa süre sonra, arıları ve türleri tehlikede olan bitki çeşitlerini de sadece dijital ekranların arkasından görebileceğiz."

Oris'in Sürdürülebilirlik Karnesi

Sürdürülebilirliği odağına alan saat markaları arasında Oris başı çekiyor. Markanın çalışmalarını, 2022 sürdürülebilirlik raporunu ve çevreci saatlerini inceliyor; bu arada kendi notumuzu düşmeden de edemiyoruz.

SAATOLOG YÜKSEK SAATÇILIK



*Oris'in
Hölstein'daki
merkezi,
2021'de
bağımsız
kuruluş
ClimatePartner
tarafından
iklim nötr kabul
edildi.*

Mekanik saatler doğası gereği sürdürülebilirdir, derler. Yeniliklerle güncellenen teknolojik aygıtları birkaç yılda bir değiştirmek gerekirken bir mekanik saat, sonraki kuşaklara aktarılır ve çalışmaya devam eder. Ne var ki, günümüzün gündem konusu olan sürdürülebilirlik, elbette ki (ve iyi ki) saatçiliğe de taşındı ve saatlere duygusal bağlarla bağlanmaya, bu saatleri edinerek sosyal sorumluluk görevini yerine getirmiş olmanın iç rahatlığı da eklendi.

Saatçilikte sürdürülebilirlik aynı anda birkaç koldan ilerliyor: 1. Markalar doğaya ve geri dönüşüme dikkat çeken saatler üretiyor. 2. Üretim merkezleri; enerji dönüşümü, endemik bitki ekimi, plastik atık ve karbon salınımını nötrlemeyi gerçekleştirecek biçimde dönüştürülüyor. 3. Markalar, misyonlarıyla uyumlu sosyal sorumluluk dernekleri ve aktivistlerle birlikte çalışarak onlara fon sağlıyor.

Okyanuslardaki plastik atıklardan dönüştürülen, kullanılmış balık ağlarının dönüşümüyle üretilen saatler giderek artarken birkaç marka bu konuya daha da ağırlık vermeleriyle bir adım öne çıkıyor. İsviçreli saat markası Oris de onlar arasında başı çekiyor. 1904'te kurulan İsviçre markası, bugüne değin dalış ve havacılık ağırlıklı "ulaşılabilir lüks" segmentteki saatleri ile tanınıyordu; ancak bir süre önce buna "Daha İyisi İçin Değişimi Getirme" sloganını ve "sürdürülebilirlik" hedefini de ekledi. Marka, uluslararası sürdürülebilirlik elçisi Sven Mostögl'ün çizdiği stratejiyle Hölstein'daki merkezini iklim nötr hale getirdi, üç yıllık bir çalışma sonucunda şirketin "sürdürülebilirlik raporu"nu yayınladı, okyanusları, okyanuslardaki canlıları



*Oris değişimini
"Değişim
Üçgeni" adını
verdiği üç
maddeyle
özetliyor:
"Ekolojik,
Ekonomik,
Sosyal".*

korumak, dünyayı dönüştürülemeyen atıklardan kurtarmak için önde gelen derneklerle işbirliği yapmaya başladı.

Önce markanın "2022 Sürdürülebilirlik Raporu"na birlikte göz atalım. Bu rapor, Oris'i iklim nötr bir şirket olarak onaylayan bağımsız kuruluş ClimatePartner tarafından yürütülen emisyon denetimine dayanıyor. Oris yetkilileri de başta söylediğimiz "saatlerin zaten sürdürülebilir olduğu" söylemine burada bir mim koyuyor: "Sektörümüzdeki pek çok kişi, İsviçre yapımı mekanik bir saatin temelde sürdürülebilir bir nesne olduğunu söylüyor. Çünkü bu saatler bir ömür boyu dayanacak şekilde

tasarlanmıştır, yani günlük karbon ayak izi çok düşüktür. Ancak bu doğru olsa da yeterli değil. Emisyon üretmek bizim işimizin de kaçınılmaz bir sonucu, ancak dünyamızın karşı karşıya olduğu iklim krizi göz önüne alındığında, emisyonlarımızı yakından incelemek ve bunları önlemek, azaltmak veya dengelemek için bir strateji uygulama sorumluluğumuz var."



Raporda yapılan çalışmalar anlatılırken işin daha başında oldukları da vurgulanıyor: “Bu rapor, yapıp bitmiş bir işin değil, devam eden bir çalışmanın kanıtıdır.”

Oris, iklim nötr statüsü kazanmak için yola 2015 yılında Birleşmiş Milletler üye devletlerinin Sürdürülebilir Kalkınma için 2030 Gündemi başlığı altında belirlediği 17 hedefi kendine şiar edinmiş. Bu maddeler şöyleydi: Yoksulluğu ortadan kaldırmak, açlık sorununu çözmek, nitelikli eğitim, cinsiyet eşitliğini sağlamak, temiz su ve sanitasyon, ulaşılabilir ve temiz enerji, insana yakışır iş ve ekonomik büyümenin sağlanması, endüstri, yenilik ve altyapı sorunlarının çözülmesi, eşitsizliklerin azaltılması, sürdürülebilir şehirler ve topluluklar sağlama, sorumlu üretim ve tüketimi oluşturma, iklim eylemine geçme, sudaki yaşamı koruma, karadaki yaşamı koruma, barış, adalet ve güçlü kurumlar tesis etme, amaçlar için ortaklıklar sağlama.

Yani sürdürülebilir olmak için salt çevreyi korumak da yeterli değil; bizzat eylemci olmak, şirket içi insan kaynaklarını eşitliğe dayalı yönetmek, çalışanların fiziksel ve ruhsal sağlığını düşünmek, toplumun ona zarar vermeyecek bir parçası olmak gibi maddeleri de yerine getirmek gerekiyor.

Oris de değişimini “Değişim Üçgeni” adını verdiği üç maddeyle özetlemiş: Ekolojik, Ekonomik, Sosyal. Ekolojik kısımda önümüzdeki üç yıl karbon emisyonunu her yıl yüzde 10 azaltmayı hedefliyor ve çevre koruma dernekleriyle çalışmalar yürütüyor. Ekonomik kısımda değerli ve anlamlı bir değişim programı yürütürken aynı zamanda ekonomik açıdan kârlı olabilmeyi amaçlıyor. Sosyal kısımda ise çalışanlarını ve çevresini çevreye daha duyarlı olmaya, iyi bir vatandaş olmaya ve daha sağlıklı bir yaşam sürmeye teşvik etmeyi hedefliyor.

