

Ege Bölgesi'nde 65 yeni otel projesi 25 binin üzerinde yatak kapasitesiyle sektördeki yerini almaya hazırlanıyor

Oteller Dosyası, Sayfa 18
"Termal Konseptli Oteller"

Tedarikçiler Dosyası, Sayfa 48
"Otellerde Dış Mekan Mobilyaları"

Uçtan Uca Network Çözümleri ile Misafirleriniz için Kusursuz Deneyim Sunmanın Tam Zamanı!

ZyXel Çözümleri ile Kararlı ve Güçlü bir Ağ Altyapısına
Kavuşan Oteller, Tüm Yaşam Alanlarında
Üst Seviyede İnternet Hizmeti Sunabilir Hale Gelerek
Müşterilerinden Tam Not Alıyor.



WiFi)) | Security - | Switch || | 5G ::

Turizm sektörünün ihtiyaçlarına yönelik tasarlanan ürün ve çözümlerimizle siz de konuklarınız için güvenilir Wi-Fi bağlantısından kişiselleştirilmiş konuk deneyimlerine ve Nebula ile gelişmiş ağ yönetimi özelliklerine kadar çok çeşitli avantajlar sunmaya şimdiden başlayın.



Elektromarla

Türkiye'nin ilk minibar üreticisi, 1954'ten beri.



Yüksek Konfor & Düşük Elektrik Tüketimi
INVERTER MINIBAR



www.elektromarla.com

Muratpaşa Mah. Uluyol Siteler Cad. No: 6/8A Bayrampaşa/ İSTANBUL

+90 212 545 79 80 +90 544 870 25 01

info@elektromarla.com

Yayın Merkezi

Turas Turizm Medya

Yayıncılık ve Ticaret

Ferah Mah. Taşlıbayır Sok. İlke 2 Sitesi

No:73 D.14 Üsküdar - İstanbul

0216 486 29 24 - 0542 412 07 16

www.turizmprojedergisi.com

Sahibi ve Sorumlu

Yazı İşleri Müdürü

Tuğyan Büyükaras

Genel Müdür

Bülent Büyükaras

bulent@turizmprojedergisi.com

Editör

Tuğyan Büyükaras

tugyan@turizmprojedergisi.com

Araştırma

Halet Tuncel

Projeler Danışmanı

Faruk Tuncel

Görsel Yönetmen

Feridun Akgüngör

feridun@gmail.com

Baskı

Şan Matbaa

Anadolu Cad. No: 50/3

Kağıthane / İstanbul

Tel: 0212 289 24 24

ISSN: 2757 - 9824

Abonelik

Yıllık Abone Bedeli 2880 TL

IBAN:

TR49 0006 4000 0011 2420 1654 23

Yayın Türü

Ulusal, Süreli, Aylık

Baskı yeri ve tarihi

İstanbul, Mart 2026

Ege Bölgesi'nde 25 binin üzerinde yatak kapasitesine sahip 65 yeni otel projesi daha konaklama sektörüne katılıyor

Turizm Proje Dergisi olarak bu sayımızda **“Projeler”** dosyamızda son güncellemelerini yaptığımız yapıyı devam eden **“Ege Bölgesi Yeni Otel Projeleri”ne** yer verdik. Yaptığımız araştırmalara göre 2026 yılı ile 2027 ve sonrasında, toplam 65 yeni otel daha sektöre katılım sağlıyor. Şubat 2026 tarihi itibarıyla son güncellemelerini yaparak hazırladığımız araştırmaya göre, Ege Bölgesi'nde, 43'ü 5 yıldız, 13'ü 4 yıldız, 5'i 3 yıldız, 4'ü ise butik otel kategorisinde olmak üzere 65 yeni otel projesi, toplam 25 bin 578 yatak sayısı ile hizmet vermeye başlayacak.

“Oteller” bölümümüzde **“Termal Konseptli Oteller”i** inceledik. Termal konseptli otellerimizin, zengin mineral değerlere sahip jeotermal su kaynaklarıyla gerek doğayla içi içe lokasyonlarıyla gerekse şehir merkezlerindeki kolay ulaşım imkanlarıyla, sağlıktan doğa turizmine, hafta sonu dinlenmesinden bütüncül wellness deneyimine kadar geniş bir yelpazede hizmet verdiklerini işledik. Türkiye'nin globalde hakettiği yerde olmadığını belirten sektör profesyonellerinin sektörün sorunları ve çözüm önerileri ile ilgili görüşlerine yer verdik.

“Tedarikçiler” dosyamızda **“Otellerde Dış Mekan Mobilyaları”nı** inceledik. Dış mekan mobilyalarında dayanıklılık ve estetik dengesinin çok kritik bir önem taşıdığını belirten sektör profesyonellerinin, sektörün aynı zamanda bir tesisin kalite algısını, kimliğini yansıtan, misafir memnuniyetini belirleyen en önemli yatırım kalemlerinden birini oluşturduğu hakkındaki görüşlerine yer verdik. Sektör temsilcilerinin, dış mekan mobilya sektörünün bulunduğu konumu, sektörün sorunlarını ve gelişimi için önerilerini işledik.

“İstatistikler” bölümümüzde Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın son açıkladığı verilere göre 2026 yılının ocak ayında 2 milyon 246 bin 639 yabancı ziyaretçi Türkiye'ye geldi. Yabancı ziyaretçi sıralamasında; ilk üç sırada, 225 bin 205 kişi ile İran, 220 bin 160 kişi ile Rusya, 171 bin 687 kişi ile Bulgaristan yer aldı. Geçtiğimiz yılın aynı ayında gelen yabancı ziyaretçi sayısı ise 2 milyon 171 bin 118 olmuştu. Buna göre 2026 yılının ocak ayında yabancı ziyaretçi sayısında, geçtiğimiz yılın aynı ayına göre yüzde 3,48 artış yaşandı.

“Gündem” bölümümüz, güncel turizm haberleri, **“Dünyadan”** bölümümüz, dünyada turizm haberleri, **“Acenteler”** bölümümüz, acenteler ile ilgili güncel haberleri, **“Etkinlikler”** bölümümüz, önemli turizm fuarları, toplantıları içeriyor.

Beğenilerinize sunar, iyi okumalar dileriz.

Projeler Dosyası

Ege Bölgesi'nde 65 yeni otel projesi 25 binin üzerinde yatak kapasitesiyle sektördeki yerini almaya hazırlanıyor.....4

Oteller Dosyası

Termal konseptli oteller, zengin jeotermal su kaynaklarıyla misafirlerine hem fiziksel rahatsızlıklara destek hem arınma ve yenilenmeye katkı sağlayan, wellness, gastronomi ve eğlenceyi bir araya getiren bütüncül bir hizmet sunuyorlar 18

Tedarikçiler Dosyası

Dayanıklılık ve estetik dengesinin kritik önem taşıdığı dış mekan mobilyaları, bir tesisin kalite algısını, kimliğini yansıtan, misafir memnuniyetini belirleyen en önemli yatırım kalemlerinden birini oluşturuyor48

TÜRKİYE DİSTRİBÜTÖRÜ
EF TEKNOLOJİ SİSTEMLERİ ELEKTRONİK VE İNŞAAT
SAN. TİC. A.Ş.

Ortaköy Mah. Sarı Efe Sok. No: 1/1 Ortaköy
34347 Beşiktaş - İstanbul - TÜRKİYE
Tel: +90 212 327 05 01 (7/24) Faks: +90 212 327 05 62
www.efteknoloji.com.tr info@efteknoloji.com.tr

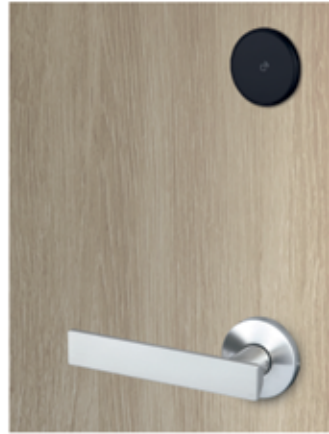


“TÜM KİLİTLERİMİZ 90 DAKİKA YANGIN DAYANIKLILIK SERTİFİKASINA SAHİPTİR”



MIWA ALV3 Online ve Online Ready WIDE

Miwa P ALV3 serisi son teknoloji elektronik kilitleme çözümleri ile günümüzün Otel Endüstrisine hizmet vermektedir. Birçok renk (bitiş) ve kol tipleri mevcuttur. Teknoloji, Mifare 13.56 Mhz kart ile BLE (Bluetooth) özelliğine sahip cep telefonları ile çalışmaktadır.



MIWA ALV3 SEPERATE

Miwa'dan Online ALV3 Serisi, Mifare, Mifare Plus kartlar ile ve BLE (Bluetooth) özelliğine sahip cep telefonları ile çalışmaktadır.



MIWA ALV3 SLIM

Miwa ALV3 SLIM serisi en şık modeldir. Birçok renk (bitiş) ve kol tipleri mevcuttur. Teknoloji, Mifare 13.56 Mhz kart ile BLE (Bluetooth) özelliğine sahip cep telefonları ile çalışmaktadır.

REFERANSLARIMIZ

• Double Tree By Hilton Şanlıurfa • Double Tree By Hilton Trabzon • Land of Legends Antalya • Nickelodeon Hotels Antalya • Ramada Tekstil Kent • Charisma Deluxe Resort Hotel Kuşadası • Beks Hotel Kuşadası • Somerset Maslak • Club Med Palmiye Bodrum • My Home Resort Alanya • Seamelia Resort Hotel Serik • Miracle Resort Hotel Antalya • Class Hotel Ankara • AKKA Antedon Deluxe Resort Hotel ve devamında 800'ün üzerinde proje.

projeler



Ege Bölgesi'nde 65 yeni otel projesi 25 binin üzerinde yatak kapasitesiyle sektördeki yerini almaya hazırlanıyor

Turizm Proje Dergisi olarak, Ege Bölgesi için yaptığımız “Yeni Otel Projeleri” araştırmasına göre, 2026 yılı ile 2027 ve sonrasında, toplam 65 yeni otel sektöründeki yerini almaya hazırlanıyor. Şubat ayı itibarıyla son güncellemelerini yaparak hazırladığımız rapora göre, Ege Bölgesi'nde, 43'ü 5 yıldız, 13'ü 4 yıldız, 5'i 3 yıldız, 4'ü ise butik otel kategorisinde olmak üzere 65 yeni otel projesi, toplam 25 bin 578 yatak sayısı ile hizmet vermeye başlayacak.

Türkiye turizminin dinamik gücünü temsil eden bölgelerden biri olan Ege Bölgesi, İzmir, Muğla, Aydın, Denizli, Afyonkarahisar, Kütahya, Manisa ve Uşak illerini kapsıyor. Bölge, Türkiye'nin önemli turizm destinasyonlarından olan Bodrum, İzmir, Kuşadası, Çeşme, Alaçatı, Didim, Fethiye, Foça, Marmaris, Urla, Datça, Dalyan, Selçuk, Dalaman, Köyceğiz ve Pamukkale'yi bünyesinde barındırıyor. Eşsiz kıyı şeritleri, antik medeniyetlere ev sahipliği yapan tarihi dokusuyla pek çok ülkeden turist çekiyor. Ege Bölgesi'nin turist profili, Türkiye'nin genel istatistiklerinden farklı olarak çok güçlü bir Birleşik Krallık (İngiltere) hakimiyeti sergiliyor. Bölgenin ana pazarını oluşturan İngilizleri

sırasıyla takip eden Rusya, Polonya, Almanya ve Hollanda, Ege'nin pazar çeşitliliğini güçlendiriyor. Kuşadası ve İzmir limanları aracılığıyla ise ABD ve Kanada menşeli kruvaziyer turistleri bölgenin ekonomik canlılığına çok uluslu bir katkı sunuyor. 2026 yılı itibarıyla bölge, özellikle kruvaziyer turizmde Türkiye'nin lider giriş kapısı konumunu pekiştirdi. Kuşadası (Ege Port) ve İzmir limanları, Türkiye genelinde hedeflenen 3 milyon yolcu kapasitesinin ana merkezleri olarak rekor tazelemeye devam ediyor. Sadece deniz-kum-güneş ile sınırlı kalmayan Ege; Afyon ve Denizli hattındaki termal zenginlikleri, Efes'teki tarihi eserleri, Urla ve Alaçatı'daki gastronomi rotalarıyla turizmde varlık gösteriyor.



2026'DA AÇILACAK YENİ OTELLER

Yıldız	Tesis Sayısı	Yatak Sayısı
5	21	10442
4	4	712
3	3	458
Butik	3	246
Toplam	31	11.858

2026'DA AÇILACAK YENİ OTELLER (İLLERE GÖRE)

Şehir	5 Yıldızlı	4 Yıldızlı	3 Yıldızlı	Butik	Toplam Tesis Sayısı	Yatak Sayısı
Afyonkarahisar	1	1	1		3	1520
Aydın	2				2	1536
Denizli	2				2	792
İzmir	8	3	1		12	3192
Kütahya	1			1	2	350
Muğla	6		1	2	9	4060
Uşak	1				1	408



2027 ve SONRASINDA AÇILACAK YENİ OTELLER (İLLERE GÖRE)

Şehir	5 Yıldızlı	4 Yıldızlı	3 Yıldızlı	Butik	Toplam Tesis Sayısı	Yatak Sayısı
Afyonkarahisar	2				2	1000
Aydın		2	1		3	670
İzmir	7	3	1		11	4232
Kütahya	1				1	370
Manisa		1			1	180
Muğla	12	3		1	16	7268



Ege Bölgesi'nde, 2026 yılı ile 2027 ve sonrasında, toplam 65 yeni otel projesi daha bölge turizmindeki yerini almaya hazırlanıyor

Turizm sektörü, 2025 yılını 2024'te olduğu gibi, maliyetlerin arttığı, dövizin baskılandığı ekonomik sıkıntılarla geçirdi. Yakın coğrafyamızdaki savaşların devam etmesi ve turizmde pahalı ülke imajımıza rağmen 2025 için hedeflenen rakamlara yaklaşık olarak ulaşıldığı görüldü. Sektör 64 milyon üzerinde ziyaretçi sayısı ve 65 milyar doları aşkın gelirle

hedeflenen rakamlara yaklaşık olarak ulaşmayı başardı. Fakat otel yatırımları tarafında tablo hiç iç açıcı değildi. 2025 yılında bir önceki yıla göre otel yatırımlarında yüzde 30'a yakın bir düşüş yaşandı. Ertelenen yeni otel projelerinin büyük bir kısmının 2026 yılında hayata geçirilmesi planlanıyor. Bu nedenle bu yılın yatırımlar açısından daha hareketli geçmesi bekleniyor. Turizm Proje Dergisi olarak Ege Bölgesi için yaptığımız yeni otel yatırımları araştırmamıza göre, 2026 yılı ile 2027 ve sonrasında toplam 65 yeni otel projesi daha

2027 ve SONRASINDA AÇILACAK YENİ OTELLER

Yıldız	Tesis Sayısı	Yatak Sayısı
5	22	10734
4	9	2564
3	2	312
Butik	1	110
Toplam	34	13.720

bölge turizminde yerini alacak. Bu otellerin 31'i 2026 yılında, 34'ü ise 2027 ve sonrasında hizmete girecek. Söz konusu otellerin 43'ü 5 yıldız, 13'ü 4 yıldız, 5'i 3 yıldız, 4'ü ise butik otel kategorisinde bulunuyor. Tüm bu otel projelerinin toplam yatak sayısı ise 25 bin 578 adete ulaşıyor.

Yapımı devam eden otel projelerini, tesis sayıları bakımından ele aldığımızda Muğla ilimiz 25 otel ile ilk sırada İzmir ise 23 otel ile ikinci sırada yer alıyor

Yapımı devam eden otel projelerini, tesis sayıları bakımından ele aldığımızda Muğla 25 otel ile ilk sırada yer alıyor. İzmir ilimiz ise 23 tesis ile listenin ikinci sırasında bulunuyor. İzmir'i 5'er tesis ile Afyonkarahisar ve Aydın illerimiz izliyor. Bu şehirlerimizi ise Kütahya 3 otel, Denizli 2 otel, Manisa ve Uşak 1'er tesis ile takip ediyor. Muğla'da projesi devam eden 25 otelin 18 adeti 5 yıldız, 3 adeti 4 yıldız, 1 adeti 3 yıldız ve 3 adeti butik otel kategorisinde bulunuyor. İzmir'de 15 adeti 5 yıldız, 6 adeti 4 yıldız ve 2 adeti 3 yıldız olmak üzere 23 yeni otel projesinin inşaatı devam ediyor. Afyonkarahisar'da ise üç adeti 5 yıldız, birer adeti 4 ve 3 yıldız olmak üzere 5 otel projesi önümüzdeki süreçte sektördeki yerini alacak. Aydın'da 2 adeti 5 yıldızlı, 2 adeti 4 yıldızlı ve 1 adeti 3 yıldızlı, Kütahya'da 2 adeti 5 yıldızlı ve 1 adeti butik, Denizli'de 2 adeti 5 yıldızlı, Manisa'da 1 adeti 4 yıldızlı ve Uşak'ta ise bir adeti 5 yıldızlı konaklama tesislerinin inşaat süreçleri devam ediyor.

Yatak sayısı baz alındığında Muğla ilimiz 11 bin 328 yatak ile bu sıralamada da birincilikteki yerini alıyor

Ege Bölgesi yeni otel yatırımlarında, yatak sayısı baz alındığında Muğla ilimiz 11 bin 328 yatak ile bu sıralamada da birincilikteki yerini alıyor. Bu ilimizi 7 bin 424 yatak ile İzmir takip ediyor. Bu şehirlerimizi ise sırasıyla; 2 bin 520 yatak ile Afyonkarahisar, 2 bin 206 yatak ile Aydın, 792 yatak ile Denizli, 720 yatak ile Kütahya, 408 yatak ile Uşak ve 180 yatak kapasitesiyle Manisa illerimiz izliyor. Böylece toplam da 25 bin 578 yeni yatak bölge turizmine kazandırılmış olacak.

Türkiye turizm yatırımlarının geleceği TIF 2026'da şekillendi

Turizm yatırımlarının en önemli küresel platformlarından biri olan turizm ekosisteminin kamu, finans, yatırım, gayrimenkul ve konaklama alanlarında önde gelen tüm ulusal ve uluslararası temsilcilerini iki gün boyunca aynı platformda buluşturan Tourism Investment Forum (TIF) 2026, 10 – 11 Şubat tarihlerinde İstanbul'da gerçekleştirildi. Türkiye'nin turizm yatırım vizyonuna ışık tutan TIF 2026'da sektörün geleceğini ve yeni yatırım fırsatlarını, kamu ve özel sektör temsilcileri ile dünya turizm otoritelerinin katılımıyla kapsamlı biçimde ele alındı. Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği (TTYD) ev sahipliğinde; T.C. Cumhurbaşkanlığı Yatırım Ofisi, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC) stratejik ortaklığında, Türkiye İş Bankası'nın ana sponsorluğunda bu yıl beşincisi düzenlenen TIF 2026'da 30'a yakın oturumda 100'ün üzerinde ulusal ve uluslararası konuşmacı yer aldı. Gelecek 10 yıl için belirledikleri vizyonu "Yeni Gelecek: New Next" olarak tanımlayan TTYD Başkanı Oya Narin, "2026'dan itibaren ziyaretçi sayısında yıllık ortalama yüzde 6'lık bir artış yakalanması halinde, 2035'te 110 milyon ziyaretçi seviyesine ulaşabileceğimizi öngörüyoruz. Önümüzdeki 10 yılda yurt dışından en az 850 milyon ziyaretçiyi ağırlamaya hazırlanıyoruz" dedi. Türkiye'nin turizmdeki başarısına dikkat çeken WTTC Başkan & CEO'su Gloria Guevara Manzo, "Türkiye, turizmde örnek bir model. Dünya, Türkiye'nin hayata geçirdiği stratejileri yakından izliyor. Turizmin gayrisafı yurt içi hasılaya 160 milyar dolarlık katkısının yüzde 65'inin uluslararası harcamalardan gelmesi, olağanüstü bir başarı. Bu alanda Türkiye, pek çok ülkeyi ve hatta İspanya'yı bile geride bırakıyor" diye konuştu. Attıkları adımlarla Türk turizmini birinci lige taşıdıklarını vurgulayan Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy, "Türkiye, dünyada en fazla turist ağırlayan ülkeler sıralamasında 2017'deki 8'incilikten 2024'te 4'üncülüğe, turizm gelirlerinde ise 15'incilikten 7'nciliğe yükseldi. 2025 yılında elde edilen 65,2 milyar dolarlık rekor gelir, 63,9 milyon ziyaretçi ve 114 dolara yükselen kişi başı gecelik harcama, nitelikli turizm ve yüksek katma değerli yatırım vizyonunun somut bir sonucu oldu" ifadelerini kullandı.

Oya Narin: "2030'da turizm gelirlerimizin 120 milyar dolara ulaşabileceğini öngörüyoruz"

Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği Başkanı Oya Narin, açılış konuşmasında şunları söyledi: "TTYD olarak beşincisini gerçekleştirdiğimiz Turizm Yatırım Forumu'nun, Türk turizmcilerine yeni uluslararası ufuklar açan bir katalizör rolü üstlenmesini amaçlıyoruz. Küresel turizm ekonomisi, pandemi sonrası toparlanmayı kalıcı bir büyümeye dönüştürmüştür. UN Tourism verileri, 2024'te 1,4 milyar, 2025'te ise 1,52 milyar varışla küresel turizmin yeni bir zirveye ulaştığını gösteriyor. WTTC'nin ekonomik etki çalışmalarına göre, seyahat ve turizm sektörü 2024'te küresel ekonomiye 10,9 trilyon ABD doları katkı sağladı ve 357 milyon kişiye istihdam yarattı. Önümüzdeki 10 yıl için projeksiyonlar, bu katkının 2035'te 16,5 trilyon dolara, istihdamın ise 462 milyon kişiye ulaşacağını ortaya koyuyor. Türkiye turizmine baktığımızda ise tablo son derece net ve güçlüdür. 2015 yılında 31,5 milyar dolar olan turizm geliri, 2025 itibarıyla 65,2 milyar dolara ulaşmıştır. Aynı dönemde ziyaretçi sayısı 41,6 milyondan 63,9 milyona yükselmiştir. TTYD olarak Turizmde Dönüşüm projemiz kapsamında yaptığımız modellemeler, doğru bir dönüşüm programıyla 2030'da turizm gelirlerimizin 120 milyar dolara ulaşabileceğini öngörüyoruz. Bizim önümüzdeki 10 yıl için tarif ettiğimiz vizyon 'Yeni Gelecek: New Next'tir. TTYD olarak, Türk turizminin bu yeni geleceğe yolculuğunda hem yerli hem de yabancı markalarla birlikte, küresel yatırımcılar için bir referans noktası olmaya devam edeceğiz. Bununla birlikte turizm, Türkiye için bir 'sunset industry' değildir. Aksine, Anadolu'nun benzersiz tarihsel mirası, kültür rotaları, gastronomisi, doğası ve kıyı destinasyonlarıyla kalıcı ve temel bir sektördür. Bu nedenle hem Türk yatırımcılarını hem de küresel turizm dünyasındaki



dostlarımızı, TIF 2026 vesilesiyle Türkiye turizminin geleceğinde bizlerle birlikte yer almaya davet ediyorum."

Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC) Başkan & CEO'su Gloria Guevara Manzo: "Dünya Sizi İzliyor"

Türkiye'nin turizm stratejilerini "örnek model" olarak nitelendirerek ve şunları kaydetti: "Ben de kendi ülkemde eski bir bakandım ve hep Türkiye'ye bakardık; ne kadar harika örnekler ve uygulamalar var diye. Siz bilmiyor olabilirsiniz ama dünya, sizlerin yaptıklarını ve hayata geçirdiğiniz gelişmeleri yakından izliyor. Türkiye'nin gayrisafı yurt içi hasılasına 160 milyar dolarlık dev bir katkı sağlıyor. Bu katkının yüzde 65'inin uluslararası harcamalardan gelmesi olağanüstü bir rakam. Çoğu ülkede yurt içi harcamalar, uluslararası harcamaların üç katıyken siz bunu tersine çevirmişsiniz. Bunu başarabilen dünyada çok az ülke var. Hatta bu alanda İspanya'dan bile daha iyi bir performans sergiliyorsunuz. Bunu nasıl yaptığınızı anlamamız gerekiyor ki diğer ülkeler de öğrenebilsin."

Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy: "2025 yılında turizm gelirlerimiz 65,2 milyar dolara çıkarak Cumhuriyet tarihimizin en yüksek seviyesine ulaştı"

Türk turizminin nitelikli turizm ve katma değerli yatırım vizyonu ile birinci lige yükseldiğini vurgulayarak şunları kaydetti: "Küresel ölçekte ekonomik, siyasi ve jeopolitik belirsizliklerin yoğunlaştığı, dengelerin çok kısa sürelerde değişebildiği bir dönemden geçiyoruz. Bugün artık net bir şekilde söyleyebiliyoruz ki Türkiye, krizleri yönetme konusunda güçlü bir refleks kazanmış ve bu alanda ciddi bir kurumsal tecrübe oluşturmuştur. Göreve geldiğimiz günden bu yana turizmi yalnızca rakamlarla değil; vizyon, çeşitlilik ve nitelik odağıyla ele aldık. Türk turizmini birinci lige taşıdık. Turizmi 12 aya ve 81 ile yayma hedefi doğrultusunda attığımız adımlar, rekorlarla yükselmeyi sürdürüyor. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü verilerine göre, dünyada en fazla turist ağırlayan ülkeler arasında 2017'de 8'inci sırada yer alan Türkiye, 2024 itibarıyla 4'üncü sıraya yükseldi. Turizm gelirlerinde ise 2017 yılında 15'inci sırada bulunan ülkemiz, 2024 yılında 7'nci sıraya ulaştı. 2025 yılında turizm gelirlerimiz 65,2 milyar dolara çıkarak Cumhuriyet tarihimizin en yüksek seviyesine ulaştı. Aynı yıl toplam ziyaretçi sayımız 63 milyon 943 bin kişi olarak kaydedildi ve ziyaretçi sayısında da yeni bir rekora erişildi. Kişi başı gecelik harcamanın 114 dolara yükselmesi, nitelikli turizm stratejimizin somut bir sonucu oldu.

Hilton, beş yeni otel anlaşmasıyla Türkiye’de büyümesini sürdürüyor



Hilton, ülkedeki 70 yılı aşkın köklü varlığını ileriye taşıyarak dört markasını kapsayan beş yeni otel anlaşmasına imza attığını duyurdu. Hilton’un Türkiye’deki lifestyle portföyünü genişleten bu yeni anlaşmalar kapsamında, Antalya’daki ilk Hilton Hotels & Resorts oteli hayata geçirilirken, DoubleTree by Hilton ve Hilton Garden Inn markalarının ülkedeki yayılımı da ivme kazanıyor. Hilton Orta ve Doğu Avrupa’dan Sorumlu Geliştirme Başkan Yardımcısı Mike Collini, konuyla ilgili şunları söyledi: “Türkiye, Hilton için stratejik önemini koruyan kilit pazarlardan biri olmaya devam ediyor ve ülkede sürdürülebilir büyüme açısından güçlü bir potansiyel görüyoruz. Tapestry Collection ve Canopy markalarımızın 2025 yılındaki başarılı açılışları, lifestyle portföyümüzde yakaladığımız ivmeyi pekiştirirken; gezginlerin özgün, yerel dokudan ilham alan deneyimlere yönelik artan ilgisini de net şekilde ortaya koydu. Son dönemde imzaladığımız bu anlaşmalar, Hilton’un Türkiye genelinde sunduğu çok markalı portföyüne yönelik kalıcı talebi bir kez daha teyit ediyor. Türkiye’de uzun yıllara dayanan saygın bir geçmişe sahip bir marka olarak, büyümenin bu yeni dönemini kararlılıkla sürdürmekten ve misafirperverliğimizi çok daha geniş bir gezgin kitlesiyle buluşturmaktan büyük heyecan duyuyoruz.”

Hilton Antalya City Centre

2028 yılında açılması planlanan Hilton Antalya City Centre, Hilton Hotels & Resorts markasının dünya standartlarındaki misafirperverliğini Türkiye’nin en çok ziyaret edilen destinasyonlarından birine taşıyor. 254 oda ve suite sahip olacak yeni otel; görkemli bir balo salonu, farklı ölçeklerde toplantı alanları, geniş bir spa ve wellness merkezi, kapalı ve çatı katı yüzme havuzları ile farklı konseptlerde yeme-içme alanlarına sahip olacak.

DoubleTree by Hilton İstanbul Maçka

Bu bahar açılması planlanan DoubleTree by Hilton İstanbul Maçka,

Nişantaşı ve Taksim’e yürüme mesafesinde, İstanbul’un en prestijli semtlerinden birinde 109 oda ve suite hizmet verecek. Otelde sıcak ve davetkâr bir lobi lounge alanı, gün boyu hizmet veren restoran, panoramik manzaralara sahip çatı katı restoranı ve barı, çok amaçlı toplantı alanları ile fitness ve wellness olanakları yer alacak.

Gist İstanbul, Tapestry Collection by Hilton

2027 yılında açılması planlanan Gist İstanbul, Tapestry Collection by Hilton, İstanbul’un hem manzarasıyla hem de ulaşım kolaylığıyla öne çıkan semtlerinden birinde, özgün tasarıma sahip 46 odasıyla misafirlerini ağırlayacak. Boğaz, Galataport ve ana ulaşım bağlantılarına birkaç adım mesafede konumlanan otelde restoran ve çatı katı barının yanı sıra, misafirlerin konaklamaları boyunca faydalanabileceği bir fitness alanı bulunacak.

Hotel İstanbul Şişli, Tapestry Collection by Hilton

İstanbul’un dinamik Şişli semtinin kalbinde konumlanan Hotel İstanbul Şişli, Tapestry Collection by Hilton, 48 şık odasıyla kentin önemli ticaret merkezlerinden birinde hizmet verecek. 2028 yılında açılması planlanan lifestyle otel; yerel dokudan ilham alan mutfağıyla öne çıkan restoranı, iki toplantı salonu ve modern bir fitness merkeziyle misafirlerini ağırlayacak.

Hilton Garden Inn Kocaeli Dilovası

2027 yılında açılması planlanan Hilton Garden Inn Kocaeli Dilovası, şehirde Organize Sanayi Bölgesi’nin merkezinde konumlanan ilk uluslararası markalı otel olacak. 104 modern odaya sahip otelde, 500 metrekarelik çok amaçlı salonu da kapsayan geniş toplantı alanları, restoran ve barın yanı sıra kapalı yüzme havuzu, spor salonu ve Türk hamamı gibi wellness olanakları yer alacak. Hızla büyüyen sanayi bölgesinde otel, iş seyahatleri, uzun süreli konaklamalar ve kurumsal etkinlikler için önemli bir buluşma noktası olarak konumlanacak.

Bu yeni anlaşmalara ek olarak, 2026 yılında Hilton; Hilton İstanbul Airport’un açılışı ve ikonik Hilton İstanbul Bosphorus’un yenileme çalışmalarının tamamlanmasıyla birlikte, amiral gemisi markasının Türkiye’deki varlığını daha da güçlendiriyor. Tapestry Collection ve Canopy markalarının 2025 yılında Türkiye’deki ilk açılışlarının ardından, Hilton’un lifestyle portföyü de büyümesini sürdürmeye hazırlanıyor. Bu kapsamda, yıl içinde beş yeni lifestyle otelin açılması planlanıyor. Açılması öngörülen tesisler arasında Hilton’un ilk mağara oteli Erika Cave Suites Cappadocia, Curio Collection by Hilton’un yanı sıra, Curio Collection markası altında hizmet verecek Porto Chiara İstanbul Karaköy ve Les Temps İstanbul Karaköy bulunuyor. Proje portföyünde ayrıca, Tapestry Collection markasına katılacak Palazzo Donizetti İstanbul ve Myrna İzmir Konak da yer alıyor.

Antalya, Manavgat’a 483 milyon proje bedeli ile 3 yıldızlı otel geliyor



Antalya İli, Manavgat İlçesi, Ilıca Mahallesi,
672 ada 1 parsel adresinde 7.416 m2 yüz

ölçümü mevkiindeki Optimal Turizm Sanayi Ticaret A.Ş. tarafından yapılması planlanan Turizm Konaklama Tesisleri projesi ile ilgili olarak ‘ÇED Olumlu (Kapsam Ek-2)’ kararı verildi. Optimal Turizm Sanayi Ticaret A.Ş. tarafından Antalya İli, Manavgat İlçesi, Ilıca Mahallesi, 672 ada 1 parsel adresinde 7.416 m2 yüz ölçümlü alanda parselin tamamını kapsayacak şekilde turizm konaklama tesisi kurulup işletilmek isteniyor. Turizm konaklama tesisi, 3 yıldızlı ve toplam 247 oda 494 yatak kapasiteli olarak planlanıyor.

