

Cumhuriyet'in çocukları



1871'de kurulan Kurukahveci Mehmet Efendi, genç Türkiye Cumhuriyeti'nin markalaşma yolunda adım atan ilk yerli firmaları arasında yer aldı; halen Türk kahvesinde akla gelen ilk markadır.



Türk kültüründe yorgunluk atmak ve sohbetlere keyif katmak için içilen, konuğa gösterilen sevgi ve saygının temsilcisi olan Türk kahvesi, halen ülkemizde en çok tüketilen, en çok tercih edilen kahve türüdür. Her yudumda aynı yüksek kaliteyi ve özgün bir kahve keyfi sunmayı amaçlayan Kurukahveci Mehmet Efendi, klasik Türk kahvesinin yanı sıra filtre kahve ve espresso çeşitleriyle de kahve tutkunlarının beğenisine hitap ediyor. Kurulduğu günden beri kaliteden ödün vermeyerek varlığını sürdüren marka, Türk kahvesinin “kültür elçiliği” görevini büyük bir gururla sürdürüyor, yurtiçinde ve yurtdışında çok sayıda fuar, kongre ve festivallerde kahve ikramları ve tanıtımlar yapmaya devam ediyor.

TARİHÇE

Türk kahvesi, 19'uncu yüzyıl sonlarına kadar çığ çekirdek olarak satılıyor ve evlerdeki kahve tavalarında kavrulduktan, el değirmeninde çekildikten sonra pişirilip içiliyordu. Süleymaniye Medresesi'nde eğitim gördükten sonra, babasının

baharat ve çığ kahve satan dükkânında çalışmaya başlayan Mehmet Efendi, 1871 yılında işin başına geçti ve o zamana kadar çığ çekirdek olarak sattıkları kahveyi, “kavrulmuş”, “öğütülmüş” ve “paketlenmiş” olarak tüketime hazır şekilde İstanbullulara sundu. Böylece İstanbul Tahmis Sokağı'nda taze kavrulmuş, mis gibi kahvenin kokusu çevreye yayılırken, Mehmet Efendi bu yenilik ve sağladığı kolaylıkla kısa sürede tanınarak, “Kurukahveci” lakabıyla anılmaya başladı; Soyadı Kanunu'nun çıkmasıyla da bu adı sahiplendi.

Mehmet Efendi'nin 1931 yılında vefatından sonra oğulları işi devraldı. Ancak büyük kardeşlerin erken yaşta vefat etmesiyle, aile şirketinin yönetimi 50 yılı aşkın bir süre en küçük kardeş Ahmet Kurukahveci tarafından üstlenildi. Günümüzde ailenin üçüncü ve dördüncü kuşakları tarafından yönetilen Kurukahveci Mehmet Efendi, dünyada da yaşayan en eski kahve markalarından biri olarak anılıyor.

REKLAM VE TANITIM ÇALIŞMALARI
Kurukahveci Mehmet Efendi'nin başa-

rısıyla yıllara direnen bir marka olması; dört nesil yöneticilerinin doğru zamanda doğru adımı atmış olmaları kadar, görsel kimliğin önemini kavrayarak yenilikleri kısa sürede marka kimliğine taşıma duyarlılıklarının ve tasarımcıların oluşturduğu isabetli çözümlerin de önemli rolü var.

Kurukahveci Mehmet Efendi, genç Türkiye Cumhuriyeti'nin markalaşma yolunda adım atan ilk yerli firmaları arasında da yer aldı. 1930'lu yılların görsel dili reklam mesajlarıyla desteklenerek, grafik tasarımın, basılı reklamların, açık-



29 Ekim 1933 tarihli Milliyet gazetesinde yayınlanan iki tam sayfa ilan.



hava reklam çalışmalarının ve afişlerin Türkiye'deki ilk örnekleri ortaya çıktı. 1933'te dönemin en ünlü grafik sanatçısı İhâp Hulusi Görey'e tasarlatılan ve günümüzde de ikonik değerini koruyan “Kahve İçen İnsan” logosu, tasarımından 60 yıl sonra Bülent Erkmen tarafından küçük değişikliklerle birlikte bir kurumsal kimlik sistemine dönüştürüldü.

MARKALAŞMADA MİMARİNİN ÖNEMİ

İşin her yönüne gösterilen özenin ve kalite tutkusunun somut bir ifadesi olarak, şirketin üretim, satış ve yönetim binalarının da her zaman önemli bir yeri olmuştur. Günümüzde dahi çağdaş görünümünü koruyan Kurukahveci Mehmet Efendi'nin tarihi Eminönü binası 1930'da dönemin önde gelen mimarlarından Zühtü Başar tarafından “art deco” tarzında tasarlandı. Şirketin 2000'li yılların başında Dudullu'da inşa edilen yeni teknoloji üretim tesisleri ve yönetim binaları Mimar Haydar Karabey; 2019'da açılan ve içinde yeni bir satış mağazası, kahve kütüphanesi ve kalıcı kurum sergisi barındıran “Tahmis Binası” ise yine ülkemizin önde gelen mimarlarından Han Tümertekin tarafından tasarlandı.

KURUM KÜLTÜRÜ VE MARKA DEĞERLERİ

Kurum kültürünün bir parçası olan yenilikçilik sayesinde daima genç kalan marka, değişmeyen kalitesiyle müşterisinin gözündeki itibarlı konumunu koruyor. Tüm iş ilişkilerini karşılıklı saygı,



Her yaştan milyonlarca müşterisi tarafından “bizden biri” olarak kabul edilen marka; deneyimli, köklü, güvenilir, yenilikçi, lider, alçakgönüllü, samimi, sıcak ve sempatik sıfatlarıyla tanımlanıyor.



anlayış, takdir ve güven temelinde inşa etmek; iş kararlarını düşünerek, acele etmeden ve büyük resmi görmeye çalışarak vermek, Kurukahveci Mehmet Efendi Mahdumları'nın 21'inci yüzyılda da temel iş anlayışını yansıtıyor.

Her yaştan milyonlarca müşterisi tarafından “bizden biri” olarak kabul edilen marka; deneyimli, köklü, güvenilir, yenilikçi, lider, alçakgönüllü, samimi, sıcak ve sempatik sıfatlarıyla tanımlanıyor. Markanın bu özellikleri sadece Türkiye'de değil, uluslararası alanda da örnek alınmasını ve gıptayla izlenmesini sağlıyor. ■