Oris’in çalışmalarında 2019’dan bu yana ne değişmiş, birkaç maddeyle

Oris Aquis Date Upcycle'in PET şişe atıklarından dönüştürülen ve tasarımcı Melanie Pozzan imzasını taşıyan kadransları. Her biri farklı bir motif taşıyor, hatta aynı kadrandan bir tane daha olamıyor.



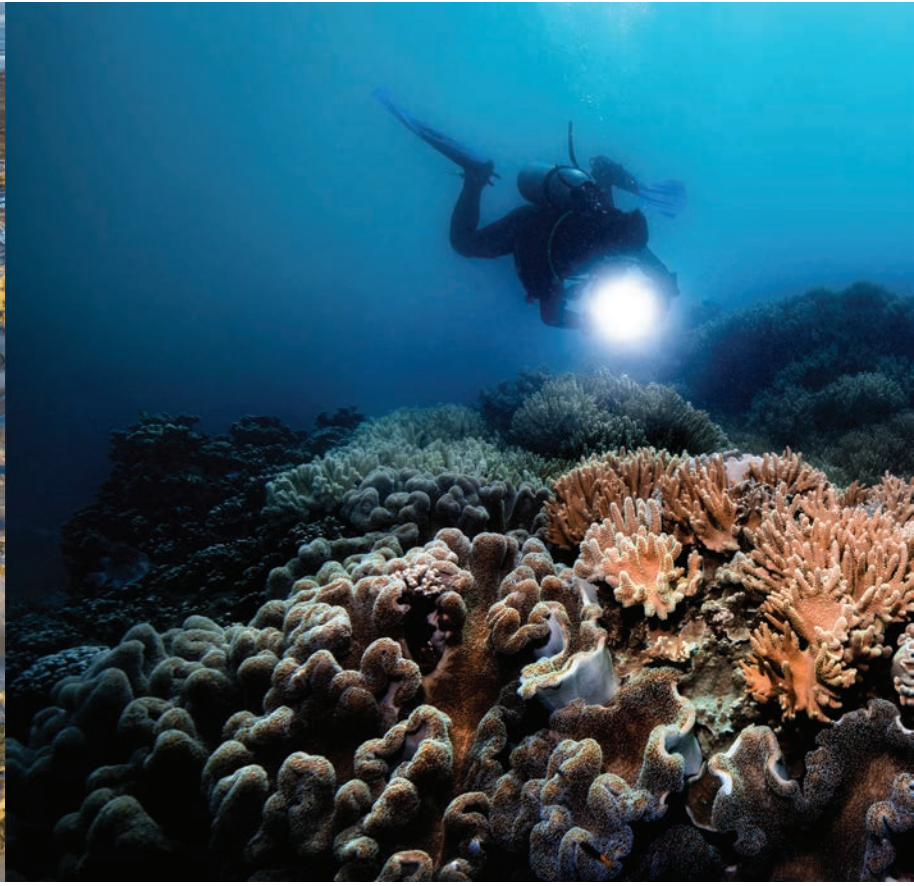
özetleyelim: 2019'da karbon emisyonu 2.300 tonken bu rakam 2022'de -234 ton azalmış. Bu tüketim içerisinde kullanılan elektrik, iş için uçuşlar, elektrikli araç kullanımı, paketlenme gibi maddeler bulunuyor.

Oris'in saatlerinde ise bu misyonu önce Ocean Trilogy'de (Okyanus Üçlemesi) görmüştük. Bu üç saat, plastik atıkları, mercanların ağartılmasını ve nesli tükenmekte olan mavi balının korunmasını konu ediyordu. Saatlerin arka kısmında geri dönüştürülmüş plastik artistik bir motifle kullanılırken saatin kutusu da dönüştürülmüş bir malzemeden yapılmıştı. Onu, atıklar içindeki okyanus görünümüne atıfta bulunmak için geri dönüştürülen plastik atıklardan yapılan ve epey dikkat çeken Aquis Date Upcycle izledi. Bu seneki "çevre eylemcisi" saat ise bir sonraki yazıda daha detaylı konu edeceğimiz New York Harbor'dı. Bu saatin geliriyle ve Billion Oyster Project işbirliğiyle yürütülecek çalışmalarla New York Limanı'ndaki istiridye sayısının bir milyara çıkarılması amaçlanıyor. Oris saatlerinde PET şişe atıklarından geri dönüştürülmüş kayışlar dışında yine Big Crown x Cervo Volante koleksiyonunda gördüğümüz geri dönüştürülmüş kuzu derisi kullanılıyor.



Oris, Big Crown x Cervo Volante koleksiyonunda geri dönüştürülmüş kuzu derisi kullanılıyor.





Markanın korumak için fon sağladığı ve adına saat ürettiği Wadden Denizi, dünyanın kalan bozulmamış ve en büyük doğal gelgit ekosistemlerinden biri.

Markanın işbirliği yürüttüğü dernekler ve çalışmaları ise iç ferahlatıcı türden:

- Tüm dünyada, bizim de Türkiye ayağına Turmepa'yla katıldığımız #tide işbirliğiyle düzenli olarak çöp toplama etkinlikleri yürütüyor. #tide ile toplanan atık plastikler hammaddeye dönüştürülüyor.
- ClimatePartner aracılığıyla, dünya çapında 500'den fazla yerde plastik toplama projeleri yürüten, okyanusa bağlı plastiğin okyanuslara girmesini engelleyen ve bu plastiklerin toplanmasına yardım edenlerin koşullarını iyileştiren Plastic Bank projesini destekliyor.
- Common Wadden Sea Secretariat ile dünyanın kalan en büyük ve bozulmamış doğal gelgit ekosistemlerinden olduğu için Dünya Mirası kabul edilen Wadden Denizi'nin habitatını koruma çalışmaları yürütüyor.
- Everwave ile dünya okyanuslarındaki plastikleri topluyor.
- Reef Restoration Derneği'yle bir milyon mercan dikme ve mercanların ağartılmasıyla zarar görmüş resifleri onarma çalışmalarını yürütüyor. Mercan resifleri aşağıdaki videoda görüldüğü şekilde onarılıyor.