Mimar tarafından hazırlanan vaziyet planında belirtilen toplam inşaat alanı 14.052 m2 olarak belirtiliyor. Faaliyet alanı kuşuçuğu olarak; Antalya Merkezine 60 km, Manavgat İlçesine 8 km, Ilıca Mahallesi 4,5 km, en yakın turizm konaklama tesisine 20 metre, en yakın meskene kuş uçuşu 50 metre mesafede bulunuyor. Faaliyetin inşaat aşamasının 12 ayda tamamlanarak hizmete açılması planlanıyor. Proje bedeli ise 483.124.866 TL olarak belirlendi.

Dedeman Suites & Residences Bursa Nilüfer projesi için imzalar atıldı

Türkiye'nin ilk yerli otel zinciri olarak 60 yılı aşkın süredir turizm ve konaklama sektörüne yön veren Dedeman Hospitality, değişen yaşam biçimlerine ve uzun süreli konaklama ihtiyaçlarına yanıt veren Dedeman Suites & Residences konseptini Bursa Nilüfer'e taşıyor. Berat Göral yatırımıyla hayata geçirilecek Dedeman Suites & Residences Bursa Nilüfer projesi için imzalar atıldı. Dedeman Hospitality, bu yeni proje ile konaklamayı yalnızca geçici bir ihtiyaç olarak değil; yaşamın doğal akışına entegre edilen, sürdürülebilir ve nitelikli bir deneyim olarak ele alıyor. Bursa'nın modern şehir yaşamı, güçlü iş altyapısı ve yüksek yaşam kalitesiyle öne çıkan Nilüfer ilçesinde konumlanacak proje, Dedeman'ın yaşam odaklı konaklama vizyonunun güçlü bir yansıması olarak dikkat çekiyor. Dedeman Suites & Residences Bursa Nilüfer; Dedeman'ın köklü misafirperverlik mirasını, farklı yaşam düzenlerine uyum sağlayan çağdaş bir konaklama kurgusu ile bir

araya getiriyor. Proje kapsamında planlanan modern, fonksiyonel ve yüksek nitelikli suites ve residences birimleri; geniş yaşam alanları, tam donanımlı mutfakları ve ferah iç mekân düzenlemeleriyle uzun süreli konaklamalar için esnek ve konforlu çözümler sunmayı hedefliyor. Misafirlerin, kendi yaşam ritimlerini koruyarak Dedeman'ın profesyonel hizmet anlayışından kesintisiz biçimde faydalanabilmesi, projenin temel yaklaşımını oluşturuyor. Restoran ve kafe alanları, spa ve fitness bölümleri, bahçeli kullanım alanları, pet dostu düzenlemeler, çalışma alanları ve otopark imkanlarının yanı sıra; Kat Hizmetleri, Müşteri Hizmetleri Görevlisi, Teknik destek, Güvenlik ve Otel servisleriyle desteklenmesi planlanan proje; iş seyahatinde bulunan profesyonellerden ailelere, farklı yaşam alışkanlıklarına sahip misafirlere kadar geniş bir kitleye bütüncül bir yaşam ve konaklama çözümü sunmayı amaçlıyor. İmza töreninde konuşan Dedeman Hospitality Yönetim



Kurulu Başkanı Ergün Demiray, Dedeman Suites & Residences Bursa Nilüfer projesinin, Dedeman Hospitality'nin şehirlerle kurduğu güçlü bağın ve 60 yılı yayılan misafirperverlik anlayışının önemli bir yansıması olduğunu vurguladı. Demiray, bu projenin Dedeman misafirperverliğini yaşamın doğal akışına dâhil ederken, markanın bulunduğu şehirlerde kalıcı, anlamlı ve sürdürülebilir bir değer yaratma hedefini de açıkça ortaya koyduğunu ifade etti. Atılan her adımın hem Bursa'ya hem de Dedeman Hospitality'nin büyüme yolculuğuna uzun vadeli katkı sağlayacağını belirtti.

Düzce, Merkez'e 563 milyon proje bedelli yeni otel geliyor



Düzce ili, Merkez ilçesi, Kuyumcu Hacı Ali Mahallesi, 1946 ada 3 parsel mevkiindeki Çarıkcı Trans Uluslararası Nakliyat Turizm Yedek Parça İmalat ve Ticaret Limited Şirketi tarafından yapılması planlanan Otel Projesi (120 Adet Oda Kapasiteli) projesi ile ilgili olarak 'ÇED Olumlu' kararı verildi. Projenin, 8.479 m² yüzölçümlü tapu alanında 15.826 m² toplam inşaat alanına sahip, olarak, ortak bodrum kat üzerinde 2 blok olarak inşa edilmesi planlanıyor. Otel bloğunda 1 Zemin Kat+5 Normal Kat+ Çatı Katı bulunuyor. Diğer blok ise çok amaçlı salon bloğu olarak projelendirilmiş olup zemin kattan oluşuyor. Proje kapsamında tesis edilmesi ve işletilmesi planlanan otel işletmeciliğinde; 120 adet oda, lobi, oturma ve karşılama alanı, 164 kişilik restoran, çok amaçlı salonlar, spor salonu, otopark alanları planlanıyor. Proje alanın 35 m kuzey batısında en yakın konutlar, 20 m doğusunda en yakın karayolu, 960 m kuzeyinde Kuzey Marmara Otoyolu yer alıyor. Proje bedeli 563.424.112 TL olarak belirlendi.

Accor, 2025 yılı finansal sonuçlarını açıkladı: Grubun geliri 5,63 milyar euroyu aştı

Dünyanın önde gelen konaklama grubu Accor, zorlu ekonomik, jeopolitik ve kur koşullarına rağmen üst üste üçüncü kez büyüme hedeflerini yakaladı. Grup, 2025 mali yılında 5 milyar 639 milyon euro gelir kaydederken, bu rakam 2024 mali yılına kıyasla sabit kur bazında %4,5 artışa denk gelmektedir. Grubun, coğrafi çeşitlendirme ve 2025'in dördüncü çeyreğinde kaydedilen istisnai performansı sayesinde RevPAR %4,2 artış gösterdi. 2025 mali yılı boyunca Accor, yaklaşık 51.000 odaya karşılık gelen 303 otel açılışı gerçekleştirdi, bu da son 12 ayda net birim büyümesi %3,7'ye ulaştı. Grubun proje stoku ise özellikle Premium, Orta Segment ve Ekonomi segmentlerindeki güçlü büyümenin etkisiyle %10,3 artış gösterdi. Yönetim ve franchise gelirleri, 2024 mali yılına kıyasla

sabit kur bazında %5,9 artış göstererek 1 milyar 428 milyon euroya ulaşırken, FAVÖK 1 milyar 201 milyon euro ile rekor seviyeye çıktı. Aralık 2025 sonu itibarıyla grubun portföyü 881.427 oda ve 5.836 otele ulaşmış olup, geliştirme aşamasındaki proje stoku 257.000'in üzerinde oda ve 1.527 otel olarak kaydedildi. Accor Yönetim Kurulu Başkanı ve CEO'su Sébastien Bazin şunları söyledi: "Accor Grubu, 2025 yılında da orta vadeli hedefleriyle uyumlu şekilde güçlü bir performans sergiledi. Sonuçlarımızdaki bu istikrarlı yıllık iyileşme; grubun iş modelinin gücünü, markalarımızın çekiciliğini, coğrafi konumlanmamızın doğruluğunu ve ekiplerimizin bağlılığını teyit etmektedir. Bu güçlü yönler; giderek daha etkili hale gelen dağıtım platformumuz ve sadakat programımız, yapay zekânın



dijital yol haritamıza hızlı entegrasyonu ve sağlam proje stokumuzla birleştiğinde, büyümemizi daha da hızlandırmamıza ve operasyonel verimliliğimizi artırmamıza olanak sağlamaktadır. 2026 yılında stratejimizi disiplinli bir şekilde uygulamaya devam edeceğiz. Operasyonel ve finansal performansımızı bir kez daha güçlendirme konusunda kendimize güvenimiz tamdır."

Evasivo Yüzer Localarla

Misafirleriniz Denizin Ortasında Konforun ve Özgürlüğün Tadını Çıkarsın



Lüks ve minimalizmi mükemmel bir şekilde birleştiren Evasivo Yüzer Localarımız genel olarak Kıyı Otelleri, Özel Villalar ve Özel Etkinlik Alanlarının tercih ettiği bir üründür.

Modern mimarisi, doğal ahşap dokuları ve ferah iç tasarımıyla her bir ünite; sakinlik, şıklık ve özgürlüğü bir araya getirmektedir. Geniş açıklıkları sayesinde gün ışığını içeri davet ederken, denizle bütünleşen platform yapısı benzersiz bir yüzme ve dinlenme deneyimi sunmaktadır. Eğer misafirleriniz için denizde özgürlük, konfor, estetik ve ruhunu dinlendirecek bir alan istiyorsanız Evasivo tam olarak bunun için tasarlanmış olan bir yüzer platformdur.



Bosphorus Boat Show 2026


LYCIA MARINE
The Quite Luxury

+90 530 037 65 00 (Korhan Şenyurt) / www.lyciamarine.com
info@lyciamarine.com @lyciamarine // instagram

Aykut Bakay / Otel Yönetim ve Yatırım Danışmanı

Satılık oteller için ‘Bekle-Gör’ devri bitti: Akıllı sermaye için hasat zamanı

Turizm sektörü, tarihinin en ilginç denklemlerinden biriyle karşı karşıya. Bir yanda doluluk oranlarındaki istikrar, diğer yanda operasyonel maliyetlerin (OPEX) baskısıyla daralan kar marjları... Yıllarca otel genel müdürlüğü koltuğunda operasyonu yönetmiş, şimdi ise yatırım danışmanlığı tarafında masanın her iki tarafını da gören biri olarak şunu net bir şekilde söyleyebilirim: **Piyasada sular çekiliyor ve gerçek hazineler gün yüzüne çıkıyor.**

Rakamlar ne söylüyor?**Romantizm bitti, realite başladı**

Bundan birkaç yıl önce %40-45 bandında seyreden net karlılık oranlarının, artan enerji ve personel giderleriyle %15-20 seviyelerine gerilediği bir sır değil. Bu durum, özellikle finansman maliyetlerinin (faizlerin) yüksekliğiyle birleşince, yatırımcıyı ‘nakitte kalma’ konforuna itti. Peki, bu durum otel

satışlarını gerçekten durdurdu mu? Hayır, sadece ‘fiyat algısını’ resetledi. Özellikle İstanbul’un kalbi Taksim’de ROI (Geri Dönüş Süresi) oranlarının 25-30 yıla çıkması, yatırımcıyı haklı olarak duraksatmıştı. Ancak bugün yaklaşan farklı bir tablo var. ‘Gerçekçi fiyatlama dönemi.’ Nakit akışına ihtiyaç duyan veya portföyünü küçültmek isteyen mülk sahipleri, artık “hayalindeki rakamı” değil, “piyasanın gerçekliğini” masaya koyuyor.

Fırsat nerede?

Şu an İstanbul’da 5 yıldızlı bir tesis için kapılar 90 – 100 milyon dolar bandından açılırken; Anadolu yakası ve çevre bölgelerde %30 daha düşük fiyat avantajları yakalamak mümkün. 4 yıldızlı segmentte ise fiyatlar 30-50 milyon dolar, butik otel segmentinde ise lokasyonuna göre 5-15 milyon dolar arasında ‘yok fiyata’ diyebileceğimiz fırsatlar doğmaya başladı. Antalya’da ise 4 ve 5 yıldızlı oteller benim gördüğüm kadarıyla ikiye ayrılıyor, birinci tarafta kalitesini korumuş tesis satış fiyatından ödün vermeyen oteller. Sahipleri genellikle işletmesini uzun yıllar yapmış, ağırladıkları misafirlerin kitlesi yüksek, misafirlerin tekrar gelme oranları yüksek, kalıplaşmış misafirleri ağırlayan köklü oteller. İkinci tarafta da işletmeyi üç ya da dört yıl önce satın almış, çalıştırmış ama şimdi satmak isteyenler. İşte bu ikinci grup oteller fiyatlarında 5 yıldızlı oteller 40 – 60 milyon bandında iken 4 yıldızlı oteller 20 – 40 milyon arasında değişiyor. Alanya bölgesinde fiyatlar bunlardan çok daha uygun. Güney bölgesinde yatırımın geri dönüş oranları - ROI oranlarının halen 10-20 yıl bandında seyretmesi, doğru

yönetim modeliyle bu yatırımların ne kadar hızlı güçlü bir yatırıma dönüşebilecektir. Yani İstanbul’da alınacak 4 yıldızlı bir otel fiyatına rahatlıkla Güneyde 5 yıldızlı bir otel alınabiliyor. Geri dönüş ROI oranlarının halen 15-20 yıl bandında seyretmesi, doğru yönetim modeliyle bu yatırımların ne kadar hızlı güçlü bir yatırıma dönüşebileceğinin kanıtı.

Neden şimdi almalı?

Büyük yatırımcılar bilir ki; herkes satarken alınır, herkes alırken satılır. ROI oranlarının yüksek görünmesi sizi yanıltmasın, bu oranlar mülk değerinin “dip” yaptığı noktalarda revize edilecek ve piyasa canlandığında bugünkü alıcılar en büyük kazananlar olacak. Yani yatırımcılar ROI yi topraktan kazanacaklar. Küçük bir dip not, yeni nesil yatırımcılar vakit kaybetmek istemiyor, sıfırdan yeni bir otel yapmaktansa hazır otel almayı ve gerekiyorsa revizyon yapmayı tercih ediyor. Otel bir gayrimenkul değil, yaşayan bir işletmedir. Benim danışmanlık verdiğim projelerde odaklandığım temel nokta da tam olarak bu. Doğru fiyata alınan oteli, doğru operasyonel eğitim ve yönetimle birleştirerek geri dönüş sürelerini aşağı çekmek.

Sonuç olarak

Piyasa durgun değil, sadece el değiştiriyor. Eğer doğru lokasyonda, sürdürülebilir bir nakit akışı ve gerçekçi bir ekspertizle yola çıkarsanız, bu dönem son yılların en kârlı alımlarını yapmak için en doğru zamandır. Unutmayın, otelcilikte en pahalı yatırım, kaçırılan fırsattır.

Ramada By Wyndham Erzurum Otel kapasite artışına gidiyor

Erzurum ili, Palandöken ilçesi, Hüseyin Avni Ulaş Mahallesi, 5632 Ada 5 Nolu Parsel mevkiindeki Aksa Marketçilik Teks. Gıda Tur. Petrol Ürünleri İnş. Taah. San. Tic. A.Ş. tarafından yapılması planlanan Ramada By Wyndham Erzurum Otel Kapasite Artışı (Toplam Oda Sayısı:139) projesi ile ilgili olarak ‘ÇED Olumlu’ kararı verildi. Erzurum ili, Palandöken ilçesinde, mülkiyeti faaliyet sahibine ait olan 3.433 m2 lik alanda “Ramada By Wyndham Erzurum Otel Kapasite Artışı Projesi (Toplam Oda Sayısı:139)” nin “Aksa Marketçilik Teks. Gıda Tur. Petrol Ürünleri İnş. Taah. San. Tic.

A.Ş.” tarafından yapılması ve işletilmesi planlanıyor. 4 yıldızlı şehir oteli olan Ramada By Wyndham Erzurum Otelin 94 olan oda sayısına 45 oda daha eklenerek toplamda 139 oda olarak hizmet vermesi planlanıyor. Projenin inşaat süresi 2 yıl olarak belirtiliyor. Mevcut otel kapasitesi 94 oda, 188 yatak; planlanan kapasite artışında 45 oda, 80 yatak ve 500 kişilik Çok Amaçlı Salon yapılması planlanıyor. Otel; 2 adet bodrum kat, 1 adet zemin kat, 3 adet normal kat ve 1 adet çatı katından oluşacak olup, tek bloktan oluşuyor. Proje kapsamında nihai olarak; 139 oda, 268 yatak, 40 araçlık



kapalı ve 20 araçlık açık otopark, 100 kişilik toplantı salonu, sauna (2 adet), şok havuzu (2 adet), aletli jimnastik salonu, kayak odası, 350 kişilik lokanta, 40 kişilik kafe alanlarının bulunması öngörülmüyor. Projenin bedeli 92.560.000TL olarak belirlendi.

Service+

Testi Geçen Güvenlik

Yangın dayanımlı
kapı kapatıcılar

Yangın koruma
pedleri

Yangın fitilleri

Yangın dayanımlı
mentşe

Yangın dayanımlı
kapı kolu

Yangın dayanımlı
köpük ve mastikler

Yangın panelleri

Kapı altı
giyotinleri

✓ Doğru
konumlandırma

✓ Detay çizimler

✓ Panel ve aksesuar
seçimi

✓ Uyumlandırma

Doğru ürün seçimiyle
sertifikalı güvenlik için:



HÄFELE

Deniz Dorbek Koçak, New York Merkezli, turizm ve otelcilik yatırımı platformu Regulus Collective'i kurdu

Küresel otelcilik sektöründe yirmi beş yılı aşkın süredir üst düzey yöneticilik görevleri üstlenen Deniz Dorbek Koçak, New York merkezli turizm ve otelcilik yatırımı platformu Regulus Collective'i kurdu. Koçak, yatırım stratejisi, marka inşası, operasyonel mimari ve teknolojiyi aynı sistem içinde kurgulayan yeni girişimindeki entegre iş modeliyle global otelcilik yatırımlarına yeni bir vizyon getirmeyi hedefliyor. Hilton, Accor, Kempinski, Wyndham ve Hyatt gibi dünyanın önde gelen global otel gruplarında üç kıtada yedi ülkede görev alan Koçak; ticari dönüşüm, varlık performansı ve marka konumlandırması alanlarında elde ettiği deneyimi bağımsız ve yatırım odaklı bir platformda buluşturuyor. Regulus Collective, uzun vadeli değer üreten, ölçeklenebilir ve stratejik temeli güçlü turizm ve otelcilik markaları geliştirmeyi hedefliyor.

Platform aynı zamanda turizm yatırımı danışmanlığına daha bütüncül ve veri odaklı bir perspektif kazandırmayı amaçlıyor. New York merkezli yapı; yatırımcılar ve mülk sahipleri ile projenin en erken aşamasından itibaren birlikte çalışarak finansal mimariyi, marka konumlandırmasını ve operasyonel ticari kurguyu eş zamanlı tasarlıyor. Böylece kısa vadeli performansın ötesine geçen, sürdürülebilir ve yatırım disiplinine dayalı bir değer modeli oluşturuluyor. Regulus Collective ile küresel pazarlarda yalnızca bugünün ihtiyaçlarına yanıt vermeyi değil, geleceğin stratejik dinamiklerini merkeze alan konseptler geliştirmeyi hedeflediklerini vurgulayan Deniz Dorbek Koçak, Regulus Collective'in yaklaşımını şu şekilde ifade ediyor: "Geleneksel turizm anlayışı artık yalnızca operasyonel mükemmeliyetle



tanımlanmıyor. Sektörümüz; sermaye disiplini özgün marka vizyonu ile aynı stratejik çerçevede buluşturabilen ve geleceği okuyabilen yapılara ihtiyaç duyuyor. Regulus Collective'i, yatırım disiplini ve yatırım yaşam döngüsünün tüm evrelerini tek bir entegre sistem içinde tasarlamak için kurduk. Amacımız; yalnızca büyümek değil, sektörde değer üretme biçimini yeniden tanımlamak."

Elite World INN İstanbul Mahmutbey için geri sayım başladı



Türkiye'nin önde gelen otel zincirlerinden Elite World Hotels & Resorts, franchise iş modeliyle büyüme stratejisi kapsamında İstanbul'daki portföyünü genişletmeye devam ediyor. Grup, King City Otelcilik ve Turizm Ticaret A.Ş. ile iş birliği yaparak Elite World INN İstanbul Mahmutbey için anlaşma imzaladı. Elite World INN İstanbul Mahmutbey, özellikle bölgedeki sanayi ve ticari faaliyetlerin yoğunluğu nedeniyle iş seyahati amacıyla gelen misafirlere hitap ediyor. Modern ve fonksiyonel tasarımıyla öne çıkan otel, şehir içi konaklamalarda ihtiyaç duyulan konforu pratik çözümlerle bir araya getiriyor. Otel, iş dünyasının

yoğun olduğu Mahmutbey bölgesinde, şehir merkezine erişim kolaylığı ve fonksiyonel konaklama anlayışıyla dikkat çekiyor. Toplam 63 odası, 300 metrekare büyüklüğündeki spa & fitness alanı, 400 metrekare restoranı ve toplantı salonu ile Elite World INN İstanbul Mahmutbey, iş seyahatlerine konforlu ve verimli bir konaklama alternatifi sunuyor. Elite World Hotels & Resorts Satış ve Pazarlamadan Sorumlu Yönetim Kurulu Üyesi Emel Elik Bezaroğlu, anlaşmaya ilişkin şunları kaydetti: "Elite World INN markamız, şehir otelciliğinde modern, pratik ve erişilebilir konfor sunan yapısıyla öne çıkıyor. İstanbul gibi dinamik bir şehirde, iş dünyasının merkezlerinden biri olan Mahmutbey'de markamızın yer alması bizim için önemli bir adım. Franchise iş modelimizle büyürken doğru lokasyonlarda, güçlü yatırımcılarla ilerlemeye devam ediyoruz." Grubun CEO'su Orkun Petekçi ise "Elite World olarak büyüme stratejimizin merkezinde franchise iş modelimiz yer alıyor. Güçlü operasyonel altyapımız, marka bilinirliğimiz

ve yatırımcı dostu iş modelimiz sayesinde farklı şehirlerde, doğru lokasyonlarda ve doğru iş ortaklarıyla büyümeye devam ediyoruz. Bu iş birliğinin hem yatırımcıma hem de markamıza uzun vadeli değer katacağına inanıyoruz." diye konuştu. King City Otelcilik ve Turizm Ticaret Anonim Şirketi Yönetim Kurulu Başkanı İbrahim Yılmaz ise şunları ifade etti: "Elite World grubu ile gerçekleştirdiğimiz bu iş birliği, şehir merkezinde konforlu ve kaliteli bir otel deneyimi sunma hedefimizin önemli bir adımı. Elite World markasının güçlü operasyonel altyapısı ve marka bilinirliği, bu yatırımda en önemli tercih nedenimiz oldu." Elite World INN markası; iş seyahatleri ve kısa süreli konaklamalar için tasarlanmış, fonksiyonelliği ve modern tasarımı bir arada sunan yeni nesil şehir otelciliği anlayışını temsil ediyor. Misafirlerine kaliteyi ulaşılabilir bir çerçevede sunan marka, Elite World Hotels & Resorts'un franchise modeliyle büyüme stratejisinde önemli bir rol üstleniyor.

Seka Otelcilik, İstanbul, Fatih'e 276 milyon proje bedeli ile 3 yıldızlı otel planlıyor

İstanbul ili, Fatih ilçesi, Binbirdirek Mahallesi, Piyer Loti Caddesi No:23 (131 Ada, 14 Parsel) mevkiindeki Seka Otelcilik ve Turizm Anonim Şirketi tarafından yapılması planlanan otel projesi (54 oda) projesi ile ilgili olarak 'ÇED Olumlu (Kapsam Ek-2)' kararı verildi. Seka Otelcilik ve Turizm Anonim Şirketi tarafından İstanbul İli, Fatih İlçesinde, 372,50 m² 'lik tapulu alanda toplam 3.102,20 m² 'lik inşaat alanına sahip "Otel

Projesi (54 Oda)" yapılması planlanıyor. Proje alanına yapılacak olan "54 Odalı Otel" projesinin toplam inşaat alanı 3.102,20 m² olup, toplam yapının 9 katlı (3 Bodrum + Zemin + 4 Normal + Çatı Katı) olarak inşa edilmesi planlanıyor. Otel projesi 3 yıldızlı otel statüsünde hizmet verecek şekilde planlandı. Bu kapsamda 54 odalı otel olarak inşa edilecek yapı içerisinde; resepsiyon, lobi, sanat kafe, kahvaltı salonu, sosyal alan,



spor-fitness salonu, yönetim birimleri ve teknik alanlar bulunuyor. Projede havuz, hamam-sauna yer almiyor. Proje bedeli 276.109.064 TL olarak belirlendi.

Misafirleriniz Rahat Uyusun, **Kontrol Sizde Olsun.**



KD040/87-500



Işıklı ve Sesli
Uyarı



Blokaj
Modu



1000
Kayıt Tutma



Gizli Barel



Paslanmaz
Çelik



Farklı
Mekânlarda
Kullanım



Serbest
Geçiş Modu



Zorlamalara
Karşı
Koruma

444 0 243
www.kalekilit.com.tr



KALE KİLİT

Wyndham, ilk markalı rezidans projesi ve yeni Ramada Otelıyla İstanbul'da büyüyor

Yeni açılan Ramada Residences by Wyndham İstanbul Haramidere ve Ramada by Wyndham Arnavutköy, İstanbul'da yeni konaklama seçenekleri sunuyor. Wyndham Hotels & Resorts, Ramada markasıyla İstanbul'da gerçekleştirdiği iki yeni açılışla Türkiye'deki büyümesine hız veriyor. Dünyanın en tanınmış otel markalarından biri altında Türkiye'de açılan ilk markalı rezidans projesi önemli bir dönüm noktasını oluştururken, tamamlanan açılışlar arasında yeni bir otel de yer alıyor. Ramada by Wyndham Arnavutköy yoğun tempoda seyahat edenler için ideal bir seçenek sunarken, Ramada Residences by Wyndham İstanbul Haramidere ise bir otelin sunduğu olanakları ev konforu ve kolaylığıyla bir araya getiriyor. Wyndham Hotels & Resorts Türkiye Ülke Direktörü Arcan Bayraktaroğlu yaptığı açıklamada: "Türkiye'de büyümeye devam ediyoruz ve şu anda 40'tan fazla otelimizin bulunduğu İstanbul'da büyüme stratejimizdeki özel yerini koruyor. Üst-orta segmentte erişilebilir ve deneyim odaklı yaşam konseptlerine yönelik artan talebe yanıt veren ilk markalı rezidans projemizin açılışı bizim için önemli bir dönüm noktasını oluşturuyor. Gerçekleştirdiğimiz bu iki açılış, Ramada markamızın çok çeşitli konaklama konseptlerine ve misafirlerin farklı ihtiyaçlarına yanıt vermedeki esnekliğini tekrar kanıtıyor." paylaşımında bulundu. Ramada Residences by Wyndham İstanbul Haramidere, Wyndham markaları altında bulunan ve dünyanın farklı noktalarında bu talebe yanıt veren markalı

rezidanslar arasındaki yerini aldı. 81 misafir odası ve bir, iki ve üç yatak odalı daireleri bulunan tesisin üniteleri arasında tam donanımlı mutfaklara, geniş yaşam alanlarına ve oda içi çamaşır yıkama olanaklarına sahip olanlar da yer alıyor. Konfor ve esneklik odaklı tasarlanan oda tipleri, aileler, iş için seyahat edenler ve uzun süreli konaklayanlar gibi çeşitli ziyaretçi profillerine hitap ediyor. Tesisin özel otoparkı ile D-100 karayoluna ve Metrobüs hattına yakınlığı da Avrupa yakasından İstanbul'un her yerine kolay ulaşım imkanı sağlıyor. Ramada Residences by Wyndham İstanbul Haramidere Sahibi Baha Cüneydi konu hakkında: "Ramada Residences by Wyndham İstanbul Haramidere'nin açılışını, seyahat edenlerin esnekliğe, geniş alanlara ve marka güvenilirliğine giderek daha çok önem verdiği bir dönemde gerçekleştiriyoruz. Ramada markası Türkiye ve dünya genelinde uyandırdığı güven duygusuyla projemize büyük bir değer katıyor ve global marka standartlarını rezidansların konforuyla buluşturmamızı sağlıyor. Türkiye'deki en büyük uluslararası otel zincirinden aldığımız destekle bu yeni segmente kendinden emin adımlarla giriş yapıyoruz." dedi. Wyndham'ın İstanbul'da gerçekleştirdiği bir diğer yeni açılış olan Ramada by Wyndham Arnavutköy ise İstanbul Havalimanı'na 15 kilometre mesafede yer alıyor ve transit yolcular için ideal özellikleriyle öne çıkıyor. Otelde havalimanına 7/24 verilen ücretli servis hizmeti, bekleme sürelerini kısaltan ekspres check-in ve check-



out hizmetleri, lobide ve diğer ortak alanlarda misafirlerin uçuşlarının durumunu canlı olarak takip etmelerine olanak sağlayan paneller, misafirlere seyahatlerinde kolaylık sunuyor. Otelin tek başına seyahat edenler için single odalardan şık süitlere kadar farklı seçenekler sunan 130 odasının ses geçirmez özellikli olması da misafirlerin rahat bir ortamda uyumalarına yardımcı oluyor. Otelin toplamda 106 metrekaare alana sahip üç esnek kullanımlı toplantı odasına ek olarak, iyi bir donanıma sahip olan Revive fitness merkezi, 90 kişi kapasiteli İstanbul Restaurant, taze ürünler ve hızlı atıştırmalıklar sunan Avrupalı tarzda bir kafe gibi olanakları da bulunuyor. Ramada by Wyndham Arnavutköy Genel Müdürü - Ayhan Taş yaptığı açıklamada: "İstanbul Havalimanı dünyanın en işlek ve en hızlı büyüyen havalimanları arasında yer alıyor. Konfor ve işlevsellik sağlayan her detayı incelikte düşündüğümüz Ramada by Wyndham Arnavutköy otelimiz, transit yolcuların ihtiyaçlarını ideal bir şekilde karşılıyor. Ramada markasının dünya genelindeki tanınırlığını Türk misafirperverliğinin sıcaklığı ve cömertliğiyle bir araya getirerek, hava yoluyla seyahat eden misafirlerimizin konaklamalarını daha kolay, daha samimi ve daha keyifli hale getiriyoruz." ifadelerini kullandı.

Çınar Kaya Mühendislik'ten İzmir'e 5 yıldızlı otel projesi

İzmir ili, Cumaovası (Menderes) ilçesi, Özdere Mahallesi, 1301 ada, 6 parsel, M18A-03b-1a pafta, 33287 m2 mevkiindeki Çınar Kaya Mühendislik Müşavirlik İnşaat A.Ş. tarafından yapılması planlanan Turizm Konaklama Tesisi (150 Oda, 300 Yataklı Otel) projesi ile ilgili olarak 'ÇED Olumlu' kararı verildi. Hazine taşınmazı olan 1301 ada, 6 numaralı parsel, toplam 33.287,21 m² büyüklüğünde imarlı bir arazi konumunda

bulunuyor. İzmir il merkezinin 42 metre güneyinde, Kuşadası Seferihisar karayolunun deniz tarafında, batısında Gümöldür doğusunda ise Ahmetbeyli yerleşimleri arasında kalıyor. 5 yıldızlı olarak planlanan tesis bünyesinde konaklama üniteleri, idari-ön büro- lobby birimleri, restoran, yemek salonu vb. yiyecek-içecek alanları, havuz, SPA, mutfak pişirme-depo alanları, çamaşırhane-dikiş -ütü odası, kuru



temizleme vb. oda hizmet alanları, personel üniteleri yer alıyor. Proje bedeli: 332.476.657 TL olarak belirtildi.

Saspa Turizm Otelcilik'ten, TRYP By Wyndham İstanbul Maltepe projesi



İstanbul ili, Maltepe ilçesi, Altayçeşme Mahallesi, Atatürk Caddesi, No:113 (Tapuda 16761 ada, 50 parsel) – 10842 m2 mevkiindeki Saspa Turizm Otelcilik Sac Sanayi

ve Ticaret Limited Şirketi tarafından yapılması planlanan Otel (113 Oda) - TRYP By Wyndham İstanbul Maltepe projesi ile ilgili olarak TRYP By Wyndham İstanbul Maltepe projesi'ne Valiliğimizce 'ÇED Olumlu' kararı verildi. Projede, 1455 m² yüzölçümlü tapu alanında 10842 m2 kapalı alanda 113 oda, restoran, kafe, toplantı salonu, çok amaçlı salonlar, mescit, hamam, sauna, spor salonu, fitness salonu, masaj odaları, lobi, ofisler, kahvaltı salonu, kahvaltı mutfaklığı ve otopark alanı bulunuyor. Toplam oda sayısı 113 adet olmak üzere; gerçekleştirilmesi planlanan otel projesi

5 Bodrum Kat + 1 Zemin Kat + 8 Normal Kat + 1 Çatı Katı olacak şekilde projelendi. Proje alanının 100 m batısında Maltepe Ersoy Hastanesi, 270 m kuzeydoğusunda D100 Karayolu, 390 m güneybatısında Yaşar Kemal Kültür Merkezi ve 350 m kuzeybatısında Maltepe Devlet Hastanesi yer alıyor. Otelin; 5 Bodrum Kat + 1 Zemin Kat + 8 Normal Kat + 1 Çatı Katı olmak üzere işletilmesi planlanıyor. Projenin inşaat aşaması bulunmuyor. Yapımı tamamlanmış binada izinler alınarak; otelcilik faaliyeti planlanıyor. Proje bedeli 59.953.913 TL olarak belirlendi.