Bu kısımları kaleme alırken bizim aklımızdan geçenler ise başka türden oluyor: Bizim şirketlerimizin çoğu için sürdürülebilirlik bu derece kapsamlı maddelere sahip mi? Ofislerin karbon nötr hale getirilmesi yanında çalışanların sağlığı ve refahı da aynı şekilde düşünülüyor mu ve de şirketlerimiz çevre kuruluşlarına yeterli ve sürekli yardımlarda bulunuyor mu? Bu yazının en nihai amacı da bu olurdu: Sürdürülebilir olmayı amaçlayan bir saat markasından yola çıkarak kendi stratejilerimizi düşündürmeyi, eylemin yayılmasını sağlamak.

Michelin Sürdürülebilirlik Ödüllü İlk ve Tek Restoran:

Frankfurt'un ilk Michelin
sürdürülebilirlik
ödüllü vegan restoranı
Seven Swans'ın şefi
Ricky Saward, mutfak
anlayışını anlatıyor.

PERVİN SALMAN

Fine-dining restoranlarda amaç, en iyi kalitede yemekleri, en iyi mimarların dekore ettikleri ortamlarda, en iyi sunumla müşterilerle buluşturmadır. Bu yüzden fine-dining denince akla en kaliteli malzemelerden yapılmış, görkemli, sanat eseri niteliğinde et ve balık yemekleri gelir. Çok uzun zaman şefler lüks bir deneyimin ancak et ve balık yemekleriyle yaşatılabileceğini düşündüler ancak vejetaryen ve vegan mutfakların da aynı deneyimi sunabileceği biraz geç de olsa anlaşıldı ve birçok fine-dining vegan ve vejetaryen restoran yemek dünyasının Oscar'ı sayılan Michelin yıldızına layık görülmeye başladı. Ricky Saward'ın şefliğini yaptığı Seven Swans da 2019 yılında ilk kez verilen Michelin Sürdürülebilirlik Ödülü'nü almıştı. Usta şefle yapma fırsatı bulduğum bu röportajda Seven Swans'ı tanıyacak ve ekibinin Michelin Sürdürülebilirlik Ödülü macerasına eşlik edeceksiniz.

Seven Swans



Ricky Saward

Buna “macera” diyorum çünkü 10 yıl boyunca klasik mutfakta çalışmış Ricky Saward için 2018'de yönetimini devraldığı vejetaryen Seven Swans'ta çalışmak başlarda tam bir mücadele olmuş. Swans bu değişikliğin hayatını nasıl etkilediğini şöyle anlatıyor: “2018 yılında yönetimini devraldığım Seven Swans, vejetaryen bir restorandı. Klasik eğitim almış ve on yıl boyunca klasik mutfaklarda çalışmış bir şef için bu inanılmaz bir değişiklikti. Ama hem kendim hem de mutfak sanatları için değişim vakti gelmişti. 2019'da kimse vegan mutfaktan söz etmiyordu. Ama ben uzun zamandır geleceğin vegan mutfakta, lüks malzemelerden uzakta olduğunu biliyordum. Bu yüzden açık açık ilan etmeden bir yıl boyunca vegan yemekler pişirdim. Kimse bu durumu yadırgamadı. İşte bu, kendi yetiştirdiklerimizle sürdürülebilir vegan bir mutfığa geçmemiz için işaret oldu.”

Masa başı bir işte çalışamayacağından emin olan ve yaratıcılığını ön plana çıkarmak isteyen Ricky'nin her ne kadar şef olmak gibi bir hayali başlarda yoksa da bulaşıkçı



olarak başladığı mutfak hayatına şef olarak devam etmeyi bilmiş. Ricky Saward vejetaryenden sonra sürdürülebilir vegan mutfağa geçmelerinin sebebini, “Atılması gereken bir sonraki adım oydu. Kendimi akışa kaptırmayı hiçbir zaman sevmedim, işleri zorlaştırıp karmaşıklştırmak hep ilgimi çekti. Elbette Michelin yıldızını kaybetme riskimiz vardı fakat birileri başlamalıydı. Bu seviyede vegan yemek pişirmek benim için her zaman bir öğrenme süreci oldu ve hâlâ da öyle,” diyerek açıklıyor. Seven Swans’ın en çok öne çıkan özelliği neredeyse tüm malzemelerinin, Frankfurt’un 20 dakika dışarısındaki, kendi ekip biçtikleri 5 hektarlık permakültür arazinden gelmesi. Burada yaklaşık 350 farklı sebze ve aromatik bitki yetiştiriyorlar. Tüm renklere, kokulara yer vermek, hepsini keşfetmek ve mutfaklarında kullanmak ise, hayalleri. Kendi tarlalarında yetişmeyen ürünlerin de yerel olmasına dikkat ediyorlar. Ricky, “Yalnızca yöresel ürünleri kullanıyoruz. Yani çikolata, zeytinyağı ve limon gibi ürünleri denizaşırı ülkelerden

Ricky, Seven Swans’ı, “vegan, yerel, mevsimsel, kökünden yaprağına sürdürülebilir ve topraktan masaya konseptini benimsemiş” bir restoran olarak tanımlıyor.

getirtmiyoruz. Hatta bazen bazı baharatları bile bu sebeple kullanmıyoruz. Kendi malzemelerimizi toplamaya ekipçe gidiyoruz, baharda Seven Swans mutfağında geçirdiğimizden daha fazla zamanı tarlada, ormanda geçiriyoruz. Bölgemizde neyin, hangi mevsimde yabani olarak yetiştiğini bilmek bir lüks,” diyerek doğada, ilaçsız, sadece toprak, su ve güneş ışığıyla yetişen malzemelerin restoranı için ne kadar değerli olduğunu anlatıyor.