Polgün

WATERPARKS & ATTRACTIONS

FIRST-OF-ITS-KIND
AWARDED MULTI-EXPERIENCE WATERSLIDE



Burcu Aygun / Exely Türkiye İş Geliştirme Direktörü

Doğrudan satışlar, sürdürülebilir gelir artışı hedefleyen oteller için temel bir odak noktası haline gelirken Exely bu ihtiyaca, otellerin web siteleri üzerinden etkili satış kanalları oluşturmalarına yardımcı olarak yanıt veriyor

Dijitalleşme son on yılda turizm sektörünü dönüştürdü; ancak bu süreç, otellerin dağıtım yapısındaki sorunları da daha görünür kıldı. Türkiye’de bazı tesisler hâlâ offline acente ve tur operatörlerine dayanırken, bazıları online seyahat acentelerine yüksek ölçüde bağımlı. Her iki modelde de sonuç benzer: düşen kârlılık, fiyatlama üzerinde sınırlı kontrol ve zayıflayan misafir ilişkileri. Bu nedenle doğrudan satışlar, sürdürülebilir gelir artışı için stratejik bir öncelik haline geldi. 65 ülkede 6.500’den fazla otele hizmet veren uluslararası otel teknolojileri (konaklama yazılımı) sağlayıcısı Exely, web sitesi üzerinden doğrudan rezervasyonları artırmaya odaklanan entegre bir teknoloji ve danışmanlık yapısı sunuyor. Turizm Proje Dergisi olarak, Exely Türkiye İş Geliştirme Direktörü Burcu Aygun ile şirketin yaklaşımını ve Türk oteller için daha kârlı, bağımsız bir dağıtım stratejisinin temel başlıklarını konuştuk.



sözleşmelere veya kurulum ücretlerine bağlamıyoruz. Fiyatlandırma modelimizi, oteller çözümümüzle sonuç elde ettiğinde bizim de kazandığımız bir yapı üzerine kurduk. Bu yaklaşım, performans odaklı ortak bir hedef yaratıyor. Amacımız yalnızca yazılım sunmak değil; otellerin doğrudan satışlar üzerinden gelirlerini sürdürülebilir şekilde artırmalarına destek olmak. Bir otel büyüdüğünde Exely de onunla birlikte büyür, uzun vadeli iş ortaklığımızın temelini bu bilinç oluşturur.

exely
Direct Drive for Your Hotel Sales

satış, otel deneyimi ve başarı, destek ve pazarlama ekiplerimizle yerel dilde ve pazarı yakından tanıyan bir ekiple çalışır. Bu sayede resort ve şehir otelleri arasındaki farklılıklar ya da sezonluk dalgalanmalar gibi Türkiye’ye özgü dinamikleri doğru şekilde ele alabiliyoruz. Öte yandan, Exely’nin global varlığı sayesinde uluslararası trendleri ve farklı pazarlarda kanıtlanmış uygulamaları yakından takip ediyor, bu bilgi birikimini Türkiye pazarına taşıyoruz. Yerel otellerden aldığımız geri bildirimler de ürün geliştirme süreçlerimizde önemli bir rol oynuyor; böylece

Exely olarak “Otel partnerlerimiz başarılı olduğunda biz de başarılı oluruz” diyorsunuz. Bu yaklaşım, otellerle çalışma biçiminizi ve iş yapış modelinizi nasıl şekillendiriyor?

Bu ilke, otellerle çalışma biçimimizi şekillendiriyor. Exely olarak kazancımızı uzun süreli bağlayıcı

Exely birçok ülkede otellerle çalışıyor; ancak yerel yaklaşımın önemini özellikle vurguluyorsunuz. Bu global yapı ile yerel yaklaşım arasındaki denge Türkiye’de uygulamada nasıl sağlanıyor?

Exely uluslararası bir şirket olsa da, farklı pazarlardaki çalışmalarımız tamamen yerel bir yapı üzerine kurulu. Türkiye’de oteller;



- Fiyatlandırma üzerinde tam kontrol, kullanıcı dostu bir rezervasyon deneyimi ve Exely’nin güvenilir desteği sayesinde Questa Hotel olarak kısa sürede önemli ilerlemeler kaydettik. 2024 Şubat ayında %26 olan doluluk oranı, 2025 Şubat ayında %40’a yükseldi.
- Aynı dönemde gelirlerimizde %150 artış sağlandı.

Sibel Selçuk Yıldız
Satış & Pazarlama Yöneticisi

Exely ile iş birliğine başladıktan sonra üç Zin D otelimizde dijital görünürlüğümüzü, satış performansımızı ve iş operasyon verimliliğimizi önemli ölçüde artırdık.

- Her otel için özel olarak hazırlanan modern web siteleri, entegre Booking Engine özellikleri ve Müşteri Deneyimi & Başarı Yöneticisi’nin sunduğu kişiselleştirilmiş destek sayesinde, doğrudan rezervasyon oranımız yükseldi,
- OTA’lar ile daha dengeli bir sürece girdik ve iç iş süreçleri daha verimli hale geldi.

Osman Buzluk
Satış & Pazarlama Yöneticisi



yazılım güncellemeleri gerçek operasyonel ihtiyaçlara dayanıyor. Yerel uygulama gücü ile global uzmanlığı birleştiren bu denge, Exely yaklaşımının temelini oluşturuyor.

Farklı pazarlardaki deneyiminize göre, bugün otellerin dağıtım konusunda en sık karşılaştığı zorluklar nelerdir?

Farklı pazarlarda faaliyet göstersek de, otellerin karşılaştığı zorlukların büyük ölçüde benzer olduğunu görüyoruz. Birçok otel aracı kanallara yüksek oranda bağımlı durumda ve bu bağımlılığı azaltarak kârlılığını artırmanın yollarını arıyor. Ancak aynı zamanda bu sorunu çoğu zaman tek bir araçla, genellikle yalnızca bir rezervasyon motoruyla çözmeye çalışıyorlar ve bu aracın tek başına doğrudan satışları artırmasını bekliyorlar. Oysa dağıtım stratejisi, tek bir ürünle değil; entegre bir yapı ve performans odaklı bütüncül bir yaklaşımla sürdürülebilir olarak güçlenebilir.

Sadece rezervasyon motorunun doğrudan satışları artırması beklentisi, uygulamada neden yetersiz kalıyor?

Pratikte doğrudan satışlar tek bir çözüm etrafında inşa edilemez. Sadakat programı araçları, fiyat paritesi kontrolü ve sürekli optimizasyon olmadan, bir rezervasyon motoru tek başına sürdürülebilir sonuçlar üretmekte zorlanır. Exely olarak bu noktada, birbirine entegre çalışan çözümlerden oluşan bir ekosistem kuruyoruz. Birden fazla aracın birlikte çalıştığı bu yapı sayesinde, otellerin doğrudan satış performansını bütüncül ve sürdürülebilir bir şekilde destekliyoruz.

Exely doğrudan satışlara nasıl farklı bir yaklaşım getiriyor? Çözüm ekosisteminiz hangi bileşenlerden oluşuyor?

Exely'nin temel çözümü, otelin web sitesi üzerinden doğrudan rezervasyonları destekleyen Rezervasyon Motoru'dur. Bunun etrafında ise daha geniş bir teknoloji ekosistemi inşa edilmiştir. Bu yapı; müsaitlik ve fiyatların senkronizasyonunu sağlayan Kanal Yöneticisi ve PMS entegrasyonları, dönüşüm odaklı web sitesi geliştirme, talebe dayalı fiyat kararlarını destekleyen fiyatlandırma araçları ve yapay zekâ destekli itibar yönetimi gibi çözümleri kapsar. Bu entegre çözümler sayesinde oteller, online satışlarını daha etkin şekilde

yönetirken, stratejilerinin merkezinde doğrudan rezervasyonları konumlandırabilir.

Exely'nin bazı çözümleri Rezervasyon Motoru planına dahil. Aynı ücretli ürünler sunmak yerine neden bu yaklaşımı tercih ediyorsunuz?

Bu karar, temel felsefemizi yansıtır: Exely, ancak oteller başarılı olduğunda başarılı olur. Amacımız, tekil özellikler satarak geliri maksimize etmek değil; gerçekten çalışan bir doğrudan rezervasyon akışı oluşturmaktır. Örneğin Fiyat Eşitleme (Rate Match) ve Sadakat Programı, aynı rezervasyon yolculuğunun farklı aşamalarını desteklediği için Rezervasyon Motoru planına dahildir. Fiyat Eşitleme, misafirlerin fiyat karşılaştırması yaptığı ilk aşamada - arama sonuçlarında ya da otel web sitesi ile OTA teklifleri arasında - rekabet avantajı sağlar. Rezervasyon Motoru bu talebi doğrudan rezervasyona dönüştürürken, Sadakat Programı misafirlerin gelecekte tekrar doğrudan rezervasyon yapmasını teşvik eder. Bu araçlar birlikte çalıştığında en yüksek etkiyi yaratır. Rezervasyon Motoru planı içinde sunulmaları, otellerin izole çözümlere bağlı kalmak yerine tüm sistemi etkin biçimde kullanmasını sağlar. Tek başına kullanılan araçlar ise çoğu zaman sürdürülebilir sonuç üretmez.

Teknolojinin tek başına yeterli olmadığını sıkça vurguluyorsunuz. Exely, yazılım sağlamanın ötesinde otelleri nasıl destekliyor?

Teknoloji bir temel oluşturur; ancak sonuç, onun nasıl kullanıldığıyla ortaya çıkar. Bu nedenle Exely olarak yalnızca teknik desteğe değil, otel deneyim & başarı hizmetine güçlü bir şekilde odaklanıyoruz. Her otel, kendisine atanmış bir Otel Deneyim ve Başarı yöneticisi ile çalışır. Bu kişi hem pazar koşullarını hem de otelin performans verilerini düzenli olarak analiz eder, gelişim alanlarını belirler ve online satışları artırmaya yönelik özel stratejiler geliştirir. Odak noktamız her zaman otelin hedefleri ve bulunduğu pazar dinamikleriyle uyumlu, uygulanabilir aksiyonlardır.

Exely kullanan bir otelde müşteri destek ve otel deneyim & başarı ekipleri pratikte nasıl birlikte çalışıyor?

Bu iki ekip birbirini tamamlayan roller üstlenir. Otellerin, teknik soru ve taleplerini hızlı ve net şekilde çözümleyen atanmış bir müşteri destek yöneticisi bulunur. Aynı zamanda Otel Deneyim ve Başarı yöneticileri performans, strateji ve uzun vadeli büyüme konularına



odaklanır. Böylece otel hem operasyonel süreçlerde kesintisiz destek alır hem de satış performansını geliştirmeye yönelik stratejik rehberlikten faydalanır.

Exely ağırlıklı olarak hangi tip otellerle çalışıyor?

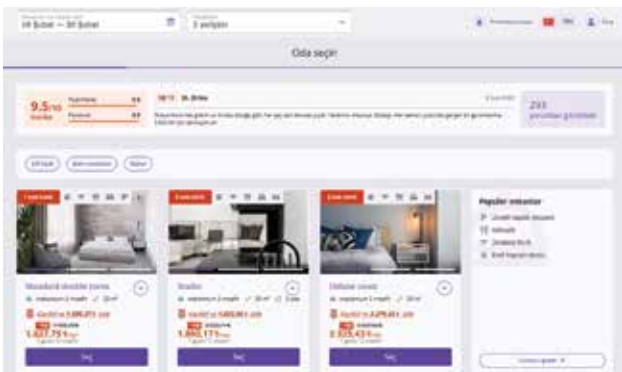
Exely; bağımsız oteller, zincir oteller ve otel yönetim şirketleriyle çalışır. Her durumda yaklaşımımız, işletmenin yapısına, ölçeğine ve karar alma modeline göre uyarlanır. Uygulamada, Exely'nin dağıtım uzmanlığı ve teknoloji ekosistemi özellikle orta segment ve üst orta segment oteller için oldukça etkilidir. Bu tesisler genellikle gelişmiş fiyatlandırma, dağıtım kontrolü ve analiz araçlarından fayda sağlayacak operasyonel hacme sahiptir; ancak satış stratejilerini esnek biçimde kurgulama ve optimize etme ihtiyacı da duyarlar.

Farklı otel modelleri veya tesis tipleriyle çalışırken yaklaşımınız nasıl değişiyor?

Temel platform aynı kalır; ancak yapılandırma ve destek modeli farklılaşır. Bağımsız oteller çoğunlukla fiyat kontrolünü artırmaya ve doğrudan rezervasyonları büyümeye odaklanırken, zincirler ve yönetim şirketleri tüm tesislerde tutarlılık, konsolide raporlama ve ölçeklenebilir süreçler talep eder. Biz de sistemi bu ihtiyaçlara göre konfigüre eder ve her yapıya uygun bir operasyon modeli oluştururuz.

Bugün dağıtım stratejisini yeniden düşünen Türk otelcilere tek bir tavsiye verecek olsanız, bu ne olurdu?

Dağıtımı birbirinden bağımsız araçlar veya kanallar bütünü olarak değil, bir sistem olarak ele almalarını öneririm. Kârlılık, daha fazla platform eklemekten değil; fiyat, müsaitlik, web sitesi performansı ve misafir ilişkilerinin birbiriyle uyumlu şekilde yönetilmesinden gelir. Doğrudan satış, araçları tamamen devre dışı bırakmak anlamına gelmez; onları bilinçli şekilde kullanırken otelin kendi kanallarını güçlendirmek anlamına gelir. Doğru teknolojiye ve uzmanlığa yatırım yapan oteller zaman içinde daha fazla kontrol, daha yüksek marj ve işlerine dair daha net bir görünürlük kazanır.



oteller



Termal konseptli oteller, zengin jeotermal su kaynaklarıyla misafirlerine hem fiziksel rahatsızlıklara destek hem arınma ve yenilenmeye katkı sağlayan, wellness, gastronomi ve eğlenceyi bir araya getiren bütüncül bir hizmet sunuyorlar

Termal konseptli otellerimiz, zengin mineral değerlere sahip jeotermal su kaynaklarıyla gerek doğayla içi içe lokasyonlarıyla gerekse şehir merkezlerindeki kolay ulaşım imkanlarıyla, sağlıktan doğa turizmine, hafta sonu dinlenmesinden bütüncül wellness deneyimine kadar geniş bir yelpazede hizmet veriyorlar. Bu doğal avantajı, modern altyapı ve profesyonel işletme anlayışıyla birleştirerek, termal turizmi sadece bir konaklama değil, bütüncül bir deneyim olarak konumlandırıyorlar.

Termal otellerimiz, termal olanaklarını sağlık odaklı uygulamalarla destekleyerek, misafirlerine hem fiziksel yenilenme hem de zihinsel rahatlama sağlayan kapsamlı bir konaklama deneyimi yaşıyorlar. Bu bağlamda misafirlerine, termal suyun şifa gücünü modern wellness anlayışıyla buluşturan kapsamlı bir Spa & Termal Yaşam alanı, termal suyla beslenen açık ve kapalı havuzlar, farklı sıcaklık ve mineral yoğunluklarına sahip özel kullanım alanları, özel aile banyoları ve dinlenme bölümleri, bay-bayan ayrı termal havuzları, jakuzili termal havuzlar,

Türk hamamı, Fin hamamı, sauna, buhar odası, tuz odası, kar çeşmesi, şok duş gibi çok geniş yelpazede olanaklar sağlıyorlar. Bunun yanı sıra uzman terapistler eşliğinde klasik ve medikal masajlar, aromaterapi uygulamaları ile cilt ve vücut bakımları gibi uygulamaları profesyonel standartlarda sağladıklarını açıklıyorlar. Tüm bu hizmet ve olanakları fitness alanları, aquaparklar, ATV turları ve doğa yürüyüşü rotaları gibi aktivitelerle birleştirerek, her yaş grubuna hitap eden birer tatil ve deneyim kompleksine dönüştürdüklerine vurgu yapıyorlar. Termal turizmi, sağlık turizmi kapsamında hem fiziksel



rahatsızlıklara destek sunan hem de ruhsal anlamda arınma ve yenilenmeye katkı sağlayan çok yönlü bir turizm türü olarak niteleyen sektör temsilcileri, misafir portföylerini üç ana segmentte topluyorlar: Birinci grubu, kas-iskelet sistemi, romatizmal rahatsızlıklar, ortopedik sorunlar, kronik ağrılar ve ameliyat sonrası rehabilitasyon gibi amaçlarla gelen geleneksel “tedavi” odaklı misafirler oluştururken; ikinci grupta bağımsızlığını güçlendirmek ve “sağlıklı yaş alma” (well-aging) bilinciyle hareket eden 45 yaş üstü kitle yer alıyor. Üçüncü ve en hızlı büyüyen segment ise; şehir stresinden kaçan, stres yönetimi, uyku düzeni ve zihinsel arınma arayan 30-45 yaş arası “aktif profesyoneller” olarak öne çıkıyor. Sektör temsilcileri bununla birlikte kongre, toplantı ve şirket organizasyonları kapsamında gelen iş amaçlı misafirlerin de yoğun programlarının ardından termal ve spa hizmetlerinden faydalanarak dinlenme imkânı bulduklarını, bu bağlamda sağlık turizmi ile iş ve tatili bir araya getiren bütüncül bir deneyim sunduklarını aktarıyorlar. Misafir profilleri hakkında sektör profesyonelleri, iç pazarın ağırlığını koruduğunu özellikle yaz aylarında Avrupa’da yaşayan gurbetçi vatandaşların yoğun ilgisi olduğunu ifade ediyorlar. Dış pazarda ise Almanya, Hollanda, Belçika ve Fransa başta olmak üzere Avrupa ülkelerinden; Kuzey ve İskandinavya’dan Rusya, İskandinav ülkeleri (İsveç, Norveç, Danimarka vb.); Orta Doğu ve Körfez’den Suudi Arabistan, Körfez ülkeleri (Kuveyt, Katar, BAE vb.). Bölgeler bazında BDT (Bağımsız Devletler Topluluğu -Azerbaycan, Kazakistan vb.), Balkanlar ve Orta Asya’dan misafir ağırladıklarını açıklıyorlar.

Yer altı kaynak zenginliği bakımından Avrupa’da 1’inci, dünyada ise 7’nci sırada yer alan Türkiye’nin, doğal avantajını küresel bir ekonomik değere dönüştürme noktasında sektör temsilcileri, kapsamlı bir “akreditasyon ve markalaşma” atağına ihtiyaç duyulduğunu vurguluyorlar

Türkiye’nin, jeotermal kaynak zenginliği yanında tesisleşme, markalaşma ve nitelikli insan kaynağı gibi yapısal engellerle karşı karşıya olduğunu belirten sektör temsilcileri, bu potansiyelin tam kapasiteyle ekonomiye kazandırılması için “bütüncül bir dönüşüm” çağrısı yapıyor. Sektörün içinde bulunduğu temel sorunlara değinen sektör profesyonelleri, **aşılamayan “kış turizmi” algısı ve mevsimsellik algısına** vurgu yapıyorlar. Sektörün önündeki en büyük algısal engelin, termal turizmin hâlâ sadece “kışa özgü” bir faaliyet olarak görülmesi olduğunu; bu durumun, yıl geneline yayılması gereken doluluk oranlarında dalgalanmalara yol açtığını açıklıyorlar. Profesyoneller, termalin “deniz-güneş-kum” üçlüsüyle entegre edilerek dört mevsim sürdürülebilir bir model olarak

konumlandırılması gerektiğini vurguluyor.

Nitelikli personel ve istikrar sorununun da sektörde aşılması zor bir sorun yarattığına değinerek, Anadolu’nun mütevazı ilçelerinde ve sosyal imkanları sınırlı bölgelerinde “nitelikli insan kaynağı” istihdam etmenin, sektörün en kronik sorunlarından biri olduğunu vurguluyorlar. Genç çalışanların istikrarsızlığının ve uzman sağlık personeli (fizyoterapist, wellness uzmanı vb.) bulma zorluğunun, hizmet kalitesinde standardizasyonu güçleştirdiğini söylüyorlar ve çözüm olarak; akademik kurumlarla iş birliği, mesleki eğitimlerin teşvik edilmesi ve personel refahını artıracak politikalar öneriyorlar. **Küresel Rekabette Akreditasyon ve Tanıtım Eksikliği** bir diğer temel sorunu oluşturuyor. Türkiye’nin doğal kaynak gücünün, uluslararası pazarda yeterince “markalaşmış” olmadığına vurgu yapıyorlar. Tesislerin tıbbi altyapı, hijyen ve teknoloji açısından standartlaştırılmaması, global sigorta sistemleriyle (geri ödeme sistemleri) entegrasyonu zorlaştırıyor. Sektör temsilcileri, TGA (Turizm Geliştirme Ajansı) desteğiyle destinasyon bazlı tanıtımların artırılmasını ve yabancı turistlerin sigorta kapsamına alınacağı akreditasyon süreçlerinin hızlandırılmasını bekliyor. **İşletme Maliyetleri ve Ekonomik Baskıların** önemli bir etken olduğunu ifade ediyorlar. Artan enerji ve işletme maliyetlerinin ve misafirlerin konaklama gün sayılarını düşürmesinin veya “cebine en yakın” lokasyonu seçmesinin, tesisleri maliyet yönetimini zorladığını belirtiyorlar. **Çevresel sürdürülebilirlik ve kaynak yönetiminin** sektörde giderek önem kazanan bir konu olduğunu; termal su kaynaklarının plansız kullanımının, çevresel etkiler ve enerji verimliliği sorunlarının uzun vadede sektörün sürdürülebilirliğini tehdit ettiğini vurguluyorlar. Sürdürülebilir yatırım politikalarının desteklenmesine ve termal su kaynaklarının korunması için sürdürülebilir çevre planlarının zorunlu hale getirilmesine dikkat çekiyorlar. **Mevzuat ve teşvik politikalarının da** sektörün gelişimini etkileyen faktörler arasında olduğunu açıklıyorlar. Sağlık ve turizm mevzuatının entegrasyonu, termal sağlık hizmetlerinin geri ödeme sistemlerine entegrasyonu ve yatırım teşviklerinin sürdürülebilirliği konusunda yapısal düzenlemelere ihtiyaç duyulduğunu ifade ediyorlar.

Kültür ve Turizm Bakanlığı istatistiklerine göre Türkiye genelinde 2025 yılı itibarı ile Turizm İşletme Belgeli 116, Basit Konaklama İşletme Belgeli 13.265 termal tesis hizmet veriyor

Sektör profesyonellerine göre Türkiye, tesisleşme ve kaynak zenginliği açısından güçlü olsa da uluslararası pazarda henüz “hak ettiği” noktada değil. Özellikle Almanya, Macaristan ve Çekya gibi ülkelerin termal turizmi yüzyıllardır sistematik bir



“medikal rehabilitasyon” modeli haline getirmesi, Japonya’nın “Onsen” kültürünü küresel bir marka kimliğine dönüştürmesi gibi, Türkiye’nin de zengin jeotermal kaynaklarını global bir kimliğe kavuşturması gerektiği belirtiliyor. Türkiye’nin dünya termal pastasından aslan payını alabilmesi için en kritik adım “akreditasyon” olarak görülüyor. Sağlık ve Turizm Bakanlıklarının ortak yürüttüğü çalışmalarla, yabancı turistlerin kendi ülkelerindeki sigorta sistemlerinin Türkiye’deki termal kür tedavilerini kapsamaması hedefleniyor. Bu entegrasyonun sağlanması durumunda, özellikle Avrupa pazarından gelecek yüksek gelir grubu turist sayısında ve geceleme sürelerinde çarpan etkisi yaratacak bir artış bekleniyor. Mevcut durumda ağırlıklı olarak iç pazara ve bölgesel taleplere hizmet veren sektör, Turizm Geliştirme Ajansı (TGA) ve Bakanlık destekleriyle rotasını 12 aylık kesintisiz dış pazara çevirmiş durumda. Direkt uçuşların artması ve bölge bazlı tanıtım stratejilerinin güçlendirilmesiyle, termal tesislerin sadece “havuz ve konaklama” sunan mekanlar olmaktan çıkıp; modern tıp, rehabilitasyon ve sağlıklı yaşamın entegre edildiği “bütüncül sağlık merkezleri” olarak konumlandırılması hedefleniyor. Sektör temsilcileri, Türkiye’nin potansiyelinin altında kaldığı noktasında hemfikir olsa da gelecekte umutlu. Artan maliyetler ve operasyonel zorluklara rağmen; doğru yatırım, dijital pazarlama altyapısı ve sürdürülebilir işletme modelleriyle Türkiye’nin küresel termal turizmde “lider destinasyon” olma kapasitesine sahip olduğu vurgulanıyor. Ekonomik konjonktürün getirdiği maliyet baskılarına rağmen 2025 yılını, doluluk oranları ve misafir memnuniyetinde yakalanan istikrarlı ivmeyle geride bıraktıklarını açıklayan sektör profesyonelleri, 2026 hedeflerinde, uluslararası sağlık turizmi pazarındaki paylarını artırmayı, termal deneyimi dört mevsim yaşayan, yüksek katma değerli bir sağlık turizmi modeline dönüştürmeyi amaçladıklarını belirtiyorlar.



Kültür ve Turizm Bakanlığı istatistiklerine göre Türkiye genelinde 2025 yılı itibarı ile Turizm İşletme Belgeli 116 termal tesis, 16 bin 894 oda sayısı ile hizmet veriyor. Turizm Yatırım Belgeli Tesis sayısı ise 19 adet olup oda sayısı 3.424'tür. Turizm İşletme Belgeli Termal Tesis sayısında Afyonkarahisar 12 tesis ile birinci sırada yer alıyor. Bu ilimizi 11'er tesis ile Bursa ve İzmir takip ediyor. Bu şehirlerimizi 10'ar tesis ile Ankara ve Denizli izliyor. 9'ar tesis ile Balıkesir ve Kütahya sıralamadaki yerlerini alıyorlar.

TURİZM İŞLETME VE YATIRIM BELGELİ TERMAL TESİSLER 2025

		TURİZM İŞLETME BELGELİ		TURİZM YATIRIM BELGELİ				TURİZM İŞLETME BELGELİ		TURİZM YATIRIM BELGELİ	
İller	Tesis Türü	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	İller	Tesis Türü	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı
Afyon	Apart Otel	2	37			İzmir	Termal Turizm	1	50		
Afyon	3 Yıldızlı	1	160			K. Maraş	1 Yıldızlı	1	26		
Afyon	4 Yıldızlı			1	478	K. Maraş	3 Yıldızlı	1	23		
Afyon	5 Yıldızlı	9	2.622	2	400	K. Maraş	4 Yıldızlı			1	99
Aksaray	Apart Otel	1	48			K. Maraş	5 Yıldızlı	1	132		
Amasya	5 Yıldızlı	1	98			Kırşehir	4 Yıldızlı	1	132		
Ankara	4 Yıldızlı	5	380			Kırşehir	Termal Turizm	1	198		
Ankara	5 Yıldızlı	5	1.076			Kocaeli	5 Yıldızlı	1	164		
Aydın	5 Yıldızlı	1	133	1	414	Kütahya	Apart Otel	2	49		
Balıkesir	Butik Otel	1	33			Kütahya	3 Yıldızlı	4	155		
Balıkesir	3 Yıldızlı	1	60			Kütahya	4 Yıldızlı	2	141		
Balıkesir	4 Yıldızlı	4	484	2	72	Kütahya	5 Yıldızlı	1	142		
Balıkesir	5 Yıldızlı	3	496	1	181	Manisa	4 Yıldızlı	1	168		
Bolu	4 Yıldızlı	1	77			Mersin	5 Yıldızlı	1	249		
Bolu	5 Yıldızlı	1	97	2	452	Muğla	4 Yıldızlı	1	543		
Bursa	3 Yıldızlı	3	210	1	135	Nevşehir	4 Yıldızlı	3	447		
Bursa	4 Yıldızlı	3	252	1	90	Niğde	3 Yıldızlı	1	96		
Bursa	5 Yıldızlı	5	839	1	250	Niğde	5 Yıldızlı	1	216		
Çanakkale	3 Yıldızlı	1	40			Ordu	4 Yıldızlı	1	80		
Çanakkale	4 Yıldızlı	2	129			Rize	3 Yıldızlı	1	148		
Çanakkale	5 Yıldızlı			1	240	Sakarya	4 Yıldızlı	1	65		
Çankırı	3 Yıldızlı	1	29			Samsun	4 Yıldızlı	2	138		
Çankırı	4 Yıldızlı	1	78			Tekirdağ	4 Yıldızlı	1	43		
Denizli	3 Yıldızlı	1	100			Tokat	1 Yıldızlı	1	22		
Denizli	4 Yıldızlı	2	257			Tokat	2 Yıldızlı	1	15		
Denizli	5 Yıldızlı	7	1.629			Tunceli	4 Yıldızlı	1	44		
Diyarbakır	4 Yıldızlı	1	82			Uşak	3 Yıldızlı			1	100
Eskişehir	3 Yıldızlı	1	35			Van	3 Yıldızlı	1	22		
Gaziantep	5 Yıldızlı			1	62	Yalova	3 Yıldızlı	1	25	1	67
Gaziantep	5 Yıldızlı	1	113			Yalova	4 Yıldızlı	2	161		
İstanbul	4 Yıldızlı	1	80			Yozgat	3 Yıldızlı	1	75		
İstanbul	Termal Turizm	1	840			Yozgat	5 Yıldızlı	1	246	1	264
İzmir	4 Yıldızlı	2	242			TOPLAM		116	16.894	19	3.424
İzmir	5 Yıldızlı	8	2.123	1	120						



Ali Ulvi Gümüşhan / İkbal Thermal
Hotel & Spa / Genel Müdür

Afyonkarahisar'ın doğasına uyumlu mimarisi, etkileyici konsepti ve lüks hizmet anlayışıyla İkbal Thermal Hotel & Spa, "Oda Kahvaltı" ve "Yarım Pansiyon" konseptlerinde misafirlerine sıra dışı bir deneyim sunmaktadır. Geniş ve yemyeşil bahçesiyle huzurlu bir atmosfer yaratan tesisimiz, Afyon şehir merkezine yalnızca 10 km, Zafer Havalimanı'na ise 49 km uzaklıktadır. İkbal Thermal Hotel & Spa, Condé Nast Traveler'ın 2020-2021-2022-2024 ve 2025 Okuyucu Ödülleri'nde Dünya sıralamalarına girmiş olup, "En İyi Spa Destinasyonları" ve "ABD'de & Dünyanın Dört Bir Yanındaki En İyi Spa Tatil Merkezleri" kategorilerinde 2025 yılında Dünya 4.'sü seçilmiştir. İkbal dünyasında geçirdiğiniz her an, sizi saran bu eşsiz atmosferle hayalinizdeki tatili gerçeğe dönüştürmenizi sağlıyor. Konforun zarafetle buluştuğu, sade ve ferah tasarıma sahip odalarımız; Deluxe, Bedensel Engelli, Prens Suite, Prenses Suite, Bağlantılı Aile Odası, Queen Suite, King Suite, Penthouse Suite ve Penthouse Spa Suite seçenekleriyle misafirlerimize her anı özel, konforlu ve unutulmaz bir konaklama deneyimi sunuyor. UNESCO tarafından Gastronomi Kenti ilan edilen bu topraklar, coğrafi işaret tesciline sahip yöresel lezzetleriyle Anadolu mutfağının en özel örneklerini dünyaya tanıtmaktadır. İkbal Thermal Hotel & Spa, bu zengin mirası modern sunumlar ve özenli bir servis anlayışıyla misafirlerine sunarak Afyonkarahisar'ın lezzet kültürünü yaşatmaktadır. İkbal Thermal Hotel & Spa ile aynı alanda yer alan Afium Eğlence ve Outlet Merkezi, geniş marka yelpazesiyle alışveriş keyfini zirveye taşıran, sinema salonları, bowling, çocuk oyun alanları, kafe ve restoran seçenekleriyle her yaşta misafire eğlence dolu anlar yaşatır. Afyonkarahisar'ın yöresel ürünlerinden dünyaca ünlü markalara uzanan zengin alışveriş imkânı, Afium'u hem tatilin hem de keyifli zamanın vazgeçilmez adresi haline getiriyor. MineraSpa Merkezimiz, Fitness merkezi, squash, reformer pilates, termal havuzlar, özel termal aile banyoları, kaydıraklı kapalı yüzme havuzu, çocuk havuzu, ısıtmalı açık yüzme havuzu, açık

Afyonkarahisar'ın doğasına uyumlu mimarimiz, misafirlerimize sağladığımız termal ve spa olanaklarımız ile konforlu, sağlıklı ve dinlendirici bir konaklama deneyimi sunuyoruz

termal havuz, Türk hamamı, sauna, jakuzi, buhar odası, kuaför salonu, masaj odaları, çamur banyoları, cilt ve vücut bakımları ile hizmet vermektedir. Ayrıca bayanlar için kapalı bir yüzme havuzunun yanı sıra bay ve bayanlar için ayrı ayrı termal havuzlar mevcuttur. İkbal Thermal Hotel & Spa olarak misafirlerimize sağladığımız termal ve spa olanakları ile konforlu, sağlıklı ve dinlendirici bir konaklama deneyimi sunmayı hedeflemekteyiz. Tesisimizde farklı ihtiyaçlara hitap eden açık ve kapalı olmak üzere birden fazla yüzme havuzu bulunmaktadır. Termal havuzlarımız, doğal mineralli termal su ile beslenmekte olup hem dinlenme hem de sağlık amaçlı kullanım için uygundur. Ayrıca çocuk misafirlerimiz için ayrı çocuk havuzları da mevcuttur.