Seven Swans’taki ilk üç ayında Rick yalnızca dört malzemeyle–pancar, kereviz, yerlahanası ve pırasa–yemek pişirmiş. Bu yüzden yemeklerini tatlandırmak için yabani otların ve çiçeklerin peşine düşmüş. Başlangıç olarak servis ettikleri sote pırasa için Taunus dağlarındaki ormana gidip bir huş ağacının özütünü alıp sebzeyi hem bu özütle hazırladığı sos hem de kızartılmış yapraklarıyla servis etmiş. Pancarı ise siyez pudinginin yanında süt köpüğü ve akasya çiçekleriyle sorbe olarak vermiş. Bu tatlısını, “Basit ve rustik bir tatlıydı ama gerçekten lezzetliydi,” diye anlatan şefin mutfak anlayışını bu başlangıç ve tatlıdan anlamak mümkün. Şef, en doğal, en sade malzemeleri bulup küçük dokunuşlarla onları olağanüstü bir tada ulaştırmayı başarıyor. Aynı zamanda mutfağında aromatlara ve farklı pişirme tekniklerine de yer veriyor. Ricky farklı tekniklere olan ilgisini şu şekilde açıklıyor: “Çeşitli teknikleri kullanmayı, onlarla deneyler yapmayı seviyorum. En çok kullandığımız teknikler: konserve, turşu yapma, fermentasyon,



kurutma, olgunlaştırma. Döner buharlaştırıcı mutfağımızın vazgeçilmez araçlarından biri.” Şefin aromatiklerle ilgili fikirleri ise şöyle: “Benim görevim, misafirlerime hiç tatmadıkları tatlar sunmak. Bunu da herkesin bildiği ve herkesin ulaşabildiği sebzelerle yapmak zorundayım. İnsanlara kapılarının önünde yetişen şeylerin neler sunabileceğini göstermek ilginç oluyor. Doğal, minimal ve malzeme odaklı bir tarzım var. Yemekler doğadan ilhamla kafamda hayat buluyor.”

Seven Swans'ta pişirdikleri “Havuç, Biber, Kuşüzümü” yemeği (altı saat kurutulmuş ve barbekü sosunda marine edilmiş havuç, bir önceki yıl toplanan biberlerden yapılmış tatlı ekşi turşu, közlenmiş ve fermente edilmiş kuşüzümleriyle) gibi yemekler yeni bir kuliner çağ başlattı. Misafirleri bir şeyin vegan olup olmadığını düşünmeden yalnızca onun tadına varıyorlar. Bu Ricky'nin de dediği gibi, “doğanın sunduğu ve her zaman kullanılan malzemelerle tat ve dokular yaratma sanatı” aslında. Seven Swans mutfağının temsil ettiği şey de tam olarak bu.

Şef, Seven Swans'taki ilk yılının ardından 2019 Almanya Michelin yıldızları açıklanmadan bir gün önce, Berlin'de düzenlenen Michelin etkinliğine çağrıldı. Ve editörün ısrarıyla ertesi gün kendini ödül töreninde buldu. Bunun kendisi için büyük bir şaşkınlık olduğunu belirten Ricky ödül gecesiyle ilgili şunları söylüyor: “Michelin Almanya Sürdürülebilirlik ödülünü aldığımız gece benim için çılgıncaydı, ne yaşayacağıma dair hiçbir fikrim yoktu. Sahneye çıkıncaya kadar neler olup bittiğini anlayamamıştım. Üzerinde smokini olmayan tek kişiydim, mutfaktan fırladığım gibi kot pantolon ve bol bir gömlekle gitmiştim. Kendimi dünyanın en şapşal insanı gibi hissediyordum. Sahneye çağrıldım ve bir salon dolusu Michelin yıldızlı şefin karşısında kim olduğumu ve ne yaptığımı anlatmaya başladım. Çılgınlıktı.” Ricky sürdürülebilirlik ödülünü alan ilk ve son şef oldu. Bir yıl sonra bu ödülün adı yeşil yıldız ödülü olarak değişti.

Tüm bunların bir rüya olduğunu düşünen Ricky'ye ergenliğinde Michelin ödülü alacağı söylense onunla dalga geçtiklerini düşünebilirdi. Çünkü 16 yaşındayken okul bitince annesi onu Batı Almanya'daki bir huzurevinde aşçı yamağı olarak

çalışmaya başlaması için zorlamasa, belki de Ricky şefliği bir kariyer olarak düşünmeyecekti. Yemek pişirmeyi orada öğrenen Ricky çeşitli şehirlerdeki çeşitli otellerde çalıştıktan sonra Yeni Zelanda'nın en ünlü dört restoranında beş aylık bir burslu eğitim gördü. Bu restoranlardan biri Ricky'nin mutfak felsefesine büyük etkisi olan Şef Michael Meredith'in Merediths restoranıydı. Orada yaptıklarının restoranında ortaya koyduklarına katkısını şöyle anlatıyor Ricky: "Her gün farklı bir tarlaya, ormana gidip malzemeler toplardık. Michael'in neyi amaçladığına dair en ufak bir fikrim yoktu. Kullandığımız malzemelerin ancak yüzde 10'unu biliyordum ama çok eğleniyordum. Sonunda onun fikirlerini ve felsefesini kavradım ve ne yapmak istediğimin farkına vardım." Bu isteğinden hareketle de Seven Swans'ı vegan bir restorana dönüştürme cesaretini gösterebilmiş. Doğru okudunuz, cesaret çünkü hayvansal ürünlerle yapılan yemekler servis eden bir restorandan vegan bir restorana dönüşmek oldukça riskli. İnsanların lüks deyince aklına gelen hiçbir malzemeyi kullanmıyor Ricky ve var olan müşterileri ve daha da önemlisi Michelin'i kaybetmeyi göze alarak bitkisel temelli bir mutfak kurdu kendine. Şef, bununla ilgili, "Böyle olması gerekiyordu böyle oldu," diyor. "Risk almadan başaramazsın. Bir şeyleri değiştirmek için tek başına da olsan bazı adımlar atmak zorundasın. Her yıl kendimizi baştan yeniliyoruz. Bu ilerlemenin ve gelişmenin tek yolu. Durağanlık demek gerileme demek."