Termal turizm sektörü genel olarak yüksek bir potansiyele sahip olmasına rağmen tanıtım eksikliği, hizmet standartlarında tesisler arası farklılıklar, nitelikli personel yetersizliği ve mevsimsellik algısı gibi temel sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır. Pek çok destinasyonda termal turizm hâlâ yalnızca kış dönemine özgü bir faaliyet gibi algılanmakta, bu da yıl geneline yayılan sürdürülebilir doluluk oranlarının oluşmasını zorlaştırmaktadır

İkbal Thermal Hotel & Spa olarak misafir profilimize baktığımızda, konuklarımızın tesisimizi ağırlıklı olarak wellness ve wellbeing odaklı ziyaret ettiklerini görmekteyiz. Günlük hayatın yoğun temposundan uzaklaşmak, zihinsel ve fiziksel olarak yenilenmek, stres atmak ve kaliteli bir dinlenme süreci geçirmek en öne çıkan ziyaret nedenleri arasında yer almaktadır. Misafirlerimizin önemli bir bölümü orta yaş grubu yetişkinlerdir (yaklaşık 35–54 yaş). Bu yaş grubunun termal ve spa odaklı wellness / wellbeing konaklamalar için talebi daha yüksektir, çünkü stres atma, sağlıklı yaşam ve yaşam kalitesi odaklı tatil arayışları bu dönemde daha ön plandadır. Ayrıca 55 yaş üstü misafirlerimiz de belirgin bir oran teşkil eder; bu grup özellikle termal suların rahatlatıcı ve destekleyici etkilerini sağlık ve rehabilitasyon amaçlı da değerlendirmektedir. Genç yetişkinler (25–34 yaş) ve daha aktif yaşam tarzına sahip konuklar da artan wellness trendiyle birlikte spa, yoga, detoks vb. programlara rağbet etmektedir. Misafirlerimiz genellikle şu şekilde dağılım göstermektedir: Türkiye'nin farklı bölgelerinden yerli turistler, Avrupa ülkelerinden (özellikle Almanya, Belçika,

Fransa ve Hollanda gibi) wellness ve spa tatili için gelen ziyaretçiler yanı sıra Rusya, Suudi Arabistan ve Körfez ülkeleri gibi uluslararası pazarlardan wellness turizmine ilgi duyanlardan oluşmaktadır. Termal turizm sektörü genel olarak yüksek bir potansiyele sahip olmasına rağmen tanıtım eksikliği, hizmet standartlarında tesisler arası farklılıklar, nitelikli personel yetersizliği ve mevsimsellik algısı gibi temel sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır. Pek çok destinasyonda termal turizm hâlâ yalnızca kış dönemine özgü bir faaliyet gibi algılanmakta, bu da yıl geneline yayılan sürdürülebilir doluluk oranlarının oluşmasını zorlaştırmaktadır. Bunun yanında uluslararası pazarlarda yeterli bilinirliğin sağlanamaması ve sağlık–wellness entegrasyonunun her tesiste aynı düzeyde geliştirilememiş olması sektörün rekabet gücünü sınırlayabilmektedir. Termal turizm sektörünün bugün dünyada bulunduğu nokta değerlendirildiğinde, sahip olduğu doğal kaynak zenginliği ve talep potansiyeli açısından güçlü bir konumda olduğu söylenebilir; ancak mevcut seviyenin tam anlamıyla yeterli olduğunu söylemek güçtür. Birçok ülke termal kaynaklar açısından oldukça avantajlı olmasına rağmen, bu potansiyel her zaman aynı ölçüde marka değeri, uluslararası bilinirlik ve yüksek gelirli turist çekme kapasitesine dönüşmemektedir. Özellikle wellness ve wellbeing trendinin küresel ölçekte hızla büyüdüğü günümüzde termal turizmin yalnızca tedavi odaklı değil, yaşam kalitesi ve deneyim odaklı bir alan olarak konumlandırılması büyük önem taşımaktadır. 2025 yılını otelimiz açısından genel olarak başarılı ve verimli bir yıl olarak geçirdik. Doluluk oranlarımızda artış sağladık, misafir memnuniyeti skorlarımızı yükselttik ve hizmet kalitemizi geliştirmeye odaklandık. 2026 yılı için işletme olarak temel beklentimiz, termal ve sağlık turizmine yönelik talebin artış göstermesiyle birlikte yıl geneline yayılan istikrarlı bir doluluk oranına ulaşmaktır. Belirlenen temel hedefler olarak, doluluk oranlarının artırılması ve sezon dışı dönemlerde talebin dengelenmesidir. Bir başka önemli hedef ise, misafir memnuniyetinin sürdürülebilir şekilde artırılmasıdır. Genel olarak değerlendirildiğinde, 2026 yılı için hedef; hizmet kalitesini koruyarak büyümek, yıl boyu dengeli doluluk sağlamak ve termal sağlık turizmi alanında işletmenin konumunu daha da güçlendirmektir.



İsmail Eyvaz/ Hattuşa Vacation Thermal Club / Turizm Direktörü

Hattuşa Vacation Thermal Club Grubu olarak, Türkiye genelinde aktif şekilde hizmet veren 4 termal tesisimiz bulunmakta, yatırım ve inşaat süreci devam eden 2 yeni tesisimizle büyümemizi sürdürmekteyiz. Halihazırda; Hatay-Erzin, Ankara-Gündül, Tekirdağ-Saray ve Balıkesir-Güre'de bulunan Kazdağları tesisimizle misafirlerimize hizmet sunmaktayız. Yatırım aşamasındaki yeni tesislerimiz; Bolu-Göynük, Samsun-Havza' da yer almakta, tüm tesislerimiz termal otel konseptinde faaliyet göstermekte olup ortak kurumsal kimlik ve hizmet standartları çerçevesinde yönetilmektedir. Balıkesir'in Edremit ilçesine bağlı Güre Mahallesi'nde konumlanan Kazdağları tesisimiz ise dünyanın oksijen yoğunluğu açısından en zengin bölgelerinden biri olarak kabul edilen Kazdağları eteklerinde, dağ, deniz ve termal kaynakları bir arada sunan özel bir lokasyona sahiptir. Edremit Havalimanı'na 15 km, Edremit merkeze 10 km, Altınoluk'a 10 km ve Akçay'a 4 km mesafede bulunmakta, misafirlerimiz hem doğayla iç içe hem de şehir olanaklarına kolay erişim avantajı yaşamaktadır. Tesisimizde; 129 Standart, 320 Superior, 27 King Suite, 30 Yalı Dairesi toplam 506 modern daire bulunmakta, İkra Evleri konseptinde tamamı ahşap 63 oda (24 Ahşap Superior, 39 Ahşap King Suite) ile toplam kapasitemiz 569 odaya ulaşmakta farklı büyüklük ve konseptteki oda seçeneklerimizle misafirlerimize konforlu ve kişiselleştirilmiş bir konaklama deneyimi sunulmaktadır. Misafirlerimize iki ayrı konseptte kapsamlı SPA ve termal alan sunmaktayız. 2500 m² alan üzerine kurulu Aura İkra SPA merkezimizde bay/bayan misafirlerimize özel ayrı alanlar, 3000 m² alana sahip Aura SPA merkezimizde ise karma/bayan alanları bulunmakta, masajlarımız arasında; klasik, medikal, mix, aromaterapi, refleksoloji, Thai, lenf drenaj, selülit, Hint baş masajı, Bali masajı, ayak masajı ve lokal masaj seçenekleri yer almakta olup 30, 40, 50 ve 60 dakikalık seans alternatifleri sunulmaktadır. Ayrıca Türk hamamı (kese & köpük), tuz odası, ozon terapi, hacamat, ayak detoksu, doktor balık uygulaması, cilt bakım hizmetleri, aile banyosu, fitness salonu, bay/bayan kuaförü, sauna, revir, vitamin bar, açık, kapalı, karma ve bayanlara

Türkiye genelinde aktif şekilde hizmet veren 4 termal tesisimizle misafirlerimize hem sağlık hem de konfor odaklı bütüncül bir deneyim sunmakta, yatırım ve inşaat süreci devam eden 2 yeni tesisimizle büyümemizi sürdürmekteyiz

özel termal havuzlarımız ile misafirlerimize hem sağlık hem de konfor odaklı bütüncül bir deneyim sunmaktayız. Tesisimiz; doğayla iç içe konumu, temiz havası, deniz bağlantısı ve zengin termal kaynaklarıyla misafirlerini üç ana grupta ağırlamaktadır. İlk grup; romatizmal hastalıklar, kas-eklem ağrıları, bel-boyun fıtığı, ortopedik operasyon sonrası ve dolaşım sorunlarına yönelik tamamlayıcı tedavi ve rehabilitasyon amacıyla gelmektedir. İkinci grup; çoğunlukla 45 yaş üzeri olup metabolizma, kemik sağlığı, bağışıklık ve yaşam kalitesini desteklemeye odaklanmaktadır. Üçüncü grup ise 30-45 yaş aralığında, stres yönetimi, dijital detoks, uyku düzeni ve zihinsel rahatlama için aromaterapi, meditasyon ve yoga programlarını tercih etmektedir. Artan sağlık bilinciyle termal turizm, artık yalnızca tedavi sonrası değil, yaşam kalitesini artıran bütüncül bir deneyim olarak konumlanmaktadır. Misafirlerimizin %75'ten fazlası yerli turistlerden oluşmakta; talep ağırlıklı olarak Marmara, Ege ve İç Anadolu'dan gelmektedir. Yabancı oranı ise yaklaşık %25 olup başta Almanya, Hollanda ve Belçika olmak üzere Avrupa ülkeleri öne çıkmakta, dönemsel olarak BDT ve sınırlı ölçüde Körfez pazarı da yer almaktadır. Geniş yaş aralığına hitap eden tesisimizin ana segmentini genç çiftler, çocuklu aileler ve orta yaş grubu oluşturmaktadır; son yıllarda 30-45 yaş arası wellness ve sağlıklı yaşam odaklı misafirlerde belirgin artış gözlemlenmektedir. Yaz sezonunda resort konsepti, açık alan aktiviteleri ve etkinliklerle genç çiftler ve aileler için cazip bir alternatif sunmakta; tatil dönemlerinde ise aile dostu olanaklarla aile konaklamaları artış göstermektedir. Özetle; ana hedef kitlemiz yerli misafirler olmakla birlikte, yaz döneminde genç wellness odaklı profesyoneller, genç çiftler ve çocuklu aileler segmentlerinde güçlü büyüme potansiyeli bulunmaktadır.

Termal turizmde, ulusal kalite ve akreditasyon standartlarının yaygınlaştırılması, personel eğitime yatırım yapılması, sürdürülebilir termal kaynak yönetimi, güçlü destinasyon markalaşması, uluslararası tanıtım stratejilerinin artırılması sektörün büyümesini hızlandıracaktır

Termal turizm sektöründe en önemli sorunların başında mevsimsellik gelmekte ayrıca bazı tesislerde hizmet ve kalite standartlarının eşit seviyede olmaması, güçlü markalaşma eksikliği ve uluslararası pazarda yeterli alginin oluşturulmaması dikkat çekmektedir. Altyapı eksiklikleri, ulaşım bağlantılarının sınırlılığı,



sağlık turizmi konusunda uzman personel ihtiyacı ve sürdürülebilir kaynak yönetiminin yeterince planlanmaması da sektörü zorlayan unsurlar arasındadır. Çözüm olarak ulusal kalite ve akreditasyon standartlarının yaygınlaştırılması, personel eğitime yatırım yapılması, sürdürülebilir termal kaynak yönetimi, güçlü destinasyon markalaşması, uluslararası tanıtım stratejilerinin artırılması sektörün büyümesini hızlandıracaktır. Türkiye, güçlü jeotermal kaynakları ve dört mevsim hizmet verebilme avantajı ile ciddi bir potansiyele sahiptir. Ancak uluslararası marka değeri ve bilinirlik açısından henüz istenen seviyede olduğumuzu düşünmüyoruz. Doğru konumlandırma, standartlaşmış hizmet kalitesi ve etkili uluslararası tanıtım ile termal turizmi yalnızca tedavi değil, bütüncül bir sağlık deneyimi olarak sunabilirsek küresel pazarda çok daha güçlü bir konuma ulaşabiliriz. 2025 yılını, Kuzey Ege'de termal turizmin istikrarlı büyüdüğü bir dönem olarak değerlendirebiliriz. İç pazar talebi güçlü seyretti; özellikle kış ve ara sezonlarda termal tesislerin avantajı belirgin şekilde hissedildi. Sağlık odaklı uzun konaklamalar korunurken, 2-3 gecelik wellness konaklamaların da artış gözlemledik. Yaz ve sömestr dönemlerinde aile segmenti öne çıktı. Bununla birlikte artan maliyetler, enerji giderleri ve nitelikli personel temini sektör genelinde dikkatle yönetilmesi gereken başlıklar oldu. 2026 hedeflerimizi ise hizmet kalitesini artırmak ve paket programları çeşitlendirmek, konaklama süresini uzatmaya yönelik sağlık & wellness programları geliştirmek, sağlık turizmi ve devre tatil entegrasyonunu güçlendirmek, dijital pazarlama ve doğrudan satış kanallarına yatırım yapmak, yabancı pazar payını kademeli olarak artırmak, sürdürülebilirlik uygulamalarını yaygınlaştırmak, ayrıca Balıkesir'i Kuzey Ege'de daha güçlü bir termal ve wellness destinasyonu olarak konumlandırmak olarak özetleyebiliriz.

Hattuşa İle Yaşamınıza Değer Katın!

4 Mevsim Tatil Ayrıcalığı ve Sağlığınıza Yatırım Bir Arada!

- Sağlık ✓
- Tatil ✓
- Yatırım ✓

Hattuşa Erzin
+90 (850) 840 68 00



Hattuşa Saray
+90 (850) 304 89 89



Hattuşa Ankara
+90 (850) 305 66 66



Hattuşa Kazdağları
+90 (850) 346 50 05



HATTUşA
Vacation Thermal Club

www.hattusa.com.tr



Suat Delidere / BN Hotel Thermal & Wellness / Genel Müdür

Termalin iyileştirici gücünü modern konaklama anlayışıyla Mersin turizmine kazandıran BN Hotel Thermal & Wellness, Toroslar'ın yemyeşil doğasında yer alan özel bir lokasyona sahip. Şehir merkezine 15 km, Çukurova Bölgesel Havalimanı'na ise 30 dk uzaklıkta olan konumuyla kolayca ulaşılabilen otelimiz, litre başına 62,68 miligram mineral özelliği ile diğer bölgelere kıyasla yüzde 50 daha fazla mineral su değerine sahip. Cilt, romatizma ve sinir sistemi hastalıklarına şifa veren termal suyumuz, içilebilir olması ile de ayrıcalıklı. Havuzlarımızdaki termal sular doğal kaynağından geldiği gibi, herhangi bir karışıma uğramadan, doğal mineral zenginliği korunarak 38°C ve 41°C aralığında yer alıyor. 18 farklı meyve çeşidine ev sahipliği yapan 348 dönüm bahçesi ve 102 dönüm otel yerleşkesi olan otelimizin bahçesinde 8 bin 100 meyve veren ağaç ve 1.000 adet yeşil ağaç bulunuyor. Sürdürülebilir turizmde geline en yüksek seviyeyi ifade eden 'Sürdürülebilir Turizm 3. Aşama Sertifikası'na sahip tesisimizde 'bahçeden sofraya' konseptiyle turuncgil, zeytin ve meyve bahçeleri ile sebze bostanlarımızda taze ürünler yetiştirilerek kentin gastronomik zenginliğini ve sürdürülebilirliğini destekliyoruz. Hasatlardan elde ettiğimiz organik mahsulleri ise oteldeki restoranlarımızda kullanıyoruz. Farklı özelliklerde, 249 ferah oda, suit ve villaları ile 9 farklı konaklama seçeneği sunduğumuz otelimiz, 11 bin 500 metrekairelik dünya standartlarında donanımlı SPA'ya, 35 farklı açık ve kapalı yüzme havuzuna, Aquapark, yüzme, fitness, yoga, pilates, tenis, basketbol, voleybol, futbol ve yürüyüş alanlarına sahip bulunuyor. Tesisimizde termal deneyimlerin yanı sıra kadınlara, erkeklere ve ailelere özel olarak açık hava termal havuz, açık hava termal jakuzi, 38°C ve 41°C termal kapalı havuzlar, kapalı yüzme havuzu, çocuk havuzu, yürüme havuzu, su kaydırakları, Türk hamamı, sauna, buhar odası, tuz odası, kar çeşmesi, şok duş, macera duş, masaj terapi odaları, nefes terapisi ve dinlenme alanları, güzellik merkezi, kuaför, BN GYM ve vitamin bar içeren SPA merkezleri yer alıyor. Otelimizde ayrıca termal SPA'nın tüm deneyimlerini özel bir alanda

Mersin'de Toroslar'ın yemyeşil doğasında konumlanan tesisimizde, diğer bölgelere kıyasla yüzde 50 daha fazla mineral su değerine sahip, içilebilir nitelikteki termal suyumuz ile hizmet verirken, konaklamalı fizik tedavi ve rehabilitasyon merkezimizle de bütüncül sağlık anlayışını destekliyoruz

yaşamak isteyenler için SPA ve VIP SPA sūtilleri bulunuyor. Otelimizde termal havuzlarımızın ve SPA merkezlerimizin yanı sıra, konaklamalı fizik tedavi ve rehabilitasyon merkezimizle de bütüncül sağlık anlayışını destekliyoruz. Bu bütüncül sağlık anlayışı, termal tesislerimizin kalitesiyle birlikte sağlık turizminin önemli bir parçasını oluşturuyor. Sağlık turizmine verilen önemin artması ile özellikle termal turizm artık belli bir yaş üzerinde ağırlara iyi gelen bir tedavi şekli olmanın ötesine geçti. Dolayısıyla öncelikle termalin yararlarıyla bütüncül bir sağlık hizmeti almanın yanı sıra misafirlerimiz ağırlıklı olarak Mersin'in doğal güzellikleri, gastronomisi, kıyı turizmi ve termal tesisimizin iyileştirici gücünden bir arada yararlanmak için otelimize geliyor. Çukurova Havalimanı'nda direkt uçuşların artması ise çok farklı bölgelerden otelimize gelen misafir sayısının artmasını sağladı. Aileler ve çocuklar için hazırladığımız özel etkinlik ve konser alanları, BN Joy Land'in birbirinden farklı aktiviteleri, gastronomi tutkunları için yerel ve dünya mutfaklarını yansıtan özel restoranlarımız, Mersin'in yerel kültürünü organik lezzetlerle deneyimlemek isteyen herkese hitap ediyor. Otelimiz tüm bu yönleriyle misafirlerine bütüncül bir yenilenme fırsatı sunuyor. Gurbetçilerimizin yanı sıra yabancı misafir olarak Rusları, Avrupalıları ve İskandinavlıları ağırlıkla konuk ediyoruz. Yerli misafir oranımız yüzde 80 seviyesinde ve Çukurova Havalimanı sayesinde uçuşların olduğu tüm şehirlerden misafir ağırlıyoruz. Mersin dışında, Adana ve Gaziantep'ten çok misafirimiz geliyor. Termalde hedef kitlemiz, sadece ağırlarından kurtularak sağlıklı yaşamak isteyen 50 yaş üzeri turistler değil. Hem yerli hem de başta Avrupalılar olmak üzere yabancı termal misafirlerimizin yaş profili 35 yaşa kadar indi.

Sağlık ve Turizm Bakanlığı yabancı turistlerin kendi ülkelerinde termal kürü tedavisi verildiğinde sigortalarının karşılanmasını sağlayacak şekilde akreditasyon çalışmaları yürütüyor. Bu akreditasyon sağlanırsa, termal turizme ciddi anlamda olumlu katkı olacaktır. Kamunun yanı sıra TGA'nın bölgeye tanıtım desteği sağlayarak tur operatörlerine güç vermesi önemli.

Direkt uçuşların artması ve bölgeye yatırımların çoğalması da yine olumlu katkı sağlayacaktır. Termal turizmimizin dünyada tanıtımına ağırlık verilmesi, termal zenginliklerimiz için proje geliştirilmesi de bu alanda en önemli pazarımız olan Avrupa'dan gelecek misafirleri artıracaktır

Küresel pazarda bütünsel sağlık anlayışı yükselen bir trend. Türkiye'de termal turizmin toplam turizm hacmi içindeki payının artma potansiyeli var ancak ülkemiz bu alanda tesisleşmede geri planda kaldı. Yeraltı kaynak zenginliği bakımından Avrupa'da 1'inci, dünyada da 7'nci ülke olan Türkiye, tesisleşmede ilerlemesi halinde dünya termal turizm pastasından en büyük payı alabilir. Hem Bakanlığımız hem de Turizmi Geliştirme Ajansı (TGA), termal turizmi 12 aya yaymaya çalışıyor. Sağlık ve Turizm Bakanlığı yabancı turistlerin kendi ülkelerinde termal kürü tedavisi verildiğinde sigortalarının karşılanmasını sağlayacak şekilde akreditasyon çalışmaları yürütüyor. Bu akreditasyon sağlanırsa, termal turizme ciddi anlamda olumlu katkı olacaktır. Kamunun yanı sıra TGA'nın bölgeye tanıtım desteği sağlayarak tur operatörlerine güç vermesi önemli. Direkt uçuşların artması ve bölgeye yatırımların çoğalması da yine olumlu katkı sağlayacaktır. Termal turizmimizin dünyada tanıtımına ağırlık verilmesi, termal zenginliklerimiz için proje geliştirilmesi de bu alanda en önemli pazarımız olan Avrupa'dan gelecek misafirleri artıracaktır. 2025 yılının hizmet sektörü için ekonomik konjonktür gereği kısmen zorlu bir yıl olmasına rağmen, turizm sektöründe ziyaretçi sayısının 64 milyona, gelirin ise 2024 yılına kıyasla yüzde 6,8 artışla 65,2 milyar dolara yükselmesinin sektörde yeni bir rekor oldu. Biz de BN Hotel olarak Çukurova Havalimanı ile yeni uçuş hatlarının devreye girmesiyle hem pazar çeşitliliği yaşadık hem de ağırlığı Avrupa'dan olmak üzere özellikle yaz döneminde ağırladığımız gurbetçileri artık kışın da ağırlamaya başladık. 2026 yılında 2025'in üzerine çıkmayı ve yurtdışı pazar sayısını artırmayı hedefliyoruz. Bu yıl misafir sadakatini sağlamlaştırmak ve güveni artırmaya odaklanmaya ise devam edeceğiz.

Termal Tesisler İçin Akıllı Çözümler

- Biletleme
- Sezonluk Üyelik
- Geçiş Kontrol
- Mobil Uygulama
- Flyby POS
- Elektronik Cüzdan
- CRM (Müşteri İlişkileri Yönetimi)
- Otel Yazılım Entegrasyonu
- Kiosk Çözümleri
- Havlu Otomasyonu (Flyby Tracker)
- Elektronik Kilit Sistemi





Hasan Hüseyin Okur / Çam Thermal Resort Hotel / Satış Pazarlama Danışmanı

Çam Thermal Resort Hotel, termal turizmin Türkiye'deki en önemli destinasyonlarından biri olan Ankara'nın Kızılcahamam ilçesinde, doğayla iç içe konumlanmış çam ormanları ve termal suyun bulunduğu seçkin bir sağlık ve konaklama tesisidir. Bulunduğumuz bölge, zengin mineral değerlere sahip jeotermal su kaynakları ve geniş orman dokusuyla hem sağlık hem de doğa turizmi açısından büyük bir potansiyele sahiptir. Tesisimizin termal suları, yüzyıllardır şifa kaynağı olarak değerlendirilen doğal mineralli yapısıyla öne çıkmakta; misafirlerimize modern termal turizm altyapısı içerisinde bütüncül bir yenilenme deneyimi sunmaktadır. Bölgenin temiz havası, huzurlu atmosferi ve iklimsel avantajları, termal tedavi ve dinlenme sürecini destekleyen önemli unsurlar arasında yer almaktadır. Çam Thermal Resort Hotel olarak, doğal kaynaklarımızın sunduğu bu eşsiz zenginliği çağdaş ve sürdürülebilir otelcilik anlayışıyla birleştirerek misafirlerimize sağlık, konfor ve doğanın huzurunu aynı anda yaşama imkânı sunmaktayız. Çam Thermal Resort Hotel olarak misafirlerimize, termal suyun şifa gücünü, modern wellness anlayışıyla buluşturan kapsamlı bir spa & termal yaşam alanı sunmaktayız. Tesisimizde termal suyla beslenen açık ve kapalı havuzlarımız, farklı sıcaklık ve mineral yoğunluklarına sahip özel kullanım alanlarımız ile hem dinlenme hem de yenilenmeye yönelik bir altyapı bulunmaktadır. Misafirlerimizin konforunu artırmak amacıyla ayrıca özel aile banyoları ve dinlenme bölümleri de hizmet vermektedir. Spa merkezimizde Türk hamamı, sauna, buhar odası, tuz odası, yüzme havuzu, açık alanda aquapark, termal havuz gibi geleneksel ve tamamlayıcı wellness ünitelerinin yanı sıra, profesyonel ekiplerimiz tarafından uygulanan masaj terapileri, aromaterapi, manuelterapi, doktor balık seansları, cilt ve vücut bakımları gibi kişiye özel hizmetler sunulmaktadır. Hedefimiz; termal olanaklarımızı sağlık odaklı uygulamalarla destekleyerek misafirlerimize hem fiziksel yenilenme hem de zihinsel rahatlatma sağlayan bütüncül bir konaklama deneyimi yaşatmaktır. Termal turizm, sağlık turizmi kapsamında hem fiziksel rahatsızlıklara destek sunan hem de ruhsal

Ankara'nın Kızılcahamam ilçesinde, doğayla iç içe konumlanan Çam Thermal Resort Hotel olarak misafirlerimize, termal suyun şifa gücünü, modern wellness anlayışıyla buluşturan kapsamlı bir spa & termal yaşam alanı sunmaktayız

anlamda arınma ve yenilenmeye katkı sağlayan çok yönlü bir turizm türüdür. Tesisimizi tercih eden misafirlerimiz ağırlıklı olarak kas-iskelet sistemi ve romatizmal rahatsızlıklara yönelik destek arayışı, stres kaynaklı yorgunlukların giderilmesi ve yaşam kalitesinin artırılması amacıyla tesisimizi ziyaret etmektedir. Bunun yanı sıra, şehir hayatının temposundan uzaklaşmak isteyen konuklarımız için otelimiz önemli bir dinlenme ve rahatlatma noktasıdır. Spa & Wellness hizmetlerimiz sayesinde kısa süreli yenilenme tatilleri, sağlıklı yaşam programları ve bütüncül wellness deneyimi de misafirlerimizin yoğun talep gösterdiği alanlar arasında yer almaktadır. Özellikle son yıllarda, termal konaklamayı yalnızca sağlık odaklı değil, aynı zamanda ruhsal denge ve kişisel iyilik halini destekleyen bir deneyim olarak gören daha geniş yaş gruplarından misafirlerimizin ilgisi giderek artmaktadır. Çam Thermal Resort Hotel'de termal turizm konseptli misafir profilimiz oldukça geniş ve çeşitlilik göstermektedir. Genel olarak misafirlerimizin önemli bir kısmını 35 yaş ve üzeri konuklar oluşturmakta; bu grup ağırlıklı olarak sağlık, dinlenme amaçlı konaklamaları tercih etmektedir. Bununla birlikte son yıllarda, wellness ve önleyici sağlık uygulamalarına yönelik ilginin artmasıyla birlikte genç yetişkin yaş gruplarının da Spa & Wellness deneyimi için tesisimize olan talebinin yükseldiğini gözlemliyoruz. Yurt içi pazarda güçlü bir misafir potansiyeline sahip olmakla beraber, sağlık turizmi kapsamında Avrupa ülkeleri başta olmak üzere Almanya, Hollanda ve Rusya gibi pazarlardan gelen misafirlerimizi de ağırlamaktayız.

Doğru pazarlama stratejileri, sürdürülebilir planlama ve kamu-özel sektör iş birlikleriyle desteklenen yatırımlar sayesinde Türkiye'nin, termal turizmde küresel ölçekte çok daha üst sıralara yükselmesi ve dünya liderleri arasında yer alması mümkündür

Termal turizm sektörü, Türkiye'nin sahip olduğu yüksek potansiyele rağmen gelişimini sınırlayan bazı yapısal sorunlarla karşı karşıyadır. Bu sorunların başında, termal destinasyonların uluslararası pazarlarda yeterince tanıtılmaması ve markalaşma süreçlerinin istenilen düzeye ulaşamaması gelmektedir. Bunun yanı sıra, sektörün sürdürülebilir büyümesini destekleyecek nitelikli insan kaynağı ihtiyacı, hizmet kalitesinde standardizasyon eksikliği ve bazı bölgelerde altyapı yatırımlarının yetersizliği de önemli kısıtlar arasında

yer almaktadır. Termal turizmin sağlık turizmiyle entegrasyonunun tam anlamıyla sağlanamaması da uluslararası rekabet gücünü azaltan bir diğer unsurdur. Çözüm noktasında ise termal turizmin, sağlık turizmiyle daha bütüncül bir yaklaşımla planlanması, destinasyon bazlı markalaşmanın güçlendirilmesi ve kamu-özel sektör iş birlikleriyle tanıtım faaliyetlerinin artırılması büyük önem taşımaktadır. Ayrıca kalite standartlarının yükseltilmesi, akademik kurumlarla ortak eğitim ve araştırma projelerinin geliştirilmesi ve sürdürülebilir yatırım politikalarının desteklenmesi, sektörün geleceği açısından kritik adımlar olacaktır. Türkiye, sahip olduğu jeotermal kaynak çeşitliliği ve termal su zenginliği açısından dünyada son derece güçlü bir potansiyele sahip ülkeler arasında yer almaktadır. Ancak mevcut noktaya baktığımızda, bu potansiyelin uluslararası ölçekte hak ettiği konuma tam anlamıyla taşındığını söylemek henüz mümkün değildir. Özellikle Avrupa'daki köklü termal destinasyonlarla kıyaslandığında, daha güçlü bir markalaşma stratejisine, uluslararası standartlarda hizmet modellerine ve etkin tanıtım faaliyetlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Bununla birlikte son yıllarda sağlık turizmiyle entegrasyonun artması, nitelikli tesis yatırımlarının çoğalması ve sektöre yönelik farkındalığın yükselmesi önemli bir ivme yaratmıştır. Doğru pazarlama stratejileri, sürdürülebilir planlama ve kamu-özel sektör iş birlikleriyle desteklenen yatırımlar sayesinde Türkiye'nin, termal turizmde küresel ölçekte çok daha üst sıralara yükselmesi ve dünya liderleri arasında yer alması mümkündür. 2025 yılı, Çam Thermal Resort Hotel için hem misafir memnuniyetinin güçlendirildiği hem de hizmet kalitesinin ileri taşındığı verimli ve başarılı bir dönem olmuştur. Özellikle termal wellness alanındaki altyapı yatırımlarımızı geliştirerek konuk deneyimini daha üst seviyeye taşımaya odaklandık. İç turizmde güçlü bir talep yakalarken, yabancı misafir sayımızda da artış gözlemledik. 2026 yılına yönelik hedeflerimiz arasında ise uluslararası pazarda daha etkin bir konumlanma sağlamak, sağlık turizmi kapsamında iş birliklerimizi artırmak ve wellness ile sağlıklı yaşam konseptimizi daha da güçlendirmek yer almaktadır. Bununla birlikte sürdürülebilir turizm anlayışı doğrultusunda hizmet çeşitliliğimizi geliştirmeyi, dijitalleşme yatırımlarımızı artırmayı ve misafir deneyimini kişiselleştiren yeni hizmet modelleriyle sektörde fark yaratmayı amaçlıyoruz.



KARTLI KİLİT
SİSTEMLERİ



DND
SİSTEMLERİ



YANGINA DAYANIKLILIK
SERTİFİKALI
KARTLI KİLİTLER



2025
TOURISM DESIGN
AWARDS



ENERGY SAVER
VARLIK SENSÖRÜ
SİSTEMLERİ



info@somelektronik.com.tr

İletişim : +90 533 554 13 35 +90 555 480 44 81

Güzeloluk Mahallesi 1886. Sokak No:11 Muratpaşa / ANTALYA



**Ebru Tuğgan / Ilıca Hotel SPA & Thermal
Resort Çeşme / Genel Müdür**

Çeşme Ilıca Hotel, Ege'nin en özel lokasyonlarından biri olan Ilıca'da, termal kaynakları ve doğal plajıyla öne çıkan köklü bir testistir. Bölgemiz, denizin içinden sıcak olarak çıkan termal su kaynakları sayesinde dünyada nadir görülen bir avantaja sahiptir. Bu eşsiz doğa, otelimize hem sağlık hem de tatil odaklı güçlü bir kimlik kazandırmaktadır. Biz de bu doğal zenginliği, modern konaklama anlayışıyla birleştirerek misafirlerimize yılın her döneminde kaliteli bir deneyim sunuyoruz. Otelimizde farklı sıcaklıklara sahip kapalı ve açık termal havuzlar, deniz suyu ile beslenen alanlar ve dinlenme bölümleri yer almaktadır. Spa & Wellness alanımızda Türk hamamı, sauna, masaj ve vücut bakım uygulamaları sunulmaktadır. Termal sularımız; kas-iskelet sistemi rahatsızlıkları, stres ve yorgunluk üzerinde destekleyici etki sağlamaktadır. Amacımız, misafirlerimize konforlu, güvenli ve bütüncül bir wellness deneyimi yaşatmaktır. Misafirlerimiz, otelimizi hem bedensel rahatlama hem de

Ege Ilıca'da konumlanan otelimiz, denizin içinden sıcak olarak çıkan termal su kaynakları sayesinde dünyada nadir görülen bir avantaja sahiptir; bu eşsiz doğa, otelimize hem sağlık hem de tatil odaklı güçlü bir kimlik kazandırmaktadır

zihinsel yenilenme amacıyla tercih ediyor. Kış aylarında ise termal olanaklarımızın yanı sıra toplantı ve kongre turizmine odaklanıyoruz. Donanımlı salonlarımız ve profesyonel organizasyon altyapımız sayesinde, iş dünyasının toplantı, seminer ve kongre taleplerine yıl boyunca hizmet veriyoruz. Yaz mevsiminde Ilıca'nın doğal termal denizi, güneş ve spa olanaklarıyla birlikte öne çıkıyor. Çeşme gibi yaz turizmiyle özdeşleşmiş bir destinasyonda, termal deneyimi deniz tatiliyle bir arada sunmak misafirlerimiz için önemli bir tercih sebebi oluşturuyor. Tatil yaparken dinlenmek, yenilenmek ve sağlığını desteklemek isteyen konuklarımızdan yaz döneminde yoğun talep alıyoruz. Misafir profilimiz ağırlıklı olarak 35-65 yaş aralığında olmakla birlikte, son yıllarda genç yetişkinler ve çiftlerin ilgisinin arttığını gözlemliyoruz. Yurt içi misafirlerimizin yanı sıra başta Almanya ve Hollanda olmak üzere Avrupa ülkelerinden konuklar ağırlıyor. Sağlıklı yaşam, uzun konaklama ve kaliteli hizmet beklentisi, uluslararası misafirlerimizin ortak motivasyonu olarak öne çıkıyor. Sektör, tanıtım

eksikliği ve nitelikli personel sıkıntısı gibi bazı zorluklarla karşı karşıya. Ancak bu durum, doğru strateji ve iş birlikleriyle fırsata dönüşüyor. Biz de Çeşme Ilıca Otel olarak kalite ve sürdürülebilirlik odaklı uygulamalarımızı güçlendiriyor, misafir memnuniyetini artırarak sektörün potansiyelini en iyi şekilde değerlendirmeye katkı sağlıyoruz. Çeşme, termal kaynaklar açısından çok güçlü bir potansiyele sahip olmasına rağmen, bu zenginliğin ulusal ve uluslararası platformlarda yeterince tanıtılmadığını düşünüyoruz; yapılacak doğru iletişim ve markalama çalışmalarıyla bölgenin termal turizmde çok daha güçlü bir konuma ulaşacağına inanıyoruz. 2025 yılı, Çeşme Ilıca Hotel için verimli ve istikrarlı bir yıl oldu. Misafir memnuniyeti ve doluluk oranlarımız yükseldi. Spa ve termal alanlarımızda yaptığımız yenileme çalışmaları olumlu geri dönüşler sağladı. 2026 yılı için hedefimiz; wellness ve termal hizmetlerimizi çeşitlendirmek, uluslararası pazardaki görünürlüğümüzü artırmak ve misafirlerimize dört mevsim değer yaratan bir deneyim sunmaktır.



**Emin Baydemir / Oylat Kaplıcaları A.Ş. /
Satış Pazarlama Müdürü**

Oylat kaplıcaları A.Ş., bünyesinde 3 otel bulunduran Bursa'nın Inegöl ilçesine 26 km uzaklıkta orman içerisinde termal bir bölgedir. 279 oda ve 675 yatak kapasitesine sahip birçok hastalığa iyi gelen 40,5 derece doğal çıkışlı termal suya sahiptir. Oylat sadece kaplıcadan ibaret değildir. 840 rakım yükseklikte kayın ormanlarının içerisinde olan Oylat kaplıcaları eko yürüyüş yoluyla ulaşabileceğiniz doğal şelalesi, orman parkı, Türkiye'nin en büyük mağaralarından biri olan oylat mağarası, yaylaları ile gelen misafirler için alternatif destinasyonlar sunmaktadır. Tesislerimizde konaklama yapan misafirlerimiz için otellerimizin içinde; Oylat'ı gezmek ve keşfetmek için gelen misafirler için de günübirlik faydalanma imkanları sunulmaktadır. Bay / bayan ayrı ayrı kullanımı olan kapalı termal havuzları, ailelere özel aile kabinleri, meydan hamamları, spa merkezi ile termal deneyimi sağlanmaktadır. Oylat konumu itibarı ile her beklentiye karşılık veren bir yapıya sahiptir. Bu talepler dönemsel olarak değişiklik gösteren bir durumdur; yaz aylarında konuklarımız konumumuz itibarı ile şehrin stresinden uzak, doğa içerisinde olan termallerde şifalı sularımızdan faydalanarak, tesislerimize ruhsal rahatlama ve dinlenme

Oylat kaplıcaları A.Ş., Bursa Inegöl'de orman içerisinde termal bir bölgede yer almakta ve bünyesinde bulunan 3 otelde, birçok hastalığa iyi gelen 40,5 derece doğal çıkışlı termal suyu ile konuklara 12 ay hizmet vermektedir

amaçlı gelirler. Kış aylarında ise daha uzun konaklamalı rahatsızlıklarından kurtulmak için, belli bir kesimi ise doktor raporu ile tedavi amaçlı gelen misafirlerimiz oluşturur. Kısacası yılın 12 ayı tüm beklentileri karşılamaya yönelik misafirlerimize hizmet veriyoruz. Misafir portföyümüz çoğunluk olarak yurt içinden, orta yaş ve orta yaş üstü konuklarımızdır. Yaz dönemlerinde gurbetçi vatandaşlarımız ve Ortadoğu ağırlıklı misafirlerimiz de tesislerimizi tercih etmektedir. Dönemsel olarak gelen grupların yapısı itibarı ile sadece bayan grupları ya da sadece erkek grup konaklamalarımız olmaktadır. Ülke portföyünü çok daha geniş kesime yaymak amaçlarımız arasında olmalı; termal anlamında pastadan alacağımız pay, tanıtım ve teşviklerle dahada artabilir. Termal turizmin uzmanlaşma konusunda eksiklikleri olduğunu düşünüyorum. Termal turizmi sadece konaklama ve termal havuz/hamam kullanımından ibaret olmamalı, alternatif, tamamlayıcı sağlık hizmetleri olarak düşünülüp, o yönde de uzmanlaşma, tesisleşme, teşvik ve yatırımlar ile yurt dışı tanıtımları yapılmalı. Böylece sektörde dünyanın önde gelen ülkesi olacağımızı ve geceleme sayılarını arttıracığımızı düşünüyorum. Son dönemlerde ekonomik anlamda oluşan kısıtlamaların ve maliyetlerin

artmasının, yerli turistlerin tatil planlarını sekteye uğrattığı görülüyor. İkinci bir sorun ise tesislerin yetmiş eleman bulma sıkıntısı her geçen gün artmakta; bu yüzden mesleki eğitim alma konusunda gençlerin teşvik edilmesi gerekiyor. Ülkemizin son yıllarda termal ve sağlık turizmi adına tesisleşme ve tanıtımı açısından atılım içinde olduğu aşikardır fakat yeterli seviyede olduğumuz düşünülmez, potansiyelimizin altında kaldığımızı düşünüyorum. Yaratacağı tamamlayıcı sağlık ve termal turizmin faydasının yanında, fizik tedavi ve rehabilitasyon merkezlerinin, termal tesisler entegrasyonu ile uzman istihdamı sağlandığı taktirde çok büyük faydalar oluşturacağı kanaatindeyim. Sağlık bakanlığı ve Turizm Bakanlığı'nın ortak bir çalıştay oluşturmasıyla hızlı gelişim süreci gerçekleştirilebilir ve uluslararası standartlara ulaşabiliriz. 2025 yılı sıkıntılı bir dönem olmasına rağmen beklediğimiz konaklama sayılarına ulaştığımız verimli bir yıl oldu. 2026 yılının sürdürülebilir bir yıl olması, doluluk oranlarımızın maksimum devam etmesi ve her yaş grubuna hizmet sağlamak için değişim ve gelişim çalışmalarımıza hız vermeyi düşünüyoruz. Yurt dışı fuarlar ve örnek tesislerin ziyareti konusunda çalışmalar planlıyoruz.



Şerife Çufadar / Eliz Hotel Convention
Center Thermal Spa & Wellness /
Devremülk İşletme Müdürü

Tesisimiz, Ankara'nın doğayla iç içe ilçesi Kızılcahamam'da konumlanan bölgenin önde gelen termal ve kongre otellerinden biri olarak hizmet vermektedir. Tesisimiz; 94 otel odası, 494 apart süit, 19 toplantı salonu ve yaklaşık 2500 yatak kapasitesiyle hem konaklama hem de büyük organizasyonlara ev sahipliği yapmaktadır. Şehrin yoğun temposundan uzak, temiz hava ve yeşil doğayla çevrili lokasyonumuzun en önemli avantajı zengin mineral içeriğine sahip termal su kaynaklarımızdır. 2700 mg/lt mineral değerine sahip termal suyumuz; kireçlenmeye bağlı eklem rahatsızlıkları, romatizmal hastalıklar, yumuşak doku problemleri ve bel-boyun ağrılarında destekleyici olarak tercih edilmekte olup, misafirlerimize hem dinlenme hem de yenilenme imkanı sunmaktadır. Otelimizde misafirlerimizin konforu ve yenilenmesi öncelikli hizmet anlayışımızdır. Toplam 5.200 metrekaarelik SPA ve termal alanımızda bay ve bayanlara ayrı hizmet veren kapalı termal havuzlar, jakuzili termal havuzlar, Türk hamamı, Fin hamamı ve sauna alanları bulunmaktadır. Bununla birlikte dört adet özel termal aile havuzu, açık ve kapalı yarı olimpik yüzme havuzlarımız yıl boyunca hizmet vermektedir. Modern SPA merkezimizde uzman terapistler eşliğinde klasik ve medikal masajlar, aromaterapi uygulamaları ile cilt ve vücut bakımları profesyonel standartlarda sunulmaktadır. Amacımız, misafirlerimizin konaklama sürecini bütünsel bir sağlık ve wellness deneyimine dönüştürmektir. Tesisimizi ziyaret eden misafirlerimiz ağırlıklı olarak dinlenme, yenilenme ve termal suyun şifalı etkilerinden faydalanma amacıyla gelmektedir. Günlük hayatın stresinden uzaklaşmak isteyen konuklarımız için huzurlu ve doğayla iç içe bir ortam sunuyoruz. Ayrıca kongre, toplantı ve şirket organizasyonları kapsamında gelen iş amaçlı misafirlerimiz de yoğun programlarının ardından termal ve spa hizmetlerimizden faydalanarak dinlenme imkânı bulmaktadır. Bu yönüyle otelimiz, sağlık turizmi ile iş ve tatili bir araya getiren bütüncül bir deneyim sunmaktadır. Merkezi konumumuz ve dört mevsim hizmet veren

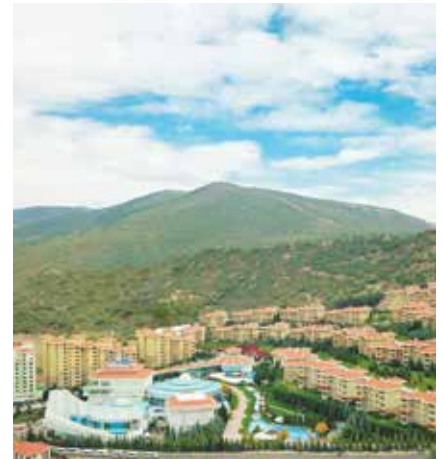
Kızılcahamam'da, bölgenin önde gelen termal ve kongre otellerinden biri olarak, zengin mineral içeriğine sahip termal su kaynaklarımızla misafirlerimize hem dinlenme hem de yenilenme imkanı sunmaktayız

termal, spa ve kongre altyapımız sayesinde geniş bir misafir profiline hitap ediyoruz. Sağlık ve dinlenme odaklı seyahat eden yetişkin misafirler ve aileler ana kitlemizi oluştururken, genç çiftler ve hafta sonu kaçamağı yapan şehir içi misafirler de önemli bir paya sahiptir. Misafirlerimizin büyük bölümü yurt içinden gelmektedir. Özellikle Ankara ve çevre büyük şehirlerden kolay ulaşılabilir konumda olmamız tercih edilmemizde önemli rol oynamaktadır. Bununla birlikte uluslararası pazarda da bilinirliğimizi artırmaya yönelik çalışmalarımız sürmektedir. Sunduğumuz termal olanaklar, konforlu konaklama alternatifleri ve dört mevsim sürdürülebilir hizmet anlayışımız sayesinde hem yurt içi hem de uluslararası pazarda tercih edilen bir sağlık ve dinlenme destinasyonu olma yolunda ilerlemekteyiz.

Türkiye, sahip olduğu zengin termal kaynaklar ve coğrafi avantajıyla dünya termal turizminde çok önemli bir potansiyele sahiptir. Ancak uluslararası pazarda daha güçlü bir marka değeri oluşturabilmek adına tanıtım, standartlaşma, eğitilmiş uzman kadro ve sürdürülebilir hizmet anlayışının daha da geliştirilmesi gerektiğine inanıyorum

Termal turizm sektörü yüksek potansiyele sahip olmakla birlikte artan işletme maliyetleri, nitelikli personel temini ve hizmet standartlarının sürdürülebilirliği gibi temel zorluklarla karşı karşıyadır. Uluslararası sağlık turizmi pazarında daha güçlü konumlanabilmek için tanıtım ve standartlaşma konularında gelişim alanları bulunmaktadır. Türkiye'nin jeotermal kaynak zenginliği büyük bir avantajdır. Bu potansiyelin daha etkin kullanılması için kamu ve özel sektör işbirliğinin güçlendirilmesi, sürdürülebilir enerji kullanımı, dijitalleşme ve nitelikli insan kaynağına yatırım öncelikli konular arasında yer almaktadır. Dünya genelinde termal turizmin oldukça güçlü ve gelişime açık bir noktaya ulaştığını düşünüyorum. Artık termal turizm yalnızca tedavi amaçlı seyahatlerden ibaret değil; sağlık, wellness, dinlenme ve yaşam kalitesini artırmaya yönelik bütüncül bir deneyim olarak konumlanıyor. Özellikle Avrupa ve Uzak Doğu'daki örneklerle baktığımızda, termal tesislerin modern tıp, rehabilitasyon, spa ve sağlıklı yaşam uygulamalarıyla entegre edilerek yılın 12 ayı aktif şekilde hizmet

verdiğini ve uluslararası ölçekte ciddi bir pazar oluşturduğunu görüyoruz. Günümüzde konuklar sadece termal havuz kullanımı değil; profesyonel spa hizmetleri, kişiye özel bakım programları, sağlıklı beslenme alternatifleri ve zihinsel olarak yenilenmelerini sağlayacak huzurlu bir ortam talep ediyor. Bu nedenle termal turizm tesisleri, klasik konaklama anlayışının ötesine geçerek sağlık ve wellness odaklı kapsamlı bir hizmet yapısına dönüşmüştür. Türkiye, sahip olduğu zengin termal kaynaklar ve coğrafi avantajıyla dünya termal turizminde çok önemli bir potansiyele sahiptir. Ancak uluslararası pazarda daha güçlü bir marka değeri oluşturabilmek adına tanıtım, standartlaşma, eğitilmiş uzman kadro ve sürdürülebilir hizmet anlayışının daha da geliştirilmesi gerektiğine inanıyorum. Tesisimizde termal turizmi yalnızca konaklama hizmeti olarak değil, misafirlerimizin fiziksel ve zihinsel olarak yenilediği, kendilerini iyi hissettikleri bir yaşam deneyimi olarak ele alıyoruz. Hizmet kalitemizi sürekli güncelliyor, misafir memnuniyetini ve sürdürülebilir turizm anlayışını her zaman önceliğimiz olarak görüyoruz. 2025 yılını doluluk oranlarımız ve misafir memnuniyeti açısından verimli bir şekilde tamamladık. Özellikle termal ve kongre turizmine olan ilginin artmasıyla hem bireysel hem kurumsal misafir sayımızda önemli bir yükseliş yaşadık. 2026 yılı için hedefimiz; hizmet kalitemizi daha da artırmak, sürdürülebilir turizm anlayışıyla termal ve wellness alanında bölgenin öncü tesislerinden biri olma konumumuzu pekiştirmektir. Misafir memnuniyetini odağımıza alarak yenilikçi hizmet ve yatırımlarımıza devam edeceğiz.



Miraç Yalçın / Dedeman Güre-Nurhayat Thermal Resort & Spa / Genel Müdür Yardımcısı

Kazdağları'nın eteklerinde, termal kaynakları ile denizi bir arada sunabilen Güre beldesinde konumlanan tesisimizde misafirlerimize, doğayla temas eden, bedensel ve zihinsel yenilenmeyi destekleyen bir yaşam deneyimi sunuyoruz

Dedeman Hospitality portföyünde yer alan Dedeman Güre – Nurhayat Thermal Resort & Spa, Balıkesir Edremit Körfezi'nde, Kazdağları'nın eteklerinde termal kaynaklarıyla bilinen Güre beldesinde konumlanıyor. 13.500 metrekarelik bir arazi üzerine kurulu olan tesisimiz, zeytin ağaçlarıyla çevrili doğal dokusu içerisinde, Kazdağları'nın oksijen zenginliği ile deniz havasını aynı anda soluyabileceğiniz özel bir coğrafyada yer alıyor. Kazdağları; yüksek oksijen oranı, zengin bitki örtüsü ve mineral değeri yüksek termal su kaynaklarıyla tarih boyunca şifa merkezi olarak kabul edilen bir bölgedir. Aynı zamanda Güre, termal kaynakları ile denizi bir arada sunabilen nadir destinasyonlardan biri olarak Edremit Körfezi'nin eşsiz manzarasına hâkim bir konumda bulunuyor. Bu çok katmanlı doğal yapı; misafirlerimize doğayla temas eden, bedensel ve zihinsel yenilenmeyi destekleyen bir yaşam deneyimi sunmamıza imkân tanıyor. Toplam 132 odası bulunan tesisimizde, mimari yaklaşımımızı çevreyle uyumlu, ferah ve doğal dokuyu merkeze alan bir anlayışla kurguladık. Dedeman'ın köklü misafirperverlik geleneğini, bölgenin şifalı termal suları, temiz havası ve deniz etkisiyle bir araya getirerek, Güre'yi dört mevsim boyunca tercih edilebilir bir sağlık ve dinlenme destinasyonu olarak konumlandırıyoruz. Tesisimizde termal alanları yalnızca bir havuz deneyiminden öte, bütüncül bir spa ve wellness yaklaşımıyla ele alıyoruz. Farklı sıcaklık derecelerine sahip termal havuzlarımızın yanı sıra tatlı su havuzumuz da bulunuyor. Bu alanlar; kas-iskelet sistemi rahatsızlıkları, dolaşım sistemi problemleri ve stres kaynaklı gerginliklerin hafifletilmesine destek olacak şekilde planlandı. Spa & Wellness alanımız, misafirlerimizin günün temposundan uzaklaşarak kendilerine zaman ayırabilecekleri kapsamlı bir yaşam alanı olarak kurgulandı. Spa merkezimizde fitness center, Türk hamamı, sauna, buhar odası, tuz odası ve şok duşları yer alıyor. Ayrıca kese-köpük uygulamaları ve profesyonel masaj terapileriyle hem bedensel hem de zihinsel yenilenmeyi destekleyen bir hizmet altyapısı sunuyoruz. Kapalı termal havuzumuz, ferah mimarisi ve yüksek hijyen standartlarıyla misafirlerimize günün yorgunluğunu atabilecekleri konforlu bir ortam sunarken; yılın her döneminde termal suyun rahatlatıcı etkisinden yararlanma imkânı sunuyor. Misafirlerimizi tesisimizi ağırlıklı olarak fiziksel rahatlatma, stres yönetimi ve genel yaşam kalitesini yükseltme amacıyla tercih ediyor. Termal suların kas ve eklem rahatsızlıklarına



destekleyici etkisi, en sık dile getirilen beklentiler arasında yer alıyor. Bunun yanı sıra, yoğun iş temposu ve şehir yaşamının yarattığı zihinsel yorgunluktan uzaklaşmak isteyen misafirler için de tesisimiz güçlü bir alternatif oluşturuyor. Doğa ile temas, sessizlik, temiz hava ve termal olanakların bir araya gelmesi; klasik tatil anlayışının ötesinde, "iyi yaşam" odaklı bir konaklama deneyimi sunmamızı sağlıyor. Termal turizmi bedensel ve zihinsel dengeyi yeniden kurmaya yönelik bir yolculuk olarak ele alıyoruz.

Bugün dünyada öne çıkan termal destinasyonlar; sadece suyun şifasına değil, mimari, hizmet kalitesi, gastronomi ve doğayla kurulan ilişkiye birlikte odaklanıyor. Türkiye'nin termal turizmdeki geleceği de kapasite artışından çok, deneyim derinliği ve hizmet standardı üzerinden şekillenecek. Kaynağımız güçlü; şimdi bu kaynağı doğru anlatan, doğru konumlandıran ve nitelikli bir deneyime dönüştüren bir bakış açısını yaygınlaştırmak gerekiyor

Misafir profilimiz, her yaştan sağlıklı yaşamı önemseyen bireyleri kapsayan bir çeşitliliğe sahip olmakla birlikte, son yıllarda sağlıklı yaşam bilincinin artmasıyla daha genç yaş gruplarından da belirgin bir ilgi görüyoruz. Yurt içi pazarda özellikle büyük şehirlerden gelen misafirler öne çıkıyor. Yurt dışı pazarda ise Avrupa ülkeleri başta olmak üzere yakın coğrafyadan, sağlık ve wellness motivasyonu ile seyahat eden misafirlerimizi ağırlıyoruz. Termal turizmi, her yaşta misafirin yaşam kalitesine dokunan bir deneyim olarak ele alıyoruz. Bu yaklaşım, misafir profilimizin çeşitlenmesini sağlarken destinasyon sadakatini de güçlendiriyor. Termal turizm sektörünün temel sorunlarından biri, hâlâ sınırlı bir bakış açısıyla ele alınmasıdır. Termal kaynaklar çoğu zaman yalnızca kür ve tedavi odaklı değerlendirilirken, günümüz misafiri termal deneyimi yaşam kalitesini yükselten bir deneyim olarak görmek istemektedir. Bunun yanı sıra, tesis standartlarının

yeterince ayrılmaması ve uluslararası pazarlarda güçlü bir hikâye anlatısının oluşturulmaması da sektörün gelişimini sınırlayan unsurlar arasında yer alıyor. Çözümün; termal turizmi yalnızca sağlık odaklı bir ürün olarak değil, doğa, mimari, gastronomi ve hizmet kültürüyle bütünleşen bir yaşam deneyimi olarak yeniden kurgulamaktan geçtiğine inanıyoruz. Nitelikli yatırımlar, sağlık profesyonelleriyle entegre programlar ve destinasyon bazlı güçlü marka anlatıları, sektörün sürdürülebilir büyümesi açısından belirleyici olacaktır. Türkiye, sahip olduğu termal kaynak zenginliği açısından dünyanın en güçlü ülkeleri arasında yer alıyor ancak bu potansiyelin uluslararası ölçekte markalaşmış bir ürüne dönüşmesi noktasında hâlâ önemli bir gelişim alanı bulunuyor. Bugün dünyada öne çıkan termal destinasyonlar; sadece suyun şifasına değil, mimari, hizmet kalitesi, gastronomi ve doğayla kurulan ilişkiye birlikte odaklanıyor. Türkiye'nin termal turizmdeki geleceği de kapasite artışından çok, deneyim derinliği ve hizmet standardı üzerinden şekillenecek. Kaynağımız güçlü; şimdi bu kaynağı doğru anlatan, doğru konumlandıran ve nitelikli bir deneyime dönüştüren bir bakış açısını yaygınlaştırmak gerekiyor. 2025 yılı, Dedeman Güre – Nurhayat Thermal Resort & Spa için konumlanmanın netleştiği ve operasyonel yapının sağlamlaştığı bir adaptasyon yılı oldu. Açılış sonrası dönemde özellikle yurt içi pazarda güçlü bir talep yakaladık ve termal konseptimizi dört mevsime yayılan bir tesis olarak konumlandırdık. 2026 yılı için öncelikli hedefimiz; sağlık ve wellness odaklı programlarımızı çeşitlendirmek, yurt dışı pazarlarda bilinirliğimizi artırmak ve destinasyon sadakati oluşturmak. Biz başarımızı, sadece doluluk oranlarıyla değil; misafirin tesisden ayrılırken nasıl hissettiğiyle ölçüyoruz. Amacımız, Dedeman Güre – Nurhayat'ı bir termal otelin ötesine taşıyarak sürdürülebilir bir sağlık ve yaşam merkezi olarak konumlandırmaktır.

BOSE

PROFESSIONAL

FREESPACE 360P

OTELLER | TATİL KÖYLERİ | PARKLAR | BAHÇELER | KAMPÜSLER | AÇIK ALAN ETKİNLİKLERİ

DIŞ MEKÂN SESİNDE 360° MÜKEMMELLİK

AÇIK ALANLARDA SESİ YALNIZCA DUYULUR DEĞİL, HİSSEDİLİR HÂLE GETİRİN.

Bose Professional FreeSpace 360P, geniş peyzaj alanlarında homojen ve doğal bir ses dağılımı sunmak üzere tasarlanmış, yere gömülebilir profesyonel hoparlör çözümüdür.

Parklardan otel bahçelerine, restoran teraslarından kampüs alanlarına kadar her projede **güçlü ve dengeli** bir performans sağlar.

DOĞAYLA BÜTÜNLEŞEN TASARIM

Toprak seviyesine entegre edilen formu sayesinde **peyzaj estetiğini bozmaz**.

Bahçe düzenlemeleri, yürüyüş yolları ve açık alan projeleri için görsel kalabalık yaratmadan güçlü ses sunar.

UV dayanımlı ve dış mekân şartlarına uygun muhafazası ile yıl boyunca **güvenilir performans sağlar**.

HER NOKTADA DENGELİ, DOĞAL VE NET SES

FreeSpace 360P'nin **360° yatay kapsama yapısı**, geniş açık alanlarda eşit ses dağılımı sağlar.

Tek bir noktaya yoğunlaşan sert ses yerine, mekânın tamamına yayılan **yumuşak ve doğal bir akustik atmosfer** oluşturur.

• Geniş frekans aralığı ile net tizler ve güçlü baslar.

• Yere gömülebilir tasarım ile görünmez entegrasyon.

• Zorlu hava koşullarına dayanıklı dış mekân yapısı.

• Düşük empedans / 70V-100V hat uyumluluğu.



AÇIK ALANLARDA GÜVENİLİR PERFORMANS. HER NOKTADA BOSE PROFESSIONAL KALİTESİ.



Asimetrik Ses Işık ve Görüntü Sistemleri

info@asimetrik.com.tr • +90 (212) 212 80 75 • www.asimetrik.com.tr

BoseProfessional.com



Mine Uyar / Wyndham Afyonkarahisar Thermal & Spa Hotel / Genel Müdür Yardımcısı

Wyndham Afyonkarahisar Thermal & Spa Hotel, Afyonkarahisar'ın güçlü jeotermal kaynakları üzerinde konumlanan, uluslararası marka standartlarında hizmet veren 5 yıldızlı bir termal oteldir. Tesisimiz; Grammofono Yeni Nesil, Etçi by W Steakhouse ve Jolly Joker Afyonkarahisar markalarıyla birlikte konaklama, gastronomi, eğlence ve wellness deneyimini bir araya getiren ENG Collection bünyesinde entegre bir yaşam ve deneyim kompleksi olarak hizmet vermektedir. Afyonkarahisar, yüzyıllardır şifa amaçlı kullanılan doğal termal suları Türkiye'nin en önemli termal destinasyonlarından biridir. Bu doğal avantaj, modern altyapı ve profesyonel işletme anlayışıyla birleştirilerek misafirlerimize hem sağlık hem de üst düzey konfor sunmaktadır. Tesisimiz, 7.000 m² büyüklüğündeki Spa & Wellness alanı ile bölgenin en kapsamlı termal tesislerinden biri olup; uluslararası marka denetimlerinde Wyndham Quality Assurance (QA) değerlendirmesinden 100 tam puan alarak hizmet kalitesi ve operasyonel standartlarını belgelemiştir. Doğal kaynak gücü, markalı işletme yapısı ve çok yönlü konseptiyle otelimiz, termal turizmi sadece bir konaklama değil, bütüncül bir deneyim olarak konumlandırmaktadır. Otelimizde farklı beklentilere hitap eden kapalı ve açık termal havuzlar, ailelere özel VIP termal banyolar, kadın ve erkeklere ayrı kullanım alanları ile zengin bir spa altyapısı bulunmaktadır. Termal suyumuz, Sağlık Bakanlığı onaylı analizlerle desteklenmekte olup, dinlenme ve rahatlamaya yönelik kullanıma uygundur. Spa & Wellness alanımızda masaj terapileri, Türk hamamı ritüelleri, sauna, buhar odası, cilt ve vücut bakım uygulamaları profesyonel ekipler tarafından sunulmaktadır. Ayrıca fitness alanımız ile termal deneyimi aktif



Afyonkarahisar'ın güçlü jeotermal kaynakları üzerinde konumlanan, doğal kaynak gücü, markalı işletme yapısı ve çok yönlü konseptiyle otelimiz, termal turizmi sadece bir konaklama değil, bütüncül bir deneyim olarak konumlandırmaktadır

yaşamla dengeleyen bir yapı oluşturulmuştur. Misafirlerimiz otelimizi ağırlıklı olarak dinlenme, yenilenme ve ailece kaliteli zaman geçirme amacıyla tercih etmektedir. Termal olanakların sağladığı fiziksel rahatlatma ve stres azaltıcı etkiler, özellikle yoğun şehir yaşamından uzaklaşmak isteyen aileler için önemli bir motivasyon oluşturmaktadır. Tesisimiz aile dostu bir konsept ile hizmet vermekte olup; özel dönemlerde düzenlenen çocuk etkinlikleri, sahne gösterileri, sanatçı performansları ve tematik aktiviteler ile farklı yaş gruplarına hitap eden çok yönlü bir deneyim sunmaktadır. Bu yaklaşım, ebeveynlerin dinlenme ihtiyacını karşılarken çocukların da güvenli ve eğlenceli vakit geçirmesini sağlamaktadır. Bunun yanı sıra termal konaklama, iş toplantıları, grup organizasyonları ve özel etkinlikler için de tercih edilmekte; misafirlerimiz otelimizi sadece bir konaklama noktası değil, sağlık, eğlence ve sosyal deneyimin bir arada sunulduğu bütüncül bir yaşam alanı olarak konumlandırmaktadır. Misafir profilimiz ağırlıklı olarak 35-65 yaş aralığında yoğunlaşmakla birlikte, son yıllarda genç çiftler ve çocuklu ailelerin de termal otellere olan ilgisinin arttığını gözlemliyoruz. Yurt içi pazarda İstanbul, Ankara, İzmir ve çevre iller ön plana çıkarken; yurt dışı pazarda Almanya, Hollanda, Belçika ve Orta Avrupa ülkeleri başlıca kaynak pazarlarımız arasında yer almaktadır. Termal turizmin sağlıklı ilişkilendirilmesi, özellikle uzun konaklama ve tekrar ziyaret oranlarını artırmaktadır.