Şef, sürekli değişik tarifler, değişik teknikler deniyor ve kendi yetiştirdikleri sebze ve meyvelerle ya da yerel üreticilerden aldıkları malzemelerle yeni yeni tatlar yaratmanın peşinde koşuyor. Boş vakitlerini permakültür tarlasında geçirip nasıl daha farklı lezzetler elde ederim diye düşünmekle geçiriyor Ricky. Çünkü, "Fazla dekoratif olmayan, oturma

odası atmosferinde ve tüm odağın tabaklar olduğu bir restoran," olarak tanımladığı Seven Swans'ın doğa gibi değişmesini ve gelişmesini istiyor. Bunun için odağı Michelin yıldızı da değil. Ödül için, "Sonuç olarak her ödül çok çalışmanın, boş vaktin olmamasının, gözyaşları ve acının bir teyidi niteliğinde. Fakat bu ödül benim için bir motivasyon kaynağı ve tabiri caizse sadece şöhretimizin kaymağını yemek yanlış olur," diyor Ricky, Seven Swans'ı, "vegan, yerel, mevsimsel, kökünden yaprağına sürdürülebilir ve topraktan masaya konseptini benimsemiş" bir restoran olarak tanımlıyor.

"Asla yerinde durmayan, her gün gelişmeye devam eden bir konseptte sahibiz. Doğa hâlâ bize sonsuz sayıda keşfedilmeyi bekleyen şey sunuyor ve bizim de hedefimiz aramayı sürdürmek ve onları mutfağımızda kullanmak," diyor Ricky lezzetli lokmaları doğayla iç içe hissederek, neredeyse toprak kokusu alacağınız şekilde yemeniz için elinden gelenin en iyisini yapmaya devam edecek. Ve bir kez daha Michelin yıldızına layık görüleceklerine hiç şüphe yok. Çünkü hep daha doğal ve lezizi hedefliyor, yaratıcılıklarını kullanarak yemek değil sanat eserleri ortaya çıkarıyorlar. Doğal, leziz ve yaratıcı. Michelin'i hak etmek için başka neye ihtiyaç var ki?

Frankfurt'a yolunuz düşerse gözlerinizi kapadığınızda sadece aldığınız kokularla kendinizi yeşilliklerin, ağaçların arasında, çiçeklerin içinde hissedeceğiniz ve en doğalını yediğinizden emin olarak lezzetli lokmaların tadını çıkaracağınız Seven Swans'a uğramadan dönmeyin. Eminim ki hem damağınız hem de ruhunuz orada olduğu için mutlu olacak. Doğa her zaman ama her zaman iyi gelir...



Kıyafetten Aksesuara Sürdürülebilir Bir Gardırop

Geri dönüştürülmüş malzemelerden kıyafetler, şapkalar ve mücevherler tasarlayan sürdürülebilir girişimci markalara bakıyoruz.

SENA ÇAKICI



Bugün her kavramın sürdürülebilir olanı mubah; sürdürülebilir tarım, sürdürülebilir seyahat, sürdürülebilir kalkınma, sürdürülebilir moda... Hatta öyle ki, son zamanlarda çok sıklıkla kullandığımız “sürdürülebilirlik” kelimesini, yazının başlığına eklerken ufak bir tereddüt yaşadım. Fakat gelin şöyle düşünelim: Sanayi Devrimi’nden beri fabrika bacalarında çıkan dumanlarla kirlettiğimiz dünyayı kurtarmak için “sürdürülebilirlik” lafı bir süre dilimize persenk olsun, çok mu?

Sürdürülebilirlik alanında araştırmalar yürüten McKinsey Sustainability’e göre, dünyada her yıl yaklaşık 100 milyar adet giyim eşyası üretiliyor. Bu hacimli üretim miktarıyla birlikte moda endüstrisi, doğaya salınan sera gazının yaklaşık yüzde 4 ila 10’undan sorumlu oluyor, ki bu da iklim krizi tehlikesi için göz ardı edilemeyecek bir rakama işaret ediyor. Verileri çoğaltmak, derinlemesine incelemek pek mümkün, fakat tüm olumsuz datalara rağmen peş peşe kurulan sürdürülebilir moda markaları, ikinci el ve yeniden giyimin revaçta olması, plastik ve doğaya zararlı materyaller kullanılmadan üretilen koleksiyonlar ise işin iç ferahlatıcı yanı oluyor. Burada konu ettiğimiz doğa dostu markalar da bu çabanın bir parçasını temsil ediyor.

FOR DAYS

2018’de kurulan For Days, ilk kapalı döngü (sıfır atık) giyim markalarından biri. Markanın paylaştığı verilere göre, ikinci el satış ya da bağışlamak üzere verilen kıyafetler de dahil olmak üzere tüm tekstil ürünlerinin yüzde 85’inden fazlası çöpe gidiyor. Bunun önüne geçmek isteyen For Days, ürünlerinin hepsini geri dönüştürülebilecek şekilde tasarlıyor. Ayrıca, atılmış ve artık kullanılmayan kumaşları da geri dönüştürerek kendi üretim zincirine dahil ediyor.

[@sustainably_rosalie](#)





COLLINA STRADA

“Sürdürülebilirlik bir yolculuktur!” diyen Collina Strada, iklim bilinci ve sosyal duyarlılıkla koleksiyonlar üreten sürdürülebilir bir moda markası. Kimi zaman üretim fazlası kumaş parçalarını kullanan marka, kimi zamansa bambulardan ve gül çalılıklarından kumaşlar üretiyor. Günlük giyimden gece kıyafetine geniş bir yelpazede giyim koleksiyonları olan Collina Strada, son zamanlarda spor giyim parçaları da üretiyor.

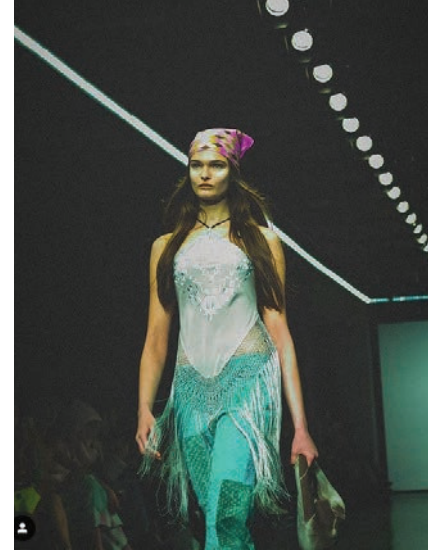
[@collinastrada](https://www.collinastrada.com)



GAÂLA

Bir Fransız markası olan Gaâla, tüm kıyafetlerini geri dönüştürülmüş kumaşlardan üretiyor. Küçük bir işletmede yerel zanaatkarlarla çalışan bu sürdürülebilir giyim markası, İtalyan modaevlerinden artakalan kumaşları kullandığı gibi Belarus’tan gelen keten kumaşları da yeniden değerlendiriyor. Marka, kıyafetlerini Paris’teki atölyesinden dünyanın dört bir yanına ulaştırıyor.