Termal tesislerin yalnızca fiziksel olanaklarıyla değil; hizmet kalitesi, deneyim tasarımı, sağlık-wellness entegrasyonu ve uzmanlaşmış kadrolarıyla ön plana çıkarılması gerekmektedir. Aynı zamanda termal otellerin, misafirin bedensel ve ruhsal iyilik halini destekleyen bütüncül yaşam ve sağlık merkezleri olarak konumlandırılması büyük önem taşımaktadır. Doğru eğitim süreçleri, standartlaşmış hizmet anlayışı ve güçlü iletişim diliyle desteklenen bu yaklaşımın, sektörün sürdürülebilir büyümesine önemli katkı sağlayacağına inanıyoruz

Termal turizm sektörünün temel sorunları arasında, hâlâ tam olarak kırılmamış olan mevsimsellik algısı, termal turizmin



kapsamının yeterince doğru anlatılamaması ve nitelikli insan kaynağına erişimde yaşanan zorluklar yer almaktadır. Oysa termal turizm, yılın her döneminde sürdürülebilir şekilde planlanabilen ve çok yönlü deneyimler sunabilen bir turizm türüdür. Bu algının dönüşebilmesi için termal tesislerin yalnızca fiziksel olanaklarıyla değil; hizmet kalitesi, deneyim tasarımı, sağlık-wellness entegrasyonu ve uzmanlaşmış kadrolarıyla ön plana çıkarılması gerekmektedir. Aynı zamanda termal otellerin sadece "havuz" odaklı yapılar olarak değil, misafirin bedensel ve ruhsal iyilik halini destekleyen bütüncül yaşam ve sağlık merkezleri olarak konumlandırılması büyük önem taşımaktadır. Doğru eğitim süreçleri, standartlaşmış hizmet anlayışı ve güçlü iletişim diliyle desteklenen bu yaklaşımın, sektörün sürdürülebilir büyümesine önemli katkı sağlayacağına inanıyoruz. Türkiye, sahip olduğu doğal termal kaynaklar açısından dünyada çok güçlü bir potansiyele sahiptir; ancak bu potansiyelin marka değeri ve uluslararası bilinirlik açısından yeterince kullanıldığını söylemek zor. Doğru tanıtım stratejileri, standartlaşmış hizmet kalitesi ve sağlık-wellness entegrasyonu ile Türkiye, termal turizmde global ölçekte çok daha üst bir konuma ulaşabilir. 2025 yılı, misafir memnuniyeti, operasyonel verimlilik ve hizmet kalitesini güçlendirdiğimiz bir yıl oldu. 2026 için hedefimiz; termal deneyimi daha kişiselleştirilmiş hale getirmek, uluslararası pazarlarda görünürlüğümüzü artırmak ve sürdürülebilirlik odaklı uygulamaları daha da yaygınlaştırmaktır. Termal turizmi sadece konaklama değil, yaşam kalitesini artıran bir deneyim olarak konumlandırmaya devam edeceğiz.

HOSPITALITY rediscovered

Become part of a brand family unlike
any other, inspired by your guests and
the authentic, innovative and
memorable experiences they crave.



CONTINENT
Worldwide

www.ContinentWorldwide.com



Elvan Koçak Özcan / Swissôtel Resort & Spa Çeşme / Director of Sales & Marketing

Swissôtel Resort & Spa Çeşme, Ege Denizi kıyısında, Ilıca bölgesinde konumlanan; çağdaş konforu, sürdürülebilirlik yaklaşımı ve doğal kaynak zenginliğiyle öne çıkan bir resort oteldir. Çeşme-Ilıca hattı, yüksek mineral içerikli doğal termal sularıyla yüzyıllardır bilinen, denizle termali bir araya getiren nadir destinasyonlardan biridir. Bölgenin iklimi, deniz havası ve doğal termal kaynakları; yılın dört mevsimi sağlıklı yaşam ve dinlenme odaklı bir deneyim sunmamıza imkân tanır. Tesisimizde doğal termal suyla beslenen kapalı termal havuzlar, farklı sıcaklık ve derinliklere sahip dinlenme havuzları ile açık-kapalı yüzme alanları bulunmaktadır. Pürovel Spa & Sport alanımızda Türk hamamı, sauna, buhar odası, dinlenme alanları ve özel terapi odaları yer alır. Misafirlerimize; termal kür programları, masaj ve vücut terapileri, cilt bakımları, fizyoterapi destekli uygulamalar ve kişiye özel wellness programları sunuyoruz. Termalin modern spa anlayışıyla birleştiği bütüncül bir deneyim hedefliyoruz. Konuklarımızın önemli bir bölümü fiziksel rahatlama, kas-eklem problemlerine destek, stres yönetimi ve zihinsel arınma amacıyla tesisimizi ziyaret ediyor. Bunun yanında, yoğun

Ege Denizi kıyısında, Ilıca bölgesinde, doğal kaynak zenginliğiyle öne çıkan tesisimiz, termal deneyimi; sağlıklı beslenme, spa ritüelleri ve deniz-doğa birlikteliğiyle tamamlamak isteyen misafirlerimiz için güçlü bir çekim noktasıdır

iş temposundan uzaklaşıp kısa süreli “wellness kaçamağı” yapmak isteyen şehirli misafirler, çiftler ve kurumsal gruplar da önemli bir paya sahip. Termal deneyimi; sağlıklı beslenme, spa ritüelleri ve deniz-doğa birlikteliğiyle tamamlamak isteyen misafirlerimiz için otelimiz güçlü bir çekim noktasıdır. Termal konseptli misafirlerimizin yaş aralığı ağırlıklı olarak 30-65 bandındadır. Yurt içi pazarda İzmir, İstanbul ve Ankara başta olmak üzere büyük şehirlerden yoğun talep alıyoruz. Yurt dışı pazarda ise Avrupa ülkeleri, Orta Doğu ve Orta Asya ülkelerinden gelen talepler öne çıkmaktadır. Sağlık ve wellness bilinci yüksek, kaliteli hizmet arayışındaki bireysel misafirler ile çiftler ana segmentimizi oluşturur.

Termal sektörünün en önemli sorunları, standartlaşma eksikliği, nitelikli insan kaynağı ihtiyacı ve termal tesislerin uluslararası pazarlarda yeterince doğru konumlandırılmamasıdır. Çözüm olarak; kalite standartlarının netleştirilmesi, sağlık ve wellness alanında uzmanlaşmış kadroların desteklenmesi ve destinasyon bazlı tanıtım çalışmalarının artırılması gerekir; ayrıca termalin sadece “tedavi” değil, “koruyucu ve bütünsel sağlık” yaklaşımıyla anlatılması önemlidir

Sektörde en önemli sorunlar; standartlaşma eksikliği, nitelikli insan kaynağı ihtiyacı ve

termal tesislerin uluslararası pazarlarda yeterince doğru konumlandırılmamasıdır. Çözüm olarak; kalite standartlarının netleştirilmesi, sağlık ve wellness alanında uzmanlaşmış kadroların desteklenmesi ve destinasyon bazlı tanıtım çalışmalarının artırılması gerektiğine inanıyoruz. Ayrıca termalin sadece “tedavi” değil, “koruyucu ve bütünsel sağlık” yaklaşımıyla anlatılması önemlidir. Türkiye, doğal termal kaynak zenginliği açısından dünyada çok güçlü bir konuma sahip. Ancak bu potansiyelin henüz tam anlamıyla markalaşarak global ölçekte değerlendirildiğini söylemek zor. Doğru yatırım, doğru tanıtım ve sürdürülebilir işletme modelleriyle Türkiye’nin termal turizmde lider destinasyonlardan biri olabileceğine inanıyoruz. 2025 yılı, Swissôtel Resort & Spa Çeşme için termal ve wellness talebinin istikrarlı biçimde yükseldiği; özellikle sezon geçiş dönemlerinde bu ilginin belirgin şekilde güçlendiği bir yıl olmuştur. 2026 hedefimiz, termal & wellness konseptimizi daha da derinleştirerek uluslararası pazarlarda bilinirliğimizi artırmak ve dört mevsim sürdürülebilir bir doluluk yapısı oluşturmaktır. Aynı zamanda sağlıklı yaşam, spa ve termali bütüncül bir yaklaşımla bir araya getiren özel paketlerle destinasyon liderliğimizi pekiştirmeyi hedefliyoruz.



Ali Can Kurşun / Hilas Thermal Resort Spa & Aquapark / Genel Müdür

Hilas Thermal Resort & Spa Aquapark, Samsun Ladik’in oksijen zengini yayla havasında doğa manzaralı, Samsun-Ankara yolunun 3 km içerisinde konumlanmaktadır. Tesisimiz, 15.000 metrekareli geniş bahçe doğal alanları, çocuk oyun alanları, SPA merkezi, spor salonu, toplantı salonu, termal açık ve kapalı havuzları, aquparkı bünyesinde barındırmaktadır. Türkiye’nin en önemli jeotermal kaynaklarından biri olarak, doğal mineral içeriği yüksek olan suyumuzu, 34-36 derece sıcaklıkta en ideal tedavi aralığında misafirlerimize sunuyoruz. Termal suyumuzu, tüm havuzlarımızda misafirlerimizle buluşturmakta. Kapalı havuzlar, kadınlar ve erkekler için ayrı ayrı, her biri yarı olimpik havuz olarak tasarlanmıştır; her ikisinde de çocuk havuzu, hamam ve sauna yer almaktadır. Aquapark ve açık havuzlarımız, karma olarak yaz mevsiminde misafirlerimize hizmet vermektedir. Kapalı havuzlarımız yılın her

Samsun Ladik’in oksijen zengini yayla havasında doğa manzaralı olan tesisimizde, doğal mineral içeriği yüksek olan suyumuzu, 34-36 derece sıcaklıkta en ideal tedavi aralığında misafirlerimize sunuyoruz

günü hizmet vermektedir. Spa alanlarımızda masaj, kese köpük, cilt ve vücut bakımları, hacamat, sülük ve doktor balık tedavisi yapılmaktadır. Ayrıca ailelere özel havuzlu münferit kullanabilecekleri aile banyolarımız tüm yıl hizmet vermektedir. Konuklarımız, termal şifalı sularımızın, sağlık tedavilerimizin yanı sıra Spa olanaklarımızla, doğa içinde bol oksijen ile yenilenmeyle, elbette zengin açık büfe öğünlerimizle, canlı müzik ve çocuklara yönelik eğlence ve animasyonlarla günün her anını keyiflendirmekte ve şifalanmaktadır. Eğlence, termal ve sağlık konseptini bir arada sunabildiğimiz için tüm yaş kesimlerinden misafirlerimiz oluyor. Misafir portföyümüz genç çiftler, bunlara çocuklu aileler, orta yaş ve emekliler diyebiliriz. Dedeler, çocukları ve torunları aynı gün konaklayarak ailece hepsinin keyif alabileceği bir konseptimiz var. Misafirlerimizin %99’u Türkiye yurt içi, %1’lik kısmı ise diğer ülkelerden oluşmaktadır. Ekonomik daralma, satın alım gücünün düşmesi, enflasyonist baskı, kar marjının düşmüş iç pazarı daraltmıştır ve kişi başına

yapılan harcama düşmeye devam etmektedir. Böyle dönemlerde çözüm, hizmet kalitesinden ödün vermeden fiyat kırılmasını göz önünde bulundurarak, iç pazar talebini canlandırmak ve kendine çekmek olacaktır. Termal turizm sektörümüzün dünyada bulunduğu nokta yeterli değil belli bölgelerde ve dar bir mevsim aralığına sıkışmış durumdur; alt yapı ve tesisleşme yeterli değil. Yatırımcıların, deniz, kum, güneş temalı otellerden termal turizm temalı tesislere yatırım yapması teşvik edilmeli ayrıca 4 mevsim hizmet verebilme anlamında her mevsim her yaşa hitap edebilecek, çekim merkezi olabilecek yatırımlar yapılmalıdır. 2025 yılında %65 doluluk oranımız ile bütçede hedeflerimize ulaştık; gelirlerimizi %36 arttırabildik; giderlerimiz %41 oranında gelirlerden daha fazla arttı bu da kar marjımızı düşürdü. 2026 için de enflasyonist baskının devam edeceğini düşünüyoruz, doluluk oranlarında %3’lük bir artış toplamda %34 lük bir büyüme hedefledik; ayrıca tesisimizin kapasitesini ek bir yatırım ile nitelik ve nicelik olarak arttırmayı planladık.



OPERASYONEL MÜKEMMELİYETİ iciStaff İLE YAKALAYIN

Otel, Hastane, AVM ve Tesis görev yönetimi ile süreçlerinizi optimize edin, kalite standartlarına uyum sağlayın ve verimliliğinizi arttırın.

Dünya'da **50.000+** fazla bölüm **iciStaff** ile operasyonlarını yönetiyor.



Görev Yönetimi

Planlı Bakım

Kontrol Listeleri

Ölçümlemeler

Yönetim Raporlama



iciStaff ile
daha fazla verim, daha fazla kazanç,
daha fazla memnuniyet!

www.icibot.com



Sibel Selçuk Yıldız / Questa Thermal & Spa Hotel / Satış & Pazarlama Direktörü

Questa Thermal & Spa Hotel, Eskişehir'in termal kaynaklarıyla öne çıkan bölgesinde, şehir merkezine kolay ulaşım avantajına sahip bir konumda yer almaktadır. Bölgedeki jeotermal sular; mineral bakımından zengin yapısıyla romatizmal rahatsızlıklar, kas-iskelet sistemi sorunları ve stres kaynaklı şikâyetlerde destekleyici özellik göstermektedir. Termal suyumuz doğal kaynağından çıkarılmakta, uygun dereceler ile özel kullanım alanlarımızda misafirlerimize sunulmaktadır. Şehir konforu ile termal dinlenmeyi bir arada sunmamız, tesisimizi hem sağlık hem de kısa süreli geziler için tercih edilir kılmaktadır. SPA alanımızda Türk hamamı, sauna, tuz odası ve dinlenme alanları yer almaktadır. Hizmetlerimiz arasında klasik ve aromaterapi masajları ve kişiye özel wellness programları bulunmaktadır. Amacımız yalnızca konaklama değil; misafirlerimize fiziksel ve zihinsel olarak yenilenebilecekleri bütüncül bir deneyim sunmaktır. Misafirlerimiz tesisimizi ağırlıklı olarak romatizmal ve ortopedik rahatsızlıklara destek amacıyla tercih etmektedir. Bunun yanında kas ağrılarının azaltılması, ameliyat sonrası toparlanma süreci, stres yönetimi ve zihinsel rahatlama da önemli ziyaret nedenleri arasındadır. Son yıllarda wellness ve koruyucu

Eskişehir'in termal kaynaklarıyla öne çıkan bölgesinde yer alan otelimizde, şehir konforu ile termal dinlenmeyi bir arada sunmamız, tesisimizi hem sağlık hem de kısa süreli geziler için tercih edilir kılmaktadır

sağlık anlayışının yaygınlaşmasıyla birlikte, yalnızca tedavi odaklı değil; dinlenme, detoks ve şehir hayatından kısa süreli uzaklaşma amacıyla gelen misafir sayısı da artmaktadır. Özellikle hafta sonu kaçamakları ve çiftlere yönelik konaklamalar yoğun talep görmektedir. Misafir profilimiz ağırlıklı olarak 30 yaş ve üzeri konuklardan oluşmaktadır. Bununla birlikte 25-45 yaş aralığında, sağlıklı yaşam ve wellness odaklı konaklamalara ilgi gösteren genç profesyonel sayısında artış gözlemliyoruz. Yurt içinde Eskişehir başta olmak üzere Ankara, İstanbul ve Bursa'dan yoğun talep almaktayız. Yurt dışı pazarında ise Avrupa'da yaşayan Türk vatandaşları önemli bir yer tutmaktadır. Dönemsel olarak Almanya ve çevre ülkelerden gelen misafirlerimiz de bulunmaktadır.

Türkiye jeotermal kaynak zenginliği açısından oldukça güçlü bir konuma sahiptir. Ancak küresel marka bilinirliği açısından potansiyelinin tamamına ulaşmış değildir. Doğru tanıtım stratejileri, kalite standartlarının uluslararası düzeyde belgelenmesi ve sağlık sistemleriyle entegrasyonun güçlendirilmesi halinde ülkemizin termal turizmde çok daha üst sıralara çıkabileceğini inanıyoruz

Sektörün en önemli sorunları arasında uluslararası tanıtım eksikliği, sağlık turizmi alanında standartlaşma ihtiyacı ve zaman zaman oluşan mevsimsellik algısı yer almaktadır. Çözüm olarak termal turizmin

dört mevsim sürdürülebilir bir model olarak konumlandırılması, uluslararası akreditasyon süreçlerinin desteklenmesi ve dijital pazarlama yatırımlarının artırılması gerektiğini düşünüyoruz. Ayrıca sağlık turizmi ile sigorta sistemleri arasındaki entegrasyonun güçlendirilmesi, yabancı misafir sayısını artıracaktır. Türkiye jeotermal kaynak zenginliği açısından oldukça güçlü bir konuma sahiptir. Ancak küresel marka bilinirliği açısından potansiyelinin tamamına ulaşmış değildir. Doğru tanıtım stratejileri, kalite standartlarının uluslararası düzeyde belgelenmesi ve sağlık sistemleriyle entegrasyonun güçlendirilmesi halinde ülkemizin termal turizmde çok daha üst sıralara çıkabileceğini inanıyoruz. 2025 yılı, doluluk oranlarımız ve wellness paket satışlarımız açısından istikrarlı bir büyüme yılı olmuştur. Özellikle kısa süreli şehir kaçamağı konsepti ve özel paket programlarımız yoğun ilgi görmüştür. 2026 yılı için hedeflerimiz arasında uluslararası sağlık turizmi pazarında daha aktif rol almak, hizmet çeşitliliğimizi artırmak, kurumsal firmalara yönelik wellness programları geliştirmek ve kişiye özel kür paketlerini çeşitlendirmek yer almaktadır. Amacımız, Turizm Bakanlığı İşletme Belgesi olan aynı zamanda termal işletim sistemin de ruhsatlandırılmış bir hotel olarak misafir memnuniyetini en üst seviyede tutarak, tesisimizi bölgesel ölçekte referans gösterilen bir termal ve wellness merkezi haline getirmektir.



Mehmet Erturan / Divaisib Thermal Resort Hotel & SPA / İşletme Müdürü

Kapadokya'nın ve Nevşehir'in termal merkezi Kozaklı'dayız. Yer altından 90 derece civarında çıkan termal suyumuz eklem ve kas ağrıları, kireçlenme, bel ve boyun fıtıkları, kısırlık, cilt ve deri hastalıkları gibi birçok tedaviyi destekleyici nitelikte. Tesisimizde farklı sıcaklıklara ve büyüklüğe sahip bay-bayan ayrı termal havuzlar, açık ve kapalı yüzme havuzları, kaydırak ve aqua park, hamam, sauna, buhar odası gibi imkanlar mevcuttur. SPA'da medikal cihazlarla hizmet verdiğimiz gibi çeşitli masajlar, tuz odası, alışılagelmiş yani geleneksel ve modern yöntemlerle de rahatlama fırsatı sunuyoruz. 1600 metrekare ile ülkemizin en büyük otel lobisine sahibiz. Bu genişlik insan psikolojisinde pozitif etki oluşturuyor. Otel tasarımı lüks değil, mütevazı bir görüntü ve dizayna sahip. Bu da misafirlerimizin kendilerini evde gibi

Kozaklı'da, yer altından 90 derece civarında çıkan termal suyuna sahip tesisimizde, farklı sıcaklıklara ve büyüklüğe sahip bay-bayan ayrı termal havuzlar, açık ve kapalı yüzme havuzları, kaydırak ve aqua park, hamam, sauna, buhar odası gibi imkanlar mevcuttur

hissetmelerine yardımcı oluyor. Seyahat etmek, insanın ruh yapısı üzerinde iyileştirici bir etkiye sahip. Tbedil-i mekanda ferahlık olduğunu da hatırlarsak basitmiş gibi görünen bazı şeylerin ne kadar önemli ve zannettiğimizden daha tedavi edici olduğunu anlıyoruz. En beğenilen hizmetlerimizden biri de açık büfe yemeklerimiz ve yöresel lezzetlerimiz. Termali, orta ve üzeri yaş grubundaki insanlar tercih etse de gençler de ilgisiz değil. Balayı ve arkadaş gruplarıyla veya günübirlik geliyorlar. İşimiz genellikle yerli misafirlere. Gurbetçilerin ilgisi yaz mevsiminde yoğunlaşıyor. Kapadokya'daki yoğunluktan sebep yabancı turistleri de ağırladığımız oluyor. Ülke ekonomisi hizmet sektörünü de etkiledi. Buna rağmen termali tercih edenler konaklama gün sayısını 1 eksiltilerek kendilerine her zaman gittikleri adreslerde yer bulmaya çalışıyor. Evlerine ya da ekonomilerine daha yakın yerlere de şans verebiliyorlar. Tecrübe sahibi kişilerle çalışma ihtiyacınız bazen kendini çok belli ediyor. Genç çalışanlar istikrarlı değil. Anadolu'nun

mütevazı bir şehrinin sosyal imkanlarının sınırlı olduğu küçük bir ilçesinde istikrarla var olmak, aklınıza gelebilecek şeylerden daha ciddilerini gündeme getiriyor. Termal kaynaklar bakımından Türkiye'nin Avrupa ve dünyadaki konumuna dair istatistikler cesaret verici. Ama artan giderler, piyasada yıl içinde birçok kez değişen alım fiyatları, değişken faturalar, çalışan bulmada kronikleşen sorunlar... Bunlar herkesin malumu olan gerçekler ama sektörün her zaman gelişme potansiyeline sahip olduğu da bir gerçek. Lakin iç ve dış şartlar bunu hızlandırıyor veya yavaşlatıyor. Yaz mevsimi gurbetçi misafirlerimizin varlığı ile hareketleniyor ama yaşanan fiyat artışları konaklama ve seyahat alışkanlıklarını yıldan yıla etkileyecek gibi... Turlar, acenteler, kongre turizmi, sendikalar, belediyeler, kamu kurumları derken sezon bitiminde, eylül ayıyla daha kritik bir süreç başlıyor. Nerede o eski bayramlar, nerede o eski sömestirler, resmi tatiller diyoruz ama ümidimizi de yitirmiyoruz tabii ki.



Cihan Baykara / Grand Yazıcı Club Turban
Thermal Otel / Genel Müdür

Türkiye'nin seçkin turizm destinasyonlarından biri olan Ege Bölgesi'nde, Muğla ili Marmaris ilçesinde konumlanan Grand Yazıcı Club Turban Thermal Otel, 543 oda kapasitesiyle misafirlerine doğayla iç içe, konforlu bir konaklama deneyimi sunmaktadır. Denize sıfır konumuyla öne çıkan tesisimiz, aynı zamanda doğal termal su kaynağına sahip olması sayesinde bölgede yılın tüm sezonu hizmet verebilen ender oteller arasında yer almaktadır. Bu ayrıcalıklı doğal kaynak avantajı doğrultusunda, yaz sezonunda Ultra Her Şey Dâhil, kış döneminde ise Tam Pansiyon konseptiyle, faaliyetlerini sürdürmektedir. Sağlıklı yaşam ve dengeli beslenme anlayışını, hizmet felsefesinin merkezine alan otelimiz; dönemsel olarak vegan, vejetaryen, pesketaryen, glutensiz ve laktozsuz beslenme tercihlerine uygun özel büfeler sunmakta, aynı zamanda detoks programlarını destekleyen alkali içecek alternatifleriyle misafirlerine bütüncül bir wellness deneyimi sağlamaktadır. Spa alanımızda, kapalı bölümlerde ve B Blok tarafında yer alan açık alanlarda, ortak kullanıma uygun termal su havuzlarımız bulunmaktadır. Tüm termal havuzlarımızda, yılın her döneminde ideal kullanım koşullarını sağlamak amacıyla ısıtma uygulamaları yapılabilmektedir. Bunun yanı sıra, B Blok spa alanımızda misafirlerimizin özel kullanımına sunulan, kiralanabilir VIP salonlarımız yer almaktadır. Bu alanlarda; profesyonel masaj odaları, dinlenme alanları ve termal suyla doldurulmuş özel VIP havuz bölmeleri bulunmaktadır. Kişiyi özel hizmet anlayışıyla tasarlanan bu alanlar, misafirlerimize daha ayrıcalıklı, sakın ve konforlu bir spa deneyimi sunmaktadır. Sağlıklı yaşam bilinci gelişen 25-40 yaş arası misafirlerin ilgisinin belirgin biçimde arttığını gözlemliyoruz. Yurt içi pazar hala ana kitlemizi oluşturmakla beraber, yurt dışından özellikle Avrupa ülkeleri başta olmak üzere Orta Doğu, Balkanlar ve Rusya pazarlarından da düzenli talep almaktayız. Türkiye'nin zengin termal kaynakları ve rekabetçi hizmet kalitesi, uluslararası misafirler açısından önemli bir tercih sebebi oluşturmaktadır.

Marmaris'te denize sıfır konumuyla öne çıkan tesisimiz, aynı zamanda doğal termal su kaynağına sahip olması sayesinde bölgede yılın tüm sezonu hizmet verebilen ender oteller arasında yer almaktadır

Thermal turizmde, tanıtım faaliyetlerinin yetersizliği, markalaşma eksikliği, nitelikli insan kaynağı ihtiyacı ve hizmet standartlarının tam anlamıyla oturmamış olması, sektörün önemli sorunlarını oluşturunca, ayrıca termal turizmin sağlık turizmiyle entegrasyonunun yeterince güçlendirilememesi sektörel gelişimi sınırlayan unsurlar arasında yer almaktadır

Thermal turizm sektörünün temel sorunları arasında tanıtım faaliyetlerinin yetersizliği, markalaşma eksikliği, nitelikli insan kaynağı ihtiyacı ve hizmet standartlarının tam anlamıyla oturmamış olması yer almaktadır. Ayrıca termal turizmin sağlık turizmiyle entegrasyonunun yeterince güçlendirilememesi sektörel gelişimi sınırlayan unsurlar arasındadır. Bu sorunların aşılabilmesi adına; uluslararası standartların yaygınlaştırılması, kamu ve özel sektör iş birliklerinin artırılması, uzman sağlık kadrolarıyla desteklenen programların geliştirilmesi ve sürdürülebilir tanıtım stratejilerinin hayata geçirilmesi büyük önem taşımaktadır. Türkiye, sahip olduğu doğal kaynak zenginliği ve termal su potansiyeli açısından dünya ölçeğinde son derece avantajlı bir konumdadır. Ancak mevcut potansiyelin henüz arzu edilen düzeyde değerlendirildiğini söylemek güçtür. Uluslararası örneklerle kıyaslandığında; altyapı, hizmet standardizasyonu ve küresel bilinirlik alanlarında gelişime açık bir yapı söz konusudur. Doğru planlama, nitelikli yatırımlar ve bütüncül bir sağlık turizmi yaklaşımıyla Türkiye'nin termal turizm alanında küresel ölçekte çok daha güçlü bir konuma ulaşacağına inanıyoruz. 2025



yılı, tesisimiz açısından hem operasyonel verimlilik hem de hizmet kalitesinin güçlendiği, istikrarlı bir büyüme dönemi olarak geride kalmıştır. Yıl boyunca özellikle sağlık ve termal turizm alanındaki talebin artmasıyla birlikte, doluluk oranlarımızda ve misafir memnuniyetinde olumlu bir ivme yakaladık. Hizmet altyapımızı geliştirmeye yönelik yatırımlarımız, kişiselleştirilmiş sağlık ve wellness programlarımız ve sürdürülebilirlik odaklı uygulamalarımız bu başarıda önemli rol oynamıştır. Aynı zamanda yurt dışı pazarlardaki bilinirliğimizi artırmaya yönelik çalışmalarımızın karşılığını almaya başladığımız bir yıl olmuştur. 2026 yılına ilişkin hedeflerimiz ise; markamızın konumlandırmasını daha da güçlendirmek, uluslararası pazarlardaki etkinliğimizi artırmak ve sağlık turizmi alanında uzmanlaşmış, referans bir tesis olma vizyonumuzu ileri taşımaktır. Bu doğrultuda hizmet çeşitliliğimizi artırmayı, dijitalleşme ve misafir deneyimi odaklı yatırımlarımıza devam etmeyi, nitelikli insan kaynağına yönelik eğitim programlarımızı genişletmeyi planlıyoruz. Sürdürülebilir turizm anlayışını merkeze alan, kalite ve güven esaslı bir büyüme stratejisiyle 2026 yılını daha güçlü ve kalıcı kazanımlarla tamamlamayı hedefliyoruz.





Süleyman Dağlı / Seven For Life Thermal Hotel / İşletme Müdürü

Seven For Life Thermal Hotel, Aydın'ın doğal güzellikleriyle öne çıkan Kuşadası bölgesinde konumlanan, termal ve sağlık turizmi konseptiyle hizmet veren bir tesistir. Ege iklimine sahip, özel bir coğrafyada yer almamız, hem yıl boyu ılıman hava koşulları hem de doğal termal su kaynaklarına erişim açısından büyük avantaj sağlamaktadır. Bölgemizdeki termal su; mineral değeri yüksek, rahatlatıcı ve destekleyici özelliklere sahip olup özellikle kas-iskelet sistemi rahatsızlıkları ve stres kaynaklı sorunlar üzerinde olumlu etkileriyle bilinmektedir. Doğayla iç içe konumumuz, misafirlerimize hem fiziksel hem zihinsel bir arınma ortamı sunmaktadır. Otelimizde kadın-erkek ayrı kullanım alanları ve karma alanlar olmak üzere farklı konseptlerde termal havuzlarımız bulunmaktadır. Termal havuzlarımızın su sıcaklıkları ideal derecelerde sabit tutulmakta olup düzenli analizlerle hijyen ve mineral dengesi kontrol edilmektedir. Spa alanlarımızda; Türk hamamı, sauna, buhar odası ve dinlenme alanları yer almaktadır. Ayrıca profesyonel ekibimiz tarafından uygulanan masaj terapileri, cilt ve vücut bakımları, kese-köpük uygulamaları gibi hizmetler sunulmaktadır. Amacımız yalnızca konaklama değil; misafirlerimize bütüncül bir yenilenme deneyimi yaşatmaktır. Termal turizm, günümüzde yalnızca fiziksel rahatsızlıklara destek amaçlı değil, aynı zamanda ruhsal detoks ve stres yönetimi için de tercih edilmektedir. Misafirlerimiz; romatizmal ve kas-iskelet sistemi rahatsızlıklarına destek, yoğun iş temposu sonrası stres azaltma, dijital detoks ve zihinsel arınma, tatil ile sağlıklı birleştirme gibi farklı beklentilerle tesisimizi ziyaret etmektedir. Özellikle şehir hayatının temposundan uzaklaşmak isteyen misafirlerimiz için doğa ve termalin birleşimi önemli bir tercih sebebi olmaktadır. Bunun yanı sıra otelimiz yaz aylarında bir resort tesis olarak hizmet vermekte olup, herşey dâhil imkanlarından misafirlerimizi faydalandırmaktadır. Aynı zamanda plaj hizmeti de sunmaktadır. Termal turizm misafir profilimiz oldukça geniş bir yaş

Kuşadası'nda, yıl boyu ılıman hava koşulları ve doğal termal su kaynaklarına erişim kolaylığına sahip tesisimizde, termal ve sağlık turizmi konseptiyle hizmet veriyor, misafirlerimize hem fiziksel hem zihinsel bir arınma ortamı sunuyoruz

aralığına sahiptir. 30 yaş ve üzeri misafirler ağırlıklı olmakla birlikte, son yıllarda wellness ve spa odaklı genç misafir oranımızda da artış gözlemlemekteyiz. Yurt içinden özellikle büyükşehirlerden gelen misafirlerimiz yoğunluktadır. Yurt dışı portföyümüzde ise Avrupa ülkeleri başta olmak üzere Avrupa pazarından gelen misafirler yer almaktadır. Tüm bunlar ile birlikte Uzakdoğu Kültür gruplarının da ilgisinin yoğun olduğunu belirtmemizde fayda var. Sağlık turizmi bilincinin artmasıyla birlikte uluslararası misafir sayımız her geçen yıl yükselmektedir.