[@gaalaparis](https://www.gaalaparis.com)



CONNER IVES

Kuzey İngiltere’deki Sheffiled’deki bir depodan toplanan eski giysileri ve kumaşları geri dönüştürerek yeniden kıyafet üreten Conner Ives; estetik örgüleri, nostaljik Amerikan havası ve seksi gece kıyafetleriyle en şık sürdürülebilir moda markalarından biri. Markaya ismini veren kurucusu Conner Ives, doğa dostu kıyafetler üretmenin insana yakışan şey olduğunu söylüyor.

[@connerives](https://www.connerives.com)

AHLUWALIA

2018’de kurulan Ahluwalia, koleksiyonlarındaki kıyafetlerini modaevlerinden gelen tüketim fazlası kumaşlar ve eski giysilerden üretiyor. Bir yandan Hint çizgilerini yansıtan tasarımlar, sürdürülebilir oldukları kadar kültürel aktarım açısından da önem taşıyorlar. Markanın kurucusu ve tasarımcısı Priya Ahluwalia, geleneksel Hint işçiliğine geri dönüştürülmüş kumaşlarda hayat veriyor.

[@ahluwalia](https://www.ahluwalia.com)





RE/DONE

Bireyselliği merkeze koyan Re/Done, ürettiği her parçayla müşterilerini özel hissettirmeyi amaçlayan sürdürülebilir bir denim markası. Ve tabii, aynı hassasiyet doğa için de geçerli. On binlerce eski Levi's pantolonu geri dönüştürerek yeni pantolonlar üreten Re/Done, hem vintage etkisi yaratıyor hem de bir yılda 2,5 milyon galondan fazla su tasarrufu sağlıyor (tek bir kot pantolonu üretmek için ortalama 2.500 ile 10.000 litre su harcanıyor).

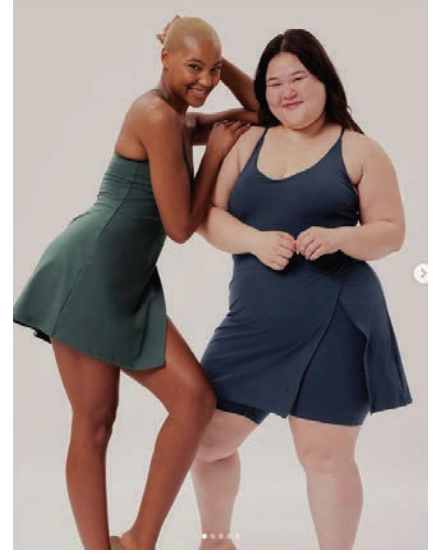
[@shopredone](#)



SELINA SANDERS

Yavaş moda tasarımcısı Selina Sanders ise kendi ismini verdiği markasında, mutfak havlularını kullanarak top, etek ve elbiseler tasarlıyor. Mutfak havlularının yanı sıra masa örtülerini ve eski yorganları kabarık kollu bluzlara, gömleklere, elbise ve eteklere çeviren Sanders, kıyafetlerini Kaliforniya'daki evinde üretiyor. İkinci el kumaşları Selina'ya göndererek bespoke siparişler vermek de mümkün.

[@selina_sanders](#)



GIRLFRIEND COLLECTIVE

Ev ve iç giyim kıyafetleri üreten Girlfriend Collective, koleksiyonlarında okyanuslardan toplanan pet şişeler, balık ağıları ve bilumum atıklarından geri dönüştürülerek elde edilmiş kumaşları kullanıyor. Sağlık ve zindeliğin pek çok şekilde, biçimde ve boyutta olduğunu savunan marka, kadın bedeni üzerinde kurulmuş standart güzellik algısını da yıkmayı amaçlıyor.

[@girlfriend](#)

INDIGO LUNA

Indigo Luna'nın öyküsü biraz romantik: Avustralya'nın kumsallarında düşlenen bu marka, Bali'de hayata geçirilmiş. İlham kaynağı ise indigo ağacı. Son dönemin popüler sürdürülebilir moda markalarından biri olan Indigo Luna, kıyafetlerini geri dönüştürülmüş ve doğaya zararı olmayan materyallerden üretiyor. Kadın istihdamına da ayrıca önem veren markanın üç yöneticisinden ikisi kadın.

[@indigoluna.store](#)





ALIGHIERI

Adından da anlaşılacağı üzere Alighieri, ilhamını büyük İtalyan şair Dante'den alıyor. Takılarını kişisel hikâyelerden ve Dante'den esinlenerek tasarlayan mücevherci, sanatla iç içe olduğu kadar da sürdürülebilir bir marka. Koleksiyonlarda geri dönüştürülmüş gümüşler ve bronzlar kullanılıyor.

[@alighieri_jewellery](https://www.alighieri-jewellery.com)

**YES,
WE MAKE
HATS
OUT OF
THIS**



STORIED HATS

Geri dönüştürülmüş pet şişeler, kullanılmış kahve çekirdekleri ve meyve kabukları... Storied Hats şapkalarını geri dönüştürülmüş malzemelerden elde edilen sürdürülebilir kumaşlarla üretiyor. Kullandıkları organik pamukla ise konvansiyonel pamuğa göre yüzde 88 su tasarrufunda bulunuyorlar. Markanın üzerinde logo olmayan şapkaları, her stile hitap edecek türden.

[@storiedhats](https://www.storiedhats.com)



WATERHAUL

Waterhaul, deniz kıyılarından atık balık ağlarını topluyor, geri dönüştürüyor ve bir güneş gözlüğü olarak yeniden hayat veriyor. Bir yanıyla, okyanustan güneşe uzanan bir sürdürülebilirlik yolculuğu. Okyanuslarda neredeyse bir yüz yıl kadar kaybolmadan durabilecek balık ağlarından üretilen gözlüklerinden dayanıklılığı da oldukça yüksek oluyor haliyle.