Türkiye, termal kaynak zenginliği açısından dünyada üst sıralarda yer almaktadır. Ancak marka bilinirliği ve global konumlandırma açısından henüz potansiyelimizin tamamını kullandığımızı söylemek zor. Özellikle Avrupa'daki termal destinasyonlarla rekabet edebilecek kaliteye sahibiz. Doğru pazarlama stratejileri ve sağlık turizmi entegrasyonu ile çok daha güçlü bir noktaya ulaşabileceğimize inanıyoruz

Sektörün en önemli sorunları arasında uluslararası tanıtım eksikliği, nitelikli personel ihtiyacı ve bazı bölgelerde plansız tesisleşme yer almaktadır. Çözüm noktasında; uluslararası fuar ve dijital tanıtım çalışmalarının artırılması, sağlık turizmi standartlarının netleştirilmesi, personel eğitim programlarının güçlendirilmesi, kamu ve özel sektör iş birliğinin artırılması gerektiğini düşünüyoruz. Türkiye, termal kaynak zenginliği açısından dünyada önemli bir potansiyele sahiptir ve bu potansiyele



daha etkin değerlendirilmesi mümkündür. Türkiye, termal kaynak zenginliği açısından dünyada üst sıralarda yer almaktadır. Ancak marka bilinirliği ve global konumlandırma açısından henüz potansiyelimizin tamamını kullandığımızı söylemek zor. Özellikle Avrupa'daki termal destinasyonlarla rekabet edebilecek kaliteye sahibiz. Doğru pazarlama stratejileri ve sağlık turizmi entegrasyonu ile çok daha güçlü bir noktaya ulaşabileceğimize inanıyoruz. 2025 yılı, doluluk oranlarımız ve misafir memnuniyeti açısından istikrarlı bir büyüme gösterdiğimiz bir yıl oldu. Sağlık ve wellness odaklı paket programlarımız büyük ilgi gördü. 2026 yılı için hedeflerimiz arasında; Uluslararası pazarda daha aktif rol almak, Sağlık turizmi alanında iş birliklerini artırmak, Spa ve terapi hizmetlerimizi çeşitlendirmek, Dijital pazarlama yatırımlarımızı güçlendirmek yer almaktadır. Seven For Life Thermal Otel olarak amacımız; misafirlerimize sadece bir tatil değil, sağlıklı ve yenileyici bir yaşam deneyimi sunmaya devam etmektir.



Navitas Spa & Sports standartların üstünde bir deneyim!

Edindiğimiz bilgi ve tecrübeyle,
başarılı bir Spa Merkezi kurmanın
sırlarını keşfetmenize yardımcı oluyoruz!

-  Uzman tasarım ve inşaa proje yönetimi
-  Yeni ve yenilikçi başarı stratejilerinin uygulanması
-  Üst düzey ilişki yönetimi eğitimi
-  Pozitif müşteri deneyimleri sunmak
-  Uygulamalı deneyim yoluyla sorunsuz bir spa işi yaratmak
-  Uzman terapist ve müşteriye elde tutma sonuçları



Zamanı güzelleştirmek için **Navitas Spa** hep iyi bir fikirdir.



Sağlık Merkezinizin operasyon ihtiyaçlarına göre *özelleştirilebilir!*

-  SPA DANIŞMANLIĞI
İş hedeflerinizi ulaşmanız ve yatırım getirisi elde etmeniz için size özel danışmanlık sağlıyoruz.
-  SPA TASARIMI
Ünvan elbise, hayali sizdeki spa tesislerini hayata geçirmek için size özel hizmet sağlıyoruz.
-  SPA GELİŞTİRME
Spa tesislerinizi kavramsal olarak onayladıktan sonra sorunsuz, stresiz bir işin süreci sağlamsak için size özel yöneteceğiz.
-  SPA ÇÖZÜM ORTAKLIĞI
Yapılan ciro üzerinden kar paylaşımı yapılmaktadır.
-  SPA KİRALAMA İŞLETMECİLİĞİ
Mevcut Spa'ya kira bedeli biçilmemektedir.





**Güray Kirilen / Armada Grannos Thermal
Hotel & Convention Center / Satış ve
Pazarlama Direktörü**

Çorak araziyle çevrili, korunaklı geniş bir arazide yer alan bu şık spa oteli, E90 karayoluna 41 km ve Ankara şehir merkezindeki mağaza ve restoranlara 74 km mesafededir. Misafirlerimize sunduğumuz imkanlar arasında 2 restoran, bir spor salonu ve spor sahalarının yanı sıra oyun odası, çocuk kulübü ve genel bir market yer alır. Ayrıca karışık ve kadın-erkek ayrı bölümlere, kapalı ve açık termal havuzlara ve hamama sahip şık bir spa merkezi mevcuttur. Termal turizm, günümüzde yalnızca fiziksel tedavilere destek veren bir alan olmaktan çıkıp, bütüncül bir sağlık ve iyi yaşam yaklaşımı sunan bir turizm türü haline gelmiştir. Bu doğrultuda konuklarımız tesisimizi ağırlıklı olarak üç temel amaçla ziyaret etmektedir. İlk olarak, fiziksel sağlık ve rehabilitasyon amacıyla gelen misafirlerimiz önemli bir paya sahiptir. Kas-iskelet sistemi rahatsızlıkları, romatizmal hastalıklar, ortopedik sorunlar, kronik ağrılar ve ameliyat sonrası rehabilitasyon süreçleri termal tedavilerin en çok tercih edildiği alanlar arasında yer almaktadır. İkinci olarak, koruyucu sağlık ve wellness odaklı konuklarımız bulunmaktadır. Bu grup, bağışıklık sistemini güçlendirmek, stres seviyesini azaltmak, yaşam kalitesini artırmak ve sağlıklı yaş alma sürecini desteklemek amacıyla termal ve spa hizmetlerinden yararlanmaktadır. Son olarak, ruhsal rahatlama ve zihinsel arınma amacıyla gelen misafirlerimiz de önemli bir segmenti oluşturmaktadır. Yoğun iş temposu ve şehir yaşamının getirdiği stres ve yorgunluktan uzaklaşmak isteyen konuklarımız, termal suyun doğal rahatlatıcı etkisi ile birlikte sunduğumuz spa, masaj ve doğa odaklı deneyimlerle hem bedensel hem de zihinsel bir yenilenme yaşamayı hedeflemektedir. Bu kapsamda tesisimiz, sağlık, wellness ve dinlenme beklentilerini bir arada karşılayan bütüncül bir termal turizm deneyimi sunmayı amaçlamaktadır. Termal turizm konseptli misafir profilimiz, yaş dağılımı ve coğrafi kaynak pazar açısından oldukça çeşitlilik göstermektedir. Genel olarak konuklarımızın yaş aralığı 35 yaş ve üzeri segmentte yoğunlaşmakla birlikte, özellikle wellness ve spa odaklı tatil anlayışının yaygınlaşmasıyla birlikte 25–34 yaş arası genç yetişkin misafirlerin de tesisimize olan ilgisi artmaktadır. Orta ve ileri yaş grupları ise daha çok tedavi, rehabilitasyon ve kronik rahatsızlıklara yönelik destek amacıyla tesisimizi tercih etmektedir. Yurt içi ve yurt dışı dağılımına bakıldığında, misafirlerimizin büyük çoğunluğunu Türkiye iç pazarından gelen konuklar oluşturmaktadır. Özellikle

Ankara Haymana'da konumlanan otelimiz, sağlık, wellness ve dinlenme beklentilerini bir arada karşılayan bütüncül bir termal turizm deneyimi sunmayı amaçlamaktadır

büyükşehirlerden ve yakın çevre bölgelerden kısa süreli sağlık ve dinlenme odaklı konaklama talepleri öne çıkmaktadır. Ülke portföyü açısından değerlendirildiğinde; başta Almanya, Hollanda, Belçika ve Fransa olmak üzere Avrupa ülkeleri, Rusya ve BDT ülkeleri, ayrıca Orta Doğu ülkeleri önemli kaynak pazarlarımız arasında yer almaktadır.

Türkiye termal turizm sektörünün dünya ölçeğinde hak ettiği konuma ulaştığını söylemek için daha bütüncül stratejilere, markalaşmaya ve uluslararası entegrasyona ihtiyaç bulunmaktadır

Termal turizm sektörü, sağlık ve turizmi bir araya getiren stratejik bir alan olmasına rağmen hem Türkiye'de hem de küresel ölçekte çeşitli yapısal ve operasyonel sorunlarla karşı karşıyadır. Bu sorunlar genel olarak altyapı, insan kaynağı, pazarlama, mevzuat ve sürdürülebilirlik başlıkları altında ele alınabilir. Öncelikle, altyapı ve tesis standardizasyonu önemli bir sorun alanıdır. Termal tesislerin önemli bir kısmı modern sağlık turizmi beklentilerini karşılayacak tıbbi altyapı, hijyen standartları ve teknolojik donanım açısından yeterli seviyede değildir. Uluslararası pazarlara açılmak isteyen tesislerin akreditasyon ve kalite sertifikasyon süreçlerine yeterince entegre olamaması da rekabet gücünü sınırlandırmaktadır. İkinci olarak, nitelikli insan kaynağı eksikliği sektörde öne çıkan bir problemdir. Termal turizm, tıbbi personel, fizyoterapist, wellness uzmanı ve çok dilli turizm profesyonellerinin birlikte çalışmasını gerektiren multidisipliner bir alandır. Ancak bu alanlarda eğitimi ve deneyimli personel arzı sınırlıdır ve sürekli eğitim mekanizmaları yeterince gelişmemiştir. Bir diğer önemli sorun, pazarlama ve marka yönetimi eksikliğidir. Türkiye'nin termal kaynak potansiyeli yüksek olmasına rağmen, uluslararası ölçekte güçlü bir termal turizm markası algısı oluşturulamamıştır. Destinasyon bazlı markalaşma, dijital pazarlama ve hedef pazar odaklı tanıtım stratejileri yeterince etkin kullanılmamaktadır. Mevzuat ve teşvik politikaları da sektörün gelişimini etkileyen faktörler arasındadır. Sağlık ve turizm mevzuatının entegrasyonu, termal sağlık hizmetlerinin geri ödeme sistemlerine entegrasyonu ve yatırım teşviklerinin sürdürülebilirliği konusunda yapısal düzenlemelere ihtiyaç duyulmaktadır. Son olarak, çevresel sürdürülebilirlik ve kaynak yönetimi sektörde giderek önem kazanan bir konudur. Termal su kaynaklarının plansız kullanımı, çevresel etkiler ve enerji verimliliği sorunları uzun vadede sektörün sürdürülebilirliğini tehdit etmektedir. Çözüm önerileri kapsamında; uluslararası kalite ve akreditasyon standartlarına uygun tesis sertifikasyon sistemlerinin yaygınlaştırılması, termal sağlık turizmine yönelik uzmanlaşmış eğitim programlarının ve sertifikasyonların artırılması, destinasyon ve tesis bazlı marka stratejilerinin geliştirilmesi ve dijital

pazarlama altyapısının güçlendirilmesi, sağlık ve turizm mevzuatının entegre edilerek yatırım ve işletme süreçlerinin sadeleştirilmesi, termal su kaynaklarının sürdürülebilir kullanımına yönelik çevresel yönetim planlarının zorunlu hale getirilmesi sektörün gelişimi açısından kritik öneme sahiptir. Bu kapsamda termal turizm, doğru stratejiler ve kamu-özel sektör iş birliği ile Türkiye'nin sağlık turizmi gelirlerini artıracak ve sürdürülebilir turizm hedeflerine katkı sağlayabilecek önemli bir niş alan olarak değerlendirilmektedir. Türkiye termal turizm sektörünü, doğal kaynak potansiyeli açısından dünyada çok avantajlı bir konumda bulunmasına rağmen, mevcut konumunu potansiyeline kıyasla yeterli düzeyde değerlendirebilmiş bir sektör olarak görmek zor. Türkiye, jeotermal kaynak zenginliği bakımından Avrupa'da ilk sıralarda, dünyada ise önde gelen ülkeler arasında yer almasına rağmen, bu potansiyelin küresel sağlık turizmi pazarına etkin şekilde dönüştürüldüğünü söylemek güçtür. Bugün geldiğimiz noktada termal turizm, ağırlıklı olarak iç pazara ve belirli bölgesel pazarlara hizmet eden bir yapı sergilemekte, uluslararası ölçekte güçlü ve sürdürülebilir bir marka algısı oluşturma konusunda ise henüz istenilen seviyeye ulaşamamıştır. Avrupa'daki bazı destinasyonlar (Almanya, Macaristan, Çekya gibi) termal ve kür turizmini yüzyıllardır sistematik bir sağlık turizmi modeli haline getirirken, Türkiye bu alanda daha çok turizm odaklı ve tatil konseptli bir yaklaşım sergilemektedir. Özetle, mevcut durum önemli bir gelişim sürecine işaret etse de Türkiye termal turizm sektörünün dünya ölçeğinde hak ettiği konuma ulaştığını söylemek için daha bütüncül stratejilere, markalaşmaya ve uluslararası entegrasyona ihtiyaç bulunmaktadır. 2025 yılı, tesisimiz açısından hem toparlanma hem de büyüme odaklı önemli bir yıl olmuştur. İç pazarda termal ve wellness turizmine olan talebin artması, kısa süreli sağlık ve dinlenme odaklı konaklamaların yükselmesi ve uluslararası sağlık turizmi hareketliliğinin güçlenmesi, tesisimizin doluluk ve gelir performansına olumlu yansımasıdır. Yıl boyunca özellikle hafta sonu ve tatil dönemlerinde yüksek doluluk oranları yakalanmıştır. Ayrıca spa, wellness ve kişiselleştirilmiş sağlık programlarına yapılan yatırımlar, misafir memnuniyetini ve tekrar ziyaret oranlarını yükseltmiştir. 2026 yılı için hedeflerimiz ise daha stratejik ve sürdürülebilir bir büyüme vizyonu çerçevesinde şekillenmektedir. Öncelikli hedefimiz, uluslararası sağlık turizmi pazarındaki payımızı artırmak ve hedef pazarlara yönelik aktif tanıtım ve satış kanallarını güçlendirmektir. Operasyonel açıdan sürdürülebilirlik, enerji verimliliği ve çevre dostu uygulamalar 2026 stratejimizin temel odak noktalarından biridir. Dijital dönüşüm kapsamında online satış kanalları, misafir deneyimi teknolojileri ve veri odaklı pazarlama uygulamalarına yatırım yapmayı hedefliyoruz.

Nicole

Romantik ve vintage ruhu yansıtan Nicole, sıra dışı form tasarımıyla hem dekoratif sunumlarda hem de günlük kullanımda estetik bir ambiyans yaratır.

Yeni tamamlayıcı seçkimiz Dora ise zarif tasarımı ve farklı form seçenekleriyle çay ve kahve deneyimini kusursuz tamamlar.



Dora





Baran Budak / Grand Thermal Yalova Resort & SPA / Satış ve Pazarlama Müdürü

Tesisimiz, Türkiye'nin en köklü termal destinasyonlarından biri olan Yalova Termal bölgesinde, asırlık çınar ağaçları ve yemyeşil ormanlarla çevrili özel bir konumda yer almaktadır. İstanbul, Bursa ve Kocaeli gibi büyük şehirlere yakınlığı sayesinde hem hafta sonu kısa tatil için hem de sağlık ve wellness odaklı konaklamalar için ideal bir destinasyondur. Bulunduğu bölgenin zengin jeotermal kaynaklarına sahiptir. Termal suyun özellikleri; ortalama 55–60°C sıcaklığa sahiptir, mineralli yapısı sayesinde romatizmal rahatsızlıklar, kas-iskelet sistemi problemleri ve stres kaynaklı yorgunluklar üzerinde destekleyici etkiye sahiptir; doğal mineral dengesi ile cilt sağlığı ve dolaşım sistemi üzerinde olumlu katkılar sunar. Grand Thermal Yalova Resort & Spa olarak misafirlerimize, bölgenin doğal termal su zenginliğini modern, konfor ve profesyonel spa hizmetleriyle birleştiren kapsamlı bir sağlık ve wellness deneyimi sunmaktayız. Kapalı Termal Havuzlar: Doğal mineralli termal su ile beslenen, yıl boyunca kullanıma uygun, dinlenme ve şifa odaklı alanlardır. SPA Merkezimiz 2000 metrekare alan üzerine kurulu olup karma, bayanlar, erkekler için ayrı havuz, büyük açık yüzme havuzumuz ve relax havuzumuz ile birlikte 5 adet havuzumuz mevcuttur. Bunların haricinde kendine ait olarak kullanılabilen 8 VIP

Yalova Termal bölgesinde bulunan otelimizde misafirlerimize, bölgenin doğal termal su zenginliğini, modern, konfor ve profesyonel spa hizmetleriyle birleştiren kapsamlı bir sağlık ve wellness deneyimi sunmaktayız

Aile odası ayrı havuzlu hamamlı olarak dizayn edilmiş ve kullanıma sunulmuştur. Termal turizm, günümüzde yalnızca konaklama değil; bütüncül sağlık, arınma ve yenilenme deneyimi arayan misafirlerin tercih ettiği bir seyahat motivasyonu haline gelmiştir. Grand Thermal Yalova Resort & Spa olarak konuklarımızı ağırlıklı olarak şu amaç ve beklentiler doğrultusunda misafir etmekteyiz: Misafirlerimizin önemli bir bölümü, termal suyun doğal mineral yapısından faydalanmak amacıyla tesisimizi tercih etmektedir. Özellikle romatizmal rahatsızlıklar, kas ve eklem ağrıları, bel ve boyun fıtığına bağlı şikâyetler, spor sonrası kas yorgunlukları, dolaşım sistemi destek ihtiyacı gibi durumlarda, termal suyun destekleyici etkisinden yararlanmak için konaklama planlamaktadırlar. Termal turizm konseptimiz doğrultusunda misafir profilimiz; yaş, motivasyon ve coğrafi dağılım açısından dengeli ve çeşitlilik gösteren bir yapıdadır. 25–40 yaş: Daha çok wellness, spa deneyimi, hafta sonu kaçamağı ve stres yönetimi amacıyla gelen misafirler. 40–60 yaş: Hem sağlık destekli konaklama hem de dinlenme amaçlı en yoğun misafir grubumuzu oluşturur. 60 yaş ve üzeri: Uzun süreli kür programları, romatizmal ve kas-iskelet sistemi destek talepleriyle gelen, termal suyu bilinçli tercih eden segmenttir. Genel olarak bakıldığında ağırlıklı yaş aralığımız 35–65 yaş bandında yoğunlaşmaktadır.

Termal turizm yılın 12 ayına uygun olmasına rağmen hâlâ “kış turizmi” olarak algılanmaktadır. Bu durum doluluk oranlarında dönemsel dalgalanmalara yol açmaktadır. Türkiye termal kaynak zenginliği

açısından Avrupa'nın önde gelen ülkelerinden biri olmasına rağmen global pazarda yeterince konumlandırılmamaktadır

Termal turizm sektörü; Türkiye'nin güçlü doğal kaynak potansiyeline rağmen yapısal ve algısal bazı zorluklarla karşı karşıyadır. Termal turizm yılın 12 ayına uygun olmasına rağmen hâlâ “kış turizmi” olarak algılanmaktadır. Bu durum doluluk oranlarında dönemsel dalgalanmalara yol açmaktadır. Türkiye termal kaynak zenginliği açısından Avrupa'nın önde gelen ülkelerinden biri olmasına rağmen global pazarda yeterince konumlandırılmamaktadır. Türkiye; jeotermal kaynak kapasitesi açısından Avrupa'nın önde gelen ülkelerinden biridir. Yalova, Afyon, Pamukkale, Kütahya ve Balıkesir gibi merkezler önemli doğal avantajlara sahiptir. Ancak küresel ölçekte bakıldığında Almanya, Macaristan ve Çekya gibi ülkeler termal turizmi medikal rehabilitasyon sistemiyle entegre etmiş durumda. Japonya “onsen” kültürünü güçlü bir marka kimliği haline getirmiştir. Grand Thermal Yalova Resort & SPA olarak 2025 yılını değerlendirecek olursak, tesisimiz açısından hem operasyonel verimlilik hem de misafir memnuniyeti bakımından istikrarlı ve gelişim odaklı bir yıl olmuştur. Doluluk oranlarımızda artış sağlanmış, özellikle hafta sonu ve kısa dönem konaklamalarda güçlü talep alınmıştır. Yurt dışı pazarlarda özellikle Avrupa ve Orta Doğu segmentinde istikrarlı bir büyüme yakalanmıştır. 2026 yılı için hedeflerimizi üç ana başlıkta şekillendirecek olursak, uluslararası büyüme ve sağlık turizmi entegrasyonu, hizmet çeşitliliği ve ürün geliştirme, sürdürülebilirlik ve operasyonel güçlenme olduğunu söyleyebiliriz.

Göcek'in saklı cenneti AHĖMA'nın Yeni Genel Müdürü Oliver Paolo Gillow oldu

Akdeniz'in benzersiz doğasından ilham alan mimarisi, gastronomi ve yaşam deneyimini bütünsel bir yaklaşımla ele alan AHĖMA, global lüks ve lifestyle otel markalarında yaklaşık 20 yıllık yöneticilik deneyimine sahip olan Oliver Paolo Gillow'un liderliğinde yeni bir döneme adım atıyor. Kariyeri boyunca Avrupa, Orta Doğu ve Akdeniz'in önde gelen destinasyonlarında prestijli otel ve lifestyle markalarında görev alan Gillow; operasyon yönetimi, otel açılış süreçleri, gastronomi konsept geliştirme ve sürdürülebilir büyüme stratejileri konularındaki uzmanlığıyla dikkat çekiyor. Son olarak Londra'da Ennismore bünyesindeki Hyde London City'de Genel Müdür olarak görev yapan Gillow, otelin açılış sürecine liderlik ederek operasyonel yapılanmadan ekip kurulumuna kadar tüm süreçleri başarıyla yönetti. Kariyeri boyunca lüks ve lifestyle otel markalarında yüksek performanslı operasyonların geliştirilmesine liderlik eden Gillow, otel projelerinin pre-opening stratejilerinden sürdürülebilir büyüme ve kârlılık yönetimine kadar tüm operasyonel süreçlerde uzmanlaşmış bir yönetici profili çiziyor. Yiyecek & içecek alanındaki güçlü geçmişi, ekip yapılanması, marka iş birlikleri ve Michelin yıldızlı gastronomi konseptlerinin geliştirilmesine yönelik deneyimiyle öne çıkan Gillow; operasyonel verimliliği artıran, güçlü ekip kültürleri oluşturan ve misafir sadakati ile finansal başarıyı birlikte destekleyen liderlik yaklaşımıyla tanınıyor. Oliver Paolo Gillow, sahip olduğu global perspektif ve yenilikçi yönetim anlayışıyla AHĖMA'nın deneyim odaklı misafirperverlik anlayışını ileri taşıyarak markanın gelişimine katkı sağlamaya devam ediyor.



Lycia Marine'den otellere “Evasivo Yüzer Locaları”

Lycia Marine tarafından üretilen, genel olarak kıyı otelleri, özel villalar ve özel etkinlik alanlarının tercih ettiği, lüks ve minimalizmi mükemmel bir şekilde birleştiren Evasivo Yüzer Locaları 2026 Bosphorus Boat Show' da yoğun ilgi gördü. Modern mimarisi, doğal ahşap dokuları ve ferah iç tasarımıyla her bir ünite; sakinlik, şıklık ve özgürlüğü bir araya getiriyor. Geniş açıklıkları sayesinde gün ışığını içeri davet ederken, denizle bütünleşen platform yapısı benzersiz bir yüzme ve dinlenme deneyimi sunuyor. Özellikle kıyı otellerin, misafirleri için denizde özgürlük, konfor, estetik ve ruhunu dinlendirecek bir alan istiyorsa Evasivo tam olarak bunun için tasarlanmış olan bir yüzer platform. Lycia Marine, 4 nesil boyu yat imalat ve bakım konusunda kazanmış olduğu tecrübe sayesinde müşteri memnuniyetini ön planda tutarak hizmet veriyor. Yat sahiplerine özel tasarım ve yüksek kaliteli hizmetler sunarak, sektördeki öncülüğünü korumayı sürdürüyor. Firma, daha önce yat imalatı ile sürdürülen süreci 2012 yılı itibarı ile Göcek Marintürk Marina merkezli firmada yat bakım ve onarım başlığı altında devam ettiriyor. Bünyesinde ahşap, boya ve polyester elyaf esas olmak



üzere çeşitli deniz hizmetleri bulunuyor. Geniş üretim kapasitesi ile bakım ve onarım harici olarak ahşap yat mobilyaları ve yüzer platform çözümleri ile sektördeki yerini yenilikçi bir sıfatla korumaya devam ediyor. Bunun yanı sıra özel mülkler için üretilmesi istenen ürünlerin mimari bakış açısı ile tasarlanması, üretilmesi, kontrol edilmesi ve teslim edilmesi de bulunuyor. Lycia Marine, son dönemde turizm sektörüne olumlu etki

yaratacağına inandığı Evasivo Yüzer Locaları ile de adından söz ettiriyor. Bu alanda yapmış olduğu yatırım sayesinde özellikle kıyı otelcilik sektöründe farklı bir konseptin yaşanmasını amaçlıyor. Ürünün 2026 Bosphorus Boat Show' da görmüş olduğu ilgi, bu başarılı hikayenin bir nişanesi oldu. Yenilikçi ve vizyonel bakış açısına sahip olan Lycia Marine'nin ilerleyen süreçlerde yeni projeleri ile gündeme geleceği belirtiliyor.

Ankara HiltonSA'nın Pazarlama Yönetimi Mehtap Aydın'a emanet



Başkentin buluşma noktası Ankara HiltonSA, 2 Şubat 2026 itibarıyla pazarlama liderliğini sektörün deneyimli isimlerinden Mehtap Aydın'a devretti. Kariyeri boyunca lüks segment konaklama ve stratejik marka yönetimi alanlarında önemli başarılarına

imza atan Aydın, otelin yeni dönem pazarlama vizyonuna yön verecek. Hem kıyı turizminin dinamik yapısında hem de şehir otelciliğinin prestijli dünyasında uzun yıllar deneyim kazanan Mehtap Aydın, bu çok yönlü bakış açısını Ankara HiltonSA'nın global standartlardaki hizmet anlayışıyla buluşturacak. Yeni göreviyle ilgili vizyonunu paylaşan Mehtap Aydın; “Turizm sektöründeki yolculuğumu, Ankara'nın ilk global konaklama zinciri olan Ankara HiltonSA çatısı altında sürdüreceğim olmanın heyecanını yaşıyorum. Şehrin bu köklü mirasını, yenilikçi ve misafir odaklı pazarlama stratejileriyle daha da ileriye taşımayı hedefliyoruz. 2 Şubat

itibarıyla başladığımız bu yeni dönemde, misafirlerimize sunduğumuz her ayrıcalığı dijital ve geleneksel mecralarda en etkili şekilde anlatacağız. Markanın vizyonu doğrultusunda, yenilikçi ve sürdürülebilir pazarlama projeleri üretmeyi hedefliyoruz” dedi. Akdeniz Üniversitesi Konaklama İşletmeciliği bölümünden mezun olan Mehtap Aydın kariyeri boyunca otelcilik ve marka konumlandırma üzerine uzmanlaştı. Sektörün öncü kurumlarında dijital pazarlama, halkla ilişkiler ve stratejik iletişim konularında derin bir birikim edinen Aydın, artık Ankara HiltonSA'nın pazardaki sarsılmaz konumunu yenilikçi stratejilerle desteklemeye liderlik edecek.

İsmail Akdeniz, ATG Hotels bünyesine Grup Gastronomi Müdürü olarak atandı

ATG Hotels yönetimi tarafından İsmail Akdeniz'in, ATG Hotels COO'su Mehmet Çubukçuoğlu'na bağlı ekipte “Grup Gastronomi Müdürü” olarak görev alacağı açıklandı. İsmail Akdeniz, mutfak ve gastronomi alanında yıllar boyunca edindiği yöneticilik ve liderlik deneyimi ile turizm sektörünün farklı yapılarında önemli sorumluluklar üstlendi. Akdeniz, Turizm sektörünün değerli markalarında mutfak operasyonlarının yürütülmesinde yöneticilik ve liderlik vasıflarıyla ön plana çıktı. Ayrıca gastronomi alanında hem misafir deneyimleri nezdinde hem de sektöre değer katan birçok inovatif çalışmaya da imza attı. Özellikle misafir segmentasyonu özelinde,

farklı profillerdeki misafirlere yönelik mutfak-gastronomi deneyimleri konusunda uzmanlaşmış olan İsmail Akdeniz, yıllar boyunca gerek operasyon yönetimi gerekse ekip koordinasyonu, çalışan eğitimleri-destekleri konusunda güçlü ve kalıcı işlerle sektörde profesyonelliğiyle tanındı. Bu değerli atamayla ilgili ATG Hotels COO'su Mehmet Çubukçuoğlu, “Gastronomi bugün otellerin en güçlü tercih sebeplerinden biri. ATG Hotels olarak bu alanı, güçlü liderlik ve sürdürülebilir bir vizyonla yönetmek istiyoruz. İsmail Akdeniz'in bilgi birikimi ve liderliğiyle mutfaklarımızın marka değerimize doğrudan katkı sağlayacağına inanıyorum” dedi. ATG Hotels'in yeniden yapılandırılan yönetim



anlayışının değerli bir parçası ve gelecek vizyonu için önemli katkılar sunacak olan Akdeniz, geçmiş yıllarda Türkiye'de turizm sektörünün öncü ve değerli markalarında edindiği yönetsel ve operasyonel deneyimini, grubun hedeflerini yukarılara taşımak için değerlendirecek.

Dimitris Manikis: Türkiye’deki güçlü varlığımız bölge genelindeki büyümemizi destekliyor

Wyndham Hotels & Resorts EMEA Başkanı Dimitris Manikis, Turizm Yatırım Forumu (TIF) 2026 kapsamında düzenlenen “Anı Yakalamak: Dönüşen Konaklama Ekosisteminde İnovasyon ve Fırsatlar” başlıklı panelde yaptığı konuşmada, Türkiye’nin çok önemli bir büyüme pazarı olmasının yanı sıra dünyada da yakından takip edilen bir ülke olduğunu ve Türkiye’deki varlıklarının çevre pazarlardaki büyümelerini de desteklediğini söyledi. Wyndham markaları altında dünya genelinde yaklaşık 8 bin 300, Türkiye genelinde ise yaklaşık 130 otel bulunduğunu aktaran Dimitris Manikis, “Bu büyüme ortaklarımızla sağladığımız karşılıklı güven sayesinde mümkün oldu. Güven, franchise modelinin en önemli unsuru” dedi. Wyndham Hotels & Resorts, tesis sayısı bazında şu anda dünyanın franchise veren en büyük otel şirketi ve Türkiye’deki en büyük uluslararası otel şirketi konumunda bulunuyor. Türkiye’yi Wyndham için çok önemli bir büyüme pazarı olmasının

yanı sıra Orta Doğu, Balkanlar ve Bağımsız Devletler Topluluğu gibi çevre pazarlara da açılan kapıları olarak gördüklerini belirten Manikis, “Gürcistan, Özbekistan ve Kazakistan pazarlarında öncü konuma sahibiz. Bu pazarlardaki başarımızda Türkiye’deki güçlü varlığımızdan da destek alıyoruz. Franchise ortaklarımız Türkiye’de tanıdıkları markaları kendi ülkelerine de taşıyor. Türkiye’yi sadece ülke içindeki yatırımlar bağlamında değil, yarattığı domino etkisiyle de düşünmek gerekiyor” dedi. Dimitris Manikis, Türkiye’nin aynı zamanda dünya konaklama sektörüne yetiştirmiş insan kaynağı kazandıran bir ülke olduğunun altını çizerek, “Misafirperverlik Türkiye’nin DNA’sında var. Ben kariyerime yeni başladığımda dünyadaki otel genel müdürlerinin neredeyse hepsi İsviçreli, Alman, Fransız veya İngilizdi. Şimdi Türkiye’de yetişen çok sayıda genel müdür ve departman şefi diğer ülkelerdeki otellere de liderlik ediyor. Türkiye’deki kurumsal ekibimiz çevre



pazarlardaki otellerimize satış, pazarlama ve operasyonlar gibi çeşitli alanlarda destek sağlıyor” şeklinde konuştu. Konuşmasında şirketin büyüme stratejisine de değinen Manikis, “Orta segment resort konseptinde büyüme devam ediyor. Lüks tesisler dünyadaki otellerin yüzde 15’ini temsil ediyor. Biz bir yandan lüks segmentte Wyndham Grand ve Dolce by Wyndham gibi çeşitli markalarımızla büyümeye devam ederken, global pazarın ağırlıklı kısmını oluşturan orta segmente odaklanmayı sürdürüyoruz. Türkiye tüm bu farklı segmentlerde çok ciddi bir potansiyele sahip” dedi.

Selectum Family Resort Belek’te üst düzey atama



ATG Hotels yönetimi tarafından Tülay Yavuzylmaz’ın Selectum Otelleri Operasyon Direktörlüğü’ne bağlı ekipte, Selectum Family Resort Belek’te yeni “Genel Müdür” olarak görev alacağı açıklandı. Bu değerli atamayla ilgili ATG Hotels CEO’su Hakan Öztürk, “ATG Hotels olarak, kurum kültürümüzün merkezinde yer alan eşitlik, liyakat ve sürdürülebilir

kalite anlayışımız doğrultusunda önemli bir adımı paylaşmaktan gurur duyuyoruz. Grubumuzun tüm kademelerinde “Süregelen Kadın Yönetimi İstihdamı”nı artık otellerimizde tepe yönetimize de taşımanın gururunu yaşıyoruz. Uzun yıllardır grubumuzda hizmet veren bir kadın yöneticimizi, Sayın Tülay Yavuzylmaz’ı grubumuzda ilk kadın Genel Müdür olarak Selectum Family Resort Belek’e atamanın mutluluğunu yaşıyoruz. Kadınların iş hayatına kattığı kalite odaklı yaklaşım, detaylara gösterilen titizlik ve insani değerleri merkeze alan yönetim anlayışının; hizmet sektöründe sürdürülebilir başarıyı doğrudan desteklediğine inanıyoruz. Özellikle turizm gibi misafir memnuniyetinin, empati ve hassasiyetle şekillendiği bir alanda bu bakış açısının güçlü bir fark yarattığını uzun yıllardır gözlemliyoruz. ATG Hotels olarak, kadınların yönetim kademelerinde

daha fazla temsil edilmesini yalnızca bir hedef değil, kurumsal sorumluluğumuzun da ayrılmaz bir parçası olarak görüyoruz. Bu doğrultuda, yetkin kadın liderlerin önünü açmaya, gelişimlerini desteklemeye kararlılıkla devam edeceğiz. Bu önemli adımın hem grubumuz hem de sektörümüz adına ilham verici bir örnek olmasını temenni ediyor; Sayın Tülay Yavuzylmaz’a yeni görevinde başarılar diliyorum.” dedi. Tülay Yavuzylmaz, 01 Temmuz 2022 tarihinden bu yana Selectum Family Resort Belek’in Genel Müdür Yardımcısı olarak ATG Hotels grubuna hizmet vermekteydi. Selectum Family Resort Belek’te Genel Müdürlük görevini yürüten değerli profesyonel Türker Avcı ise yine Selectum Otelleri Operasyon Direktörü’ne bağlı ekipte yer alarak, Selectum Luxury Resort Belek’in yeni Genel Müdürü olarak atandı.

Turizmin duayen ismi Mehmet Eslek yeni görevine başladı

Antalya turizminin güçlü markalarından biri olan Alaiye ve Adin oteller grubunda üst düzey bir görevlendirme gerçekleşti. Sektörde 33 yılı geride bırakan, deneyimli yönetici Mehmet Eslek, grubun Alanya’daki üç önemli tesisi olan Alaiye Resort Hotel, Adin Beach Resort Hotel ve Alaiye Kleopatra Hotel’in Genel Müdürlüğü koltuğuna oturdu. Kariyeri boyunca turizmin her kademesinde görev alan ve son 15 yılını Genel Müdür olarak başarıyla sürdüren Eslek, yeni dönemde grubun operasyonel gücünü ve misafir memnuniyetini en üst seviyeye çıkarmayı hedefliyor. Yeni göreviyle ilgili stratejik hedeflerini paylaşan Mehmet Eslek, şu açıklamada bulundu: “33 yılı aşkın turizm tecrübem ve 15 yıllık genel müdürlük birikimimle; gelir artışı, operasyonel verimlilik, güçlü ekip yapısı ve üst düzey misafir memnuniyeti odaklı bir yönetim anlayışını hayata geçirmek için yeni bir yolculuğa çıkıyorum. Bu süreçte birlikte çalışacağımız tüm ekip arkadaşlarımıza başarılar diliyorum, destekleri için yatırımcılarımıza ve paydaşlarımıza teşekkür ediyorum. Hepimiz için hayırlı olmasını dilerim.”



Peyzaj Sulamada %100 Sürdürülebilir Üstün Teknoloji. Artık Tüm Mineraller Dostunuz!

Bakım ihtiyacında azalma

Yedek parça gereksiniminde azalma

Sıfır atık ve atık su üretiminde azalma

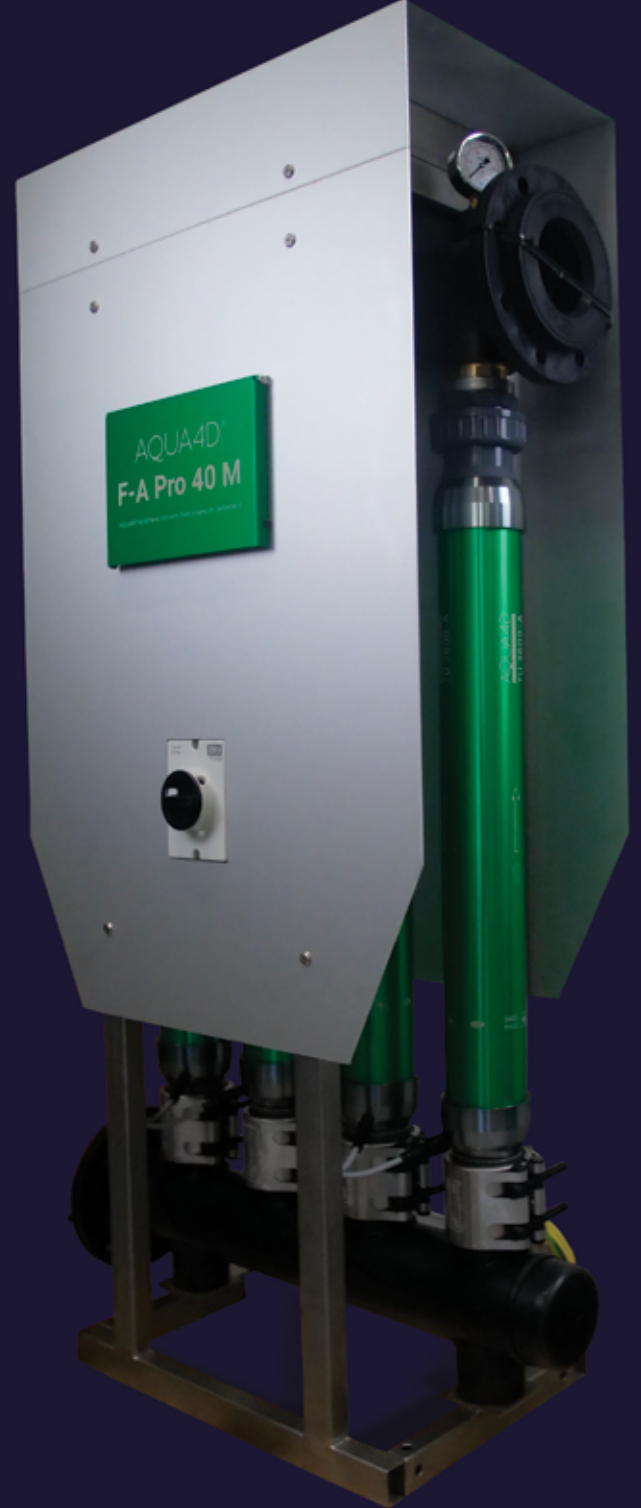
Kimyasal kullanımında azalma

- Sulama suyumuzun kalitesine bakmaksızın sağlıklı ve dengeli bir sulama sağlayabiliyoruz.
- %40'a varan su tasarrufu elde ediyoruz.
- Gübre kullanımını ciddi ölçüde azaltıyoruz.
- Bitkilerimiz daha sağlıklı ve dirençli hale geliyor.
- Toprak sağlığını koruyarak biyolojik çeşitliliğe katkı sağlıyoruz.
- Tüm bu süreci günlük sembolik bir enerji maliyetiyle sürdürebiliyoruz.



www.aqua4d.com.tr
SWISS TECHNOLOGY

- +90 (266) 721 22 24
- +90 (541) 471 01 43
- 600 Evler Mah. Kocatepe Sk. No: 13/B
Bandırma / BALIKESİR / TÜRKİYE



AQUA4D®

Ankara HiltonSA'da Green Ramadan geleneği devam ediyor



Ankara HiltonSA, uzun yıllardır sürdürdüğü sürdürülebilirlik yaklaşımı kapsamında uyguladığı "Green Ramadan" programına bu yıl da devam ediyor. Hilton EMEA Yiyecek & İçecek ekibi tarafından 2023 yılında başlatılan Green Ramadan programı, ilk yılında 3 ülkede 3 otelle hayata geçirildi ve yalnızca 30 gün içinde %61 oranında gıda atığı azaltımı sağlandı. Program, 2024 ve 2025 yıllarında büyüterek EMEA ve APAC bölgelerinde toplam 14 ülkede 45 otele ulaştı; ölçülebilir sonuçları ve veri odaklı yaklaşımı sayesinde küresel ölçekte takdir gördü. Green Ramadan, Hilton'un gıda sistemlerinin dönüşümüne yönelik kararlı ve sürdürülebilirlik odaklı yaklaşımının güçlü bir yansıması olduğu ifade edildi. Ramazan ayına özel olarak hazırlanan sürdürülebilir açık büfe iftar deneyimi, gıda israfını azaltmaya yönelik operasyonel uygulamalarla birlikte özel bir basın davetinde paylaşılacak. Hilton'un küresel sürdürülebilirlik vizyonu doğrultusunda hareket eden Ankara HiltonSA, Ramazan döneminde açık büfe operasyonlarını bilinçli üretim planlaması, akıllı porsiyon yönetimi ve atık ölçümleme sistemleriyle destekleyerek çevresel etkisini azaltmayı hedefliyor. Green Ramadan, otelin sürdürülebilir gastronomi anlayışının Ramazan ayındaki yansıması olarak her yıl istikrarlı biçimde uygulanıyor. Ankara HiltonSA, bu yaklaşımı yalnızca dönemsel bir uygulama olarak değil, bütüncül bir Sıfır Atık (Zero Waste) politikası kapsamında ele alıyor. Otelin operasyonel stratejisinin merkezinde yer alan bu politika; kaynağında azaltım, yeniden kullanım, geri dönüşüm ve veri odaklı atık yönetimi prensiplerine dayanıyor. Amaç yalnızca atığı azaltmak değil,

atığın oluşmasını sistematik olarak önlemek olduğu belirtiliyor. Green Ramadan açık büfe ve set menüleri, Ramazan sofralarının geleneksel lezzetlerini sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda sunmaya devam ediyor. Zengin iftariyelikler, mevsim sebzeleri, geleneksel yemekler; sorumlu tedarik anlayışıyla hazırlanıyor. Sıcak başlangıçlardan ana yemeklere ve tatlı büfesine uzanan menü, dengeli üretim planlamasıyla oluşturuluyor. Amaç; misafir memnuniyetini en üst seviyede tutarken, fazla üretimi ve dolayısıyla gıda atığını minimuma indirmek.

Ölçülebilir ve sürekli iyileştirilen bir süreç

Ankara HiltonSA, Sıfır Atık (Zero Waste) yaklaşımını operasyonlarının tamamına entegre etmiş durumda. Gıda atıkları başta olmak üzere ambalaj, plastik ve diğer operasyonel atıklar kaynağında ayrıştırılıyor; geri dönüşüm ve yeniden kullanım süreçleri düzenli olarak raporlanıyor. Bu sistem, yalnızca mutfakta değil, tüm otel genelinde sürdürülebilirlik kültürünün yaygınlaşmasını sağlıyor. Ankara HiltonSA'da Green Ramadan yalnızca dönemsel bir uygulama değil, ölçümlenen ve sürekli geliştirilen bir operasyonel yaklaşım olarak sürdürülüyor. Mutfak operasyonlarının üretim ve servis aşamalarında yapılan düzenli ölçümler sayesinde gıda atıkları analiz ediliyor; elde edilen veriler doğrultusunda menü planlamaları ve üretim miktarları optimize ediliyor. Bununla birlikte su ve enerji tüketimi de takip edilerek operasyonel verimlilik artırılıyor. Bu yaklaşım, Hilton'un küresel sürdürülebilirlik hedefleriyle uyumlu biçimde çevresel etkiyi azaltırken, misafirlere yüksek kalite standartlarında bir iftar deneyimi sunmaya devam ediyor. İş birliği içerisinde çalışılan UNEP – Birleşmiş Milletler Çevre Programı (United Nations Environment Programme) ve Winnow ile yürütülen sürdürülebilirlik çalışmaları kapsamında, Ankara HiltonSA Ramazan döneminde de gıda israfını en aza indirmeye, yerel kaynak kullanımını artırmaya ve sıfır atık yaklaşımına yönelik farkındalığı güçlendirmeye devam ediyor. Özellikle açık büfe ve set menü operasyonlarında son bir yıl içerisinde 3.7 ton gıda israfının önüne geçildi. Bu sonuç, Ankara HiltonSA'nın Sıfır Atık (Zero Waste) yaklaşımının ölçülebilir ve somut bir çıktısı. 2023 yılında programa ilk dahil olduğunda kişi başı 40 gr olan gıda atığı 23 grama düşürüldü. Bu iyileşme, veri temelli karar alma süreçlerinin ve disiplinli atık yönetimi uygulamalarının doğrudan sonucu olduğu açıklandı.

Divan Grubu 70 yıllık zamansız mirasıyla geleceğe yön veriyor

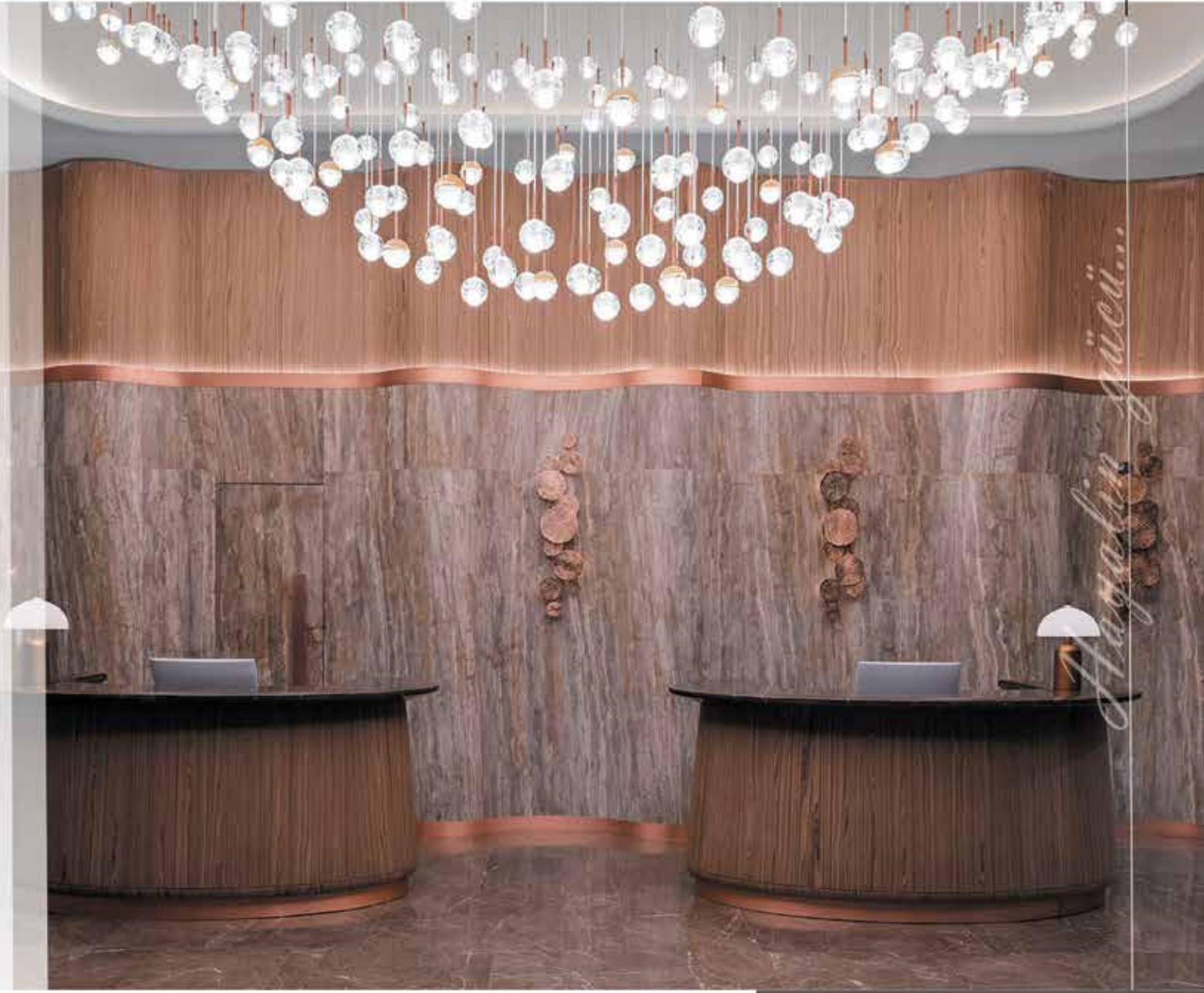
70'inci yılını kutlayan Divan Grubu, köklü misafirperverlik anlayışını gastronomi, otelcilik ve yeme-içme alanlarındaki birikimiyle birlikte geleceğe taşıyor. Zamansız mirası üzerine inşa edilen bu yolculuk, Divan'ın ikonik ve güven veren marka duruşunu güçlü bir vizyonla buluşturuyor. Kurulduğu günden bu yana kalite, özen ve süreklilik ilkeleriyle şekillenen bu yaklaşım; Divan için yalnızca geçmişe referans veren bir anlatı değil, uzun vadeli değer üretme kararlılığının doğal bir sonucu olarak konumlanıyor. 70 yıllık deneyim, markanın bugün güvenilir konumunu pekiştirirken, geleceğe yönelik stratejik adımlarına da yön veriyor. Divan Grubu Genel Müdürü Ziya Alper Önder, Divan'ın 70 yıllık yolculuğunu şu sözlerle özetliyor: "Divan, 70 yıldır zamansız bir duruşu çağın ruhuyla buluşturan bir marka olmayı sürdürüyor" Divan'ın hikâyesi yalnızca otelcilikle değil;

Türkiye'nin gastronomi kültüründe iz bırakan restoranları ve kuşaklar boyunca hafızalarda yer eden Divan Pastaneleri ile de şekillendi. Geleneksel lezzetleri modern bir yorumla sunan restoranları ve zarafetiyle özdeşleşen pastane kültürü, markanın şehir yaşamındaki yerini güçlendiren önemli kilometre taşları arasında yer alıyor. Bu anlayış doğrultusunda Divan Grubu, 70'inci yılında iki özel projeye yolculuğunu yeni bir faza taşıyor. İstanbul'un kültürel dokusunda önemli bir yere sahip Akaretler'de açılacak House of Divan, sanat, tasarım ve gastronominin bir araya geldiği yaşayan bir buluşma alanı olarak kurgulanıyor. Antalya'da yeniden hayat bulan Talya Otel ise, şehir tarihinde özel bir yere sahip bu ikonik yapıyı zamansız bir yaklaşımla yeniden ele alarak 10 yıl sonra misafirleriyle buluşturuyor. Zamansız estetik, ikonik mimari ve özenli detaylarla şekillenen bu



projeler; Divan'ın bulunduğu lokasyonların ruhuna saygı duyan ve kalıcı değer üretmeyi merkeze alan yaklaşımını yansıtıyor. Divan Grubu, 70 yıllık kurumsal birikimini; sürdürülebilirlik, insan odaklı yaklaşım ve etik değerler çerçevesinde, geleceğe yön veren bütüncül bir sorumluluk alanı olarak ele alıyor. Bu vizyon, Divan'ın zamansız mirasını çağdaş bir bakışla yorumlayarak Türk turizmi ve gastronomisindeki öncü rolünü güçlendirmeye devam ediyor.

PROJE AYDINLATMA



- Otel Genel Mekan Aydınlatma •
- Otel Oda Aydınlatma •
- Cafe Aydınlatma •
- Balo Salonu Aydınlatma •
- Restoran Aydınlatma •
- Dış Mekan Aydınlatma •
- Özel Ürün Çalışmaları •
- Ofis Aydınlatma •
- Hastane V.B. •

www.projeaydinlatma.com

tedarikçiler



Dayanıklılık ve estetik dengesinin kritik önem taşıdığı dış mekan mobilyaları, bir tesisin kalite algısını, kimliğini yansıtan, misafir memnuniyetini belirleyen en önemli yatırım kalemlerinden birini oluşturuyor

Dış mekan mobilya alanında faaliyet gösteren firmalarımız ileri teknolojiyle donatılmış fabrikalarında, uzman kadrolarıyla, tasarım, üretim ve Ar-Ge süreçlerinin tamamını kendi bünyelerinde yöneterek, uluslararası standartlarda ürünleriyle geniş bir yelpazede hizmet sunarken; global ölçekte referanslı premium markaların Türkiye temsilciliğini yapan firmalarımız da bir mobilya çözüm ortağı olarak sektörde yerlerini alıyorlar.

Perakende faaliyetlerinin yanı sıra proje bazlı üretim ve anahtar teslim uygulamalarıyla da hizmet sunan firmalarımız, turizm sektörünün yüksek sirkülasyonlu kullanım şartlarına uygun, dayanıklı, ergonomik ve estetik, masa, sandalye, oturma grupları, bar masası, bar tabureleri gibi bahçe mobilyaları, şezlong, daybed, salıncak modelleri, sehpa grupları, şemsiye sistemleri gibi plaj, havuz kenarı ve teras ürünleri, minder, yastık, örtü, özel art workler, outdoor indoor döşemelikler gibi tekstil grubu ürünler, dış mekan aydınlatma, dış mekan halı, dış mekan ısıtma ve tamamlayıcı aksesuarlarıyla geniş bir skalada hem yurt içi pazara hem de yurt dışı pazara yaptıkları yüksek ihracat oranlarıyla varlık gösteriyorlar. Turizm projelerinde standart koleksiyonlarının yanı sıra projenin konsepti ve bulunduğu bölgenin koşullarına uygun özel ürün çalışmaları da gerçekleştirdiklerini belirten sektör temsilcileri, önceliklerinin otel markasının kimliğini yansıtan, yoğun kullanıma uygun ve sürdürülebilir dış mekân çözümleri sunmak olduğunu vurguluyorlar.

Turizm sektöründe her projenin kendi konsepti, mimari dili ve marka kimliği bulunduğu bilinciyle, ölçü, malzeme, renk ve tasarım detaylarında özelleştirme yapabildiklerini ifade ediyorlar. Projeye





özel ürünlerde ölçü, malzeme ve yüzey adaptasyonlarının gerekli olduğunu, dış mekânda özel üretimin yalnızca estetik bir farklılık değil; mühendislik gerektirdiğini, taşıyıcı sistem, paslanmazlık standardı ve UV dayanımının, projenin bulunduğu coğrafyaya göre belirlendiğini vurguluyorlar. Bu bağlamda bütüncül bir hizmet verdiklerini, yatırımcı için güvenilirliğin, sürecin doğru yönetilmesi olduğunu anlatıyorlar. Turizm sektörünün firmaları için stratejik öneme sahip olduğunu ifade eden sektör profesyonelleri, otel projelerini hem marka görünürlüklerini artırdıkları hem de proje yönetim kabiliyetlerini geliştirdikleri özel bir alan olarak konumlanıyorlar. Sektörün kendileri için en güçlü referans kaynağı olduğunu hem yeni yatırım projelerinde hem de renovasyon süreçlerinde, konsept ile uyumlu üretim ve uygulama koordinasyonunu üstlenerek, yatırımcılara bütüncül çözümler sunduklarını açıklıyorlar. Yurt içi ve yurt dışında birçok projede yer aldıklarını belirten sektör temsilcileri, turizm sektörünün toplam cirolarında yüzde 90'a varan oranlarda pay aldığını açıklıyorlar.

Türkiye'deki 5 yıldızlı ve A Plus otellerin dış mekân mobilya yenileme periyodu ortalama 3-5 yıldır

Otel ve restoranların dış mekân mobilya seçimlerinde baz almaları gereken kriterleri açıklayan sektör profesyonelleri ilk olarak **dayanıklılığa** dikkat çekiyorlar. Turizm sektöründe ürünler yoğun kullanıma maruz kaldığından, paslanmaya karşı dirençli konstrüksiyon, UV dayanımı yüksek malzemeler ve değiştirilebilir parça yapısının büyük önem taşıdığını, uzun ömürlü çözümlerin yatırımın sürdürülebilirliği açısından kritik olduğunu açıklıyorlar. **Şıklık ve konforun** vazgeçilmezliğine, tasarım odaklı, kaliteli ürünlerin müşterilere, hizmet ve vizyon hakkında mesaj vermek için çok önemli araçlar olduğuna, farklılaşmanın temel objelerinden birinin otellere konulan mobilyalar olduğuna ve ürünlerin otel konseptini yansıtan bir tasarıma sahip olması gerektiğine dikkat çekiyorlar. Mobilyanın bir **yatırım kalemi**

olduğunu belirterek, daha uygun fiyatlı ürünleri almanın belki anlık çözüm gibi düşünüldüğünü ama uzun vadede kesinlikle otelleri tekrar yeni alımlara yönlendirdiğini, bunun da aynı ürünü kısa sürede iki kere almak anlamına geldiğini açıklıyorlar. Kaliteli ürünlerin, işletme maliyetini düşürdüğünü ve renovasyon periyodunu uzattığını ifade ediyorlar. Bu sebeple dış mekân mobilyası seçerlerken uzun ömürlü, **satış sonrası hizmeti olan, yedek parça garantisi veren firmaları** tercih etmelerinin önemine vurgu yapıyorlar. Bununla birlikte mobilyaların hafiflik, ergonomik kullanım, depolanma özelliği, **temizlik ve bakım kolaylığı** gibi özelliklerine de dikkat edilmesi gerektiğini belirtiyorlar.

Türkiye, özellikle Avrupa'nın (Almanya, Fransa, İtalya) dış mekân mobilya tedarikinde Çin ve Vietnam'a olan bağımlılığını azaltmak için seçtiği en güçlü "yakın tedarik" (nearshoring) partneridir

Mobilya tercihlerinde şehir otellerinde genellikle kompakt, fonksiyonel, modern tasarım, minimal ürünlerin; resort otellerde ise iklim koşullarına uygun, modüler, geniş oturma sistemleri, konforlu ve dinlendirici tasarımların öne çıktığını açıklıyorlar. Güncel trendler arasında modüler tasarımlar, suya dayanıklı malzemeler, hafif alüminyum yapılar, doğal ahşap detaylar, sürdürülebilir malzeme kullanımı, çevre dostu üretim, hafif, dayanıklı ve sade çizgiler, zamansız formlar, nötr renk paletleri, doğal tonlar, iç-dış mekân bütünlüğünü destekleyen bütünsel tasarım yaklaşımlarının öne çıktığını ifade ediyorlar.

Türkiye'nin toplam 4,7 milyar dolarlık mobilya ihracatı içerisinde safi dış mekân mobilyalarının (bahçe, teras, balkon ve plaj mobilyaları) payı yaklaşık %8 ile %10 arasındadır. Bu oran, yıllık yaklaşık 380 - 450 milyon dolarlık bir ihracat hacmine tekabül etmektedir. Genel mobilya ihracatı yıllık ortalama %5-7 büyürken, dış mekân mobilyası segmenti (özellikle pandemi sonrası değişen yaşam alışkanlıklarıyla) yıllık %12-15 bandında, yani genel ortalamanın iki katı hızla büyümektedir.

Dış mekân mobilya alanında yaşanan sorunlara dikkat çeken sektör profesyonelleri, hammadde fiyatlarındaki dalgalanmalar ve fiyat odaklı rekabet nedeniyle, kalite algısının zaman zaman ikinci plana düştüğünü açıklıyorlar. Özellikle turizm projelerinde düşük maliyetli ancak dayanıklılığı yetersiz ürün tercihlerinin, uzun vadede işletmeler için daha yüksek yenileme maliyetlerine yol açabildiğini belirtiyorlar. Son yıllarda yurt dışından yapılan



satın almaların artmasının da sektör açısından dikkat çeken bir diğer konu olduğunu; ilk yatırım maliyeti daha düşük görünen ithal ürünlerin, teslim süresi, yedek parça temini, servis desteği ve garanti süreçlerinde operasyonel zorluklar yaratabildiğine vurgu yapıyorlar. Bu durumun ise hem proje sürekliliğini hem de işletmelerin uzun vadeli maliyet planlamasını etkileyebildiğini belirtiyorlar. Diğer önemli sorunun, yoğun kullanıma bağlı deformasyon, zorlu iklim koşullarına karşı yetersiz dayanım olduğunu, trend odaklı ancak uzun ömürlü olmayan ürünlerin yatırımcı için sürdürülebilir olmadığını ifade ediyorlar. Yüksek kaliteli ve dayanıklı malzeme kullanımının önemine vurgu yaparak, dayanıklılık ve estetiği dengeli sunmanın, sektörün en kritik ihtiyacı olduğunu belirtiyorlar. Bazı projelerde ürünlerin konsept ve kullanım koşullarına uygun seçilmemesinin problem yaratabildiğini, standart dışı üretimin ve kalite kontrol süreçlerindeki farklılıkların, sektörde rekabet dengesini etkilediğini, sürdürülebilirlik bilincinin yeterince yaygınlaşmadığını açıklıyorlar. Çözüm noktasında ise sürdürülebilir üretim planlaması, kalite standartlarının korunması ve yatırımcıların toplam sahip olma maliyeti yaklaşımıyla karar vermesi, özellikle proje bazlı işlerde teknik kriterlerin net biçimde tanımlanması ve kalite standartlarının açık şekilde belirlenmesini öneriyorlar. İhracat yapan firmalara daha fazla destek verilip, ithalata karşı devletimizin yerli üreticiyi daha fazla korumasını istiyorlar. Sektör temsilcileri 2025 yılını hem üretim kapasitelerini hem ihracat ağlarını güçlendirdikleri, turizm projelerinde aktif rol aldıkları bir büyüme yılı olarak değerlendiriyor. 2026 yılında ise turizm sektöründeki proje paylarını, uluslararası pazarlardaki varlıklarını daha da artırmayı, ürün portföylerini yenilikçi tasarımlar ve çevre dostu malzemelerle genişletmeyi ve sürdürülebilir büyümeyi hedefliyorlar.



Tuncay Işıldar / Siesta Mobilya /
İşıplast / Genel Müdür

Türkiye'nin ilk plastik bahçe mobilyaları üretimi ile sektörün lideri Siesta, 1978 yılında Işıplast Plastik Sanayi ve Ticaret A.Ş. adı altında kurularak, 1987 yılında plastik mobilya üretimine başladı. Siesta Mobilya, nitelikli ürün tasarlama çizgisıyla, Türkiye'den dünyaya 100'ü aşkın ülkede 500 satış noktasına ulaşarak, sektöründe en çok ihracat yapan firma konumunda yer alıyor. Siesta, bugün 50.000 m2 alana sahip olan Büyükçekmece'deki fabrikasında, her mekâna uygun kaliteli ve dayanıklı ürünlerini müşterilerinin beğenisine sunuyor. Koltuk ve sandalyeden tabure ve sehpaye, şezlongdan köşe takımlarına ve çocuk grubu ürünlerine kadar birbirinden farklı tasarımları müşterileri ile buluşturuyor. Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) güncel rakamlarına göre Türkiye'de en çok ihracat yapan ilk 1000 firma arasındaki yerini koruyan bir firma olarak artırdığımız ve genişlettiğimiz depo alanlarımız ve yepyeni mağazalarımız ile 2026'ya güçlü bir şekilde giriş yaptık. Birçok ekonomik zorluk ve duraksamaya rağmen 2025'i 40 milyon dolara yakın bir ihracat ile kapattık. Özellikle ABD pazarındaki büyümemizi de sürdürüyoruz. Siesta Mobilya olarak dünyaca ünlü pek çok otel ve restoran zincirinde ürünlerimiz tercih ediliyor. Bu alanda özellikle oturma gruplarından sandalye ve masalara