[@waterhaul_co](https://www.waterhaul.co)



SVNR

Bir Alman markası olan SVNR, mücevherlerini kullanılmış ve geri dönüştürülmüş materyallerden üretiyor. 2018'de kurulan marka, mücevherlerin yanı sıra kumaşlar da üretiyor. SVNR'nin kurucusu Christina Tung markasını, estetiğin ve etişin bir araya gelişi olarak tanımlıyor.

[@svnrshop](https://www.svnrshop.com)

Yeni Bölüm Başlıyor: Okyanus Atıklarından Renkli Kadran

SAATOLOG
YÜKSEK SAATÇILIK

Oris, okyanusları koruma misyonunda yeni bölümü, okyanus atıklarından ürettiği ve her biri eşsiz Aquis Date Upcycle'lara ayırıyor.

Yüksek saatçiliğin bu yılki en önemli gündem maddesi, sürdürülebilirlik oldu. 2018'de H. Moser & Cie.'nin soruna dikkat çekmek için gerçek yeşilliklerle kapladığı saatinden bugüne birçok adım atıldı; buna rağmen yolun başında olduğumuz söylenebilir: Başlatılan hareketi daha pek çok saat markası takip edecektir.

Tom Ford'un okyanus atıklarından dönüştürdüğü ve "her bir saatte 35 pet şişenin kullanıldığı" 002 Ocean Plastic Timepiece'ini Ulysse Nardin'in balık ağlarından dönüştürdüğü Diver Net'i izlemiş, bu yılın Watches and Wonders Fuarı'nda da Panerai liderliği göğüslemişti: Panerai tüm kampanyasını sürdürülebilirlik üzerine kurarken duyurduğu Submersible eLAB-ID PAM01225, yüzde 98,6'sı ileri dönüştürülmüş bir saat olmasıyla rekor kırmıştı, ki şimdilik bu rekoru ileriye taşımanın kolay olmayacağını öngörebiliriz.

Panerai'nin ilgili saati anlattığımız yazımızda istatistiklerden söz etmiştik. Okyanuslarda 7 trilyon parça plastik atık var, bunlardan 269 bini yüzeyde; BM Environment'a göre her yıl da 13 milyon ton plastik atık okyanuslara sızıyor; bu da dakikada bir kamyon yükü anlamına gelir. Ve tüm bu plastiğin bugüne dek yalnızca yüzde 9'u dönüştürülmüştür.

Bu soruna çare arayan saat markalarından biri de, Oris. Marka, alametifarikası olan dalış saatlerini geri dönüştürülmüş pet plastikten yaptığı renkli kadranlı Aquis Date Upcycle olarak Cenevre Saat Günleri kapsamında duyurdu. Öncelikle söylemeliyiz ki, marka, pet şişelerden tasarladığı renkli kadranlarıyla tasarım açısından gerçekten iyi iş çıkarmış. Saatler Türkiye'ye geldiğinde denemek için sabırsızlanıyoruz. İkincisi ise, dalış saatleriyle ünlü bir markanın okyanusları korumak istemesi, onun misyonuna duyduğu bağlılığı göstermesi açısından da önemli.





Oris Aquis Date Upcycle



Oris Aquis Date Upcycle



Upcycle, markanın çevre konusundaki ilk adımı değil. Oris, okyanus koruma misyonuyla hareket eden kuruluşlarla, birkaç yıl önce fon ve farkındalık yaratma çalışmaları konusunda işbirliği yapmaya başlamış ve tüm bu çalışmalarını “Change for the Better” [Daha iyisi için değiş(im)] mottosu altında toplamıştı. Örneğin plastik atıkların okyanusa ulaşmasını önlemek için tasarlanmış bir yüzer platform geliştiren Everwave, markanın işbirliği yaptığı kuruluşlar arasında. Yine bağımsız iklim eylemi uzmanları ClimatePartner, Oris’in iklim nötr olduğunu resmi olarak onayladı. Bunun sonucunda Oris, karbon emisyonunu azaltmak ve sürdürülebilir davranmak için kolları daha da sıvadı, buna da “Yeni bölüm” adını verdiği bir dizi stratejiyle hayata geçirecek.

İlk aşama olan Upcycle saatleri üretmek için Oris, birkaç yıldır olduğu gibi küresel ortakları ve tedarikçileriyle birlikte Dünya Temizlik Günü’ne katılmış. Üç ayda bir yapılan temizlikler için #tide, markaya özel ve geri dönüştürülmüş okyanus atıklarından “temizlik torbaları” üretmiş. Bu arada #tide İsviçre merkezli bir başka kuruluş; yüzde yüz okyanusa bağlı plastiği birinci sınıf hammaddelere dönüştürmesiyle tanınıyor. BM’nin



Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'ne bağlı #tide, bugüne dek 15 milyon pet plastik şişenin okyanusa girmesini önlemiş. Geri dönüşümde işlenmemiş plastik üretiminde kullanılan enerjiden yüzde 52 tasarruf etmesi ve yüzde 79 daha az sera gazı emisyonuna neden olması da diğer yüz akı istatistikleri. #tide'in ürettiği; fincanlarda, spor salonu zeminlerinde gördüğümüz plastikler tekrar tekrar dönüştürülebilir durumda. Oris de #tide'la birlikte farkındalık yaratmayı ve karbon ayak izini azaltmayı umuyor.

Bu, harika görünen saatlere dönecek olursak; daha önce de söylediğimiz gibi her iki saatin kadranı da

okyanustaki plastik atıkların dönüştürülmesiyle meydana getirilmiş, bu sebeple her saatin desenleri kendine özgü olacak. 41,5 ve 36,5 mm kasa seçenekleri varsa da, her boyutta saat üretilebileceği belirtilmiş. Paslanmaz çelik kasaya, çizilmeye dayanıklı gri seramik parçaya sahip, tek yönlü bezeli olan saatte otomatik bir mekanizma bulunuyor. Her bir saat, sürdürülebilir ve geri dönüştürülmüş kâğıttan gri sunum kutusunda gelirken markanın, şimdilik 88 adet olan saatlerin sahiplerinden beklentisi, okyanusları koruma görevinde yanlarında yer almaları.

Oris'in küresel ortakları ve tedarikçileriyle birlikte katıldığı Dünya Temizlik Günü'nden bir kare



7 Adımda Nasıl Çevre Dostu Seyahat Edilir?



Seyahat ederken karbon ayak izimizi azaltmanın ve sürdürülebilir bir seyahate çıkmanın 7 yolu...

SENA ÇAKICI

Gezip gördüğümüz yerlerin havasından suyundan etkilenir, kültürlerine dokunuruz. Bhutan Krallığı, “Mutluluk bir mekândır” der örneğin. Öyle ki, mutluluğu kilometrelerce ötedeki yemyeşil bir krallık olan Bhutan’da da, ufak bir hafta sonu kaçamağıyla bir Ege kasabasında da bulabiliriz. Zaten nereye olursa olsun yola çıkmanın mutluluk getirdiği hepimizce malum. Öte yandan yola çıkmak mutluluğunun sürmesi, yıllardan ve yollardan sonra bir yaz günü o sevdiğimiz Ege kasabasını hâlâ yemyeşil ve temiz bulabilmek için bugün çıktığımız yolculuklarda titiz davranmamız gerekiyor. Diğer bir deyişle, bundan böyle “sürdürülebilir” seyahatlere çıkmak gerekiyor. Peki, bir sonraki tatilimizin sürdürülebilir olması için planımızda neler olabilir?



2022 Çevresel Performans Endeksi'ne göre Danimarka, dünyanın en sürdürülebilir ülkesi (üstte). Belmond Andean Explorer, yolculuklarda karbon salınımını azaltmayı hedefleyen şirketlerden (altta).

ÇEVRE DOSTU BİR DESTİNASYON SEÇMEK

Doğal Hayatı Koruma Vakfı (WWF) Genel Başkan Yardımcısı Jim Sano'ya göre, doğal yaşama dikkat eden ve çevreyi koruyan bir destinasyon seçmek sürdürülebilir bir seyahat için atılması gereken ilk adım. 2022 Çevresel Performans Endeksi'ne göre Danimarka, dünyanın en sürdürülebilir ülkesi. İsveç, Finlandiya ve İngiltere gibi Avrupa ülkeleri Danimarka'yı takip ederken yanı başımızdaki Balkan ülkelerinden Slovenya da ilk 10 içerisinde kendine yer buluyor.

ULAŞIMDA KARBON AYAK İZİNİ AZALTMAK

Çevre dostu bir mekân seçip bavulları hazırladıktan sonra gönül rahatlığıyla yola çıkmak için karbon emisyonunu en aza indiren ulaşım şirketlerini seçmek listenin ikinci adımı. United, Air France ve Qantas gibi hava yolu şirketleri, karbon salınımını azaltmayı hedefleyen ulaşım şirketlerinden bazıları. Ayrıca aktarmalı yolculuklar yerine direkt uçuşlar da tercih edilebilir. Demiryolunda ise uçakla seyahate oranla 10 kat daha az karbon salgılanıyor. Orient Express ve Belmond Andean Explorer, yolculuklarda karbon salınımını azaltmayı hedefleyen şirketlerden ikisi.

EKOLOJİK BİR OTELDE KONAKLAMAK

Bir sonraki tatilinizde ekolojik bir otel seçmeniz konfor ve lüksten taviz vereceğiniz anlamına gelmiyor: Enerjisini güneş ya da rüzgâr panellerinden karşılayan, mutfağında yerel çiftçilerden gelen meyve ve sebzelerini kullanan, sıfır plastik politikasına uyan son sınıf oteller bu yaz bitmeden listenize eklenebilir. Edition otelleri, Six Senses Bhutan (karbon-sıfır olan Bhutan, dünyanın





*Londra'dan
sürdürülebilir bir
otel, Treehouse
Hotel London*

en doğa dostu ülkesi) ve Peninsula son zamanların en beğenilen çevre dostu lüks otelleri arasında.

YEREL ÜRETİCİYİ DESTEKLEMEK

Dünya Turizm Örgütü'ne göre, bir seyahat boyunca yapılan 100 dolarlık alışverişten yalnız 5 doları yerli üreticinin cebine girmiş. Seyahatiniz boyunca yerel üreticiyi desteklemenin en kolay ve lezzetli yollarından biri ise yerel restoranlardan yemek. Böylece yerel çiftçi ve ekonomiyi destekleyebilir, uzaklardan gelen gıda transferinde ortaya çıkan karbon salınımının önüne geçebilirsiniz. Ve tabii işin en keyifli yanı, yani tatlar keşfetmek olacak.

PLASTİK TÜKETİMİNİ AZALTMAK

Çevre dostu ve sürdürülebilir bir yaşamın olmazsa olmaz ilk kuralı: Plastik tüketimini en aza indirmek. Bavul hazırlarken de, yolculuk sırasında da bu altın kuralı uygulamak için paketlemeleriniz için geri dönüştürülebilir plastikler kullanabilir, yanınıza alacağınız yiyecekler için tek kullanımlık plastikler değil de geri dönüştürülebilir kaplar tercih edebilirsiniz. Travelers Against Plastic, yolculuklarınızda plastik kullanımını azaltmak için iyi bir rehber.



DAHA HAFİF BAVULLAR

Ağır bavullar, yükü ağır uçaklar demek. Uçakların yükü ağırlaştıkça ise kullandıkları yakıt miktarı da artıyor. Bu yüzden hafif bavul hazırlamak hem çevre hem de kendi yükümüzü azaltmak için her zaman en iyisi.

DOĞRU TUR ŞİRKETLERİ

Eğer bir sonraki seyahatinizi bir tur şirketi ile yapmayı planlıyorsanız yolculuk boyunca karbon ayak izinizi minimum seviyede tutacak tur şirketlerini düşünebilir, çevreci ulaşım yollarını kullanan ve küçük gruplarla yol alan tur şirketlerini tercih edebilirsiniz. Yaz bitmeden hem sürdürülebilir hem de bir deneyim seyahatini tecrübe etmek isterseniz Sayga Travel aklınızda olabilecek yerli şirketlerden biri.

ARMBAND UHREN

saatolog



Saat ve yaşam kültürü dergisi **Saatolog**,
İşiguro'dan ilhamla "**Değişen Dünyada
Zaman**" temasıyla bir yıl boyunca **raflarda**.
**2021'de tanıtılan 1.000'e yakın
saat modeli, marka tarihçeleriyle
bu sayıda!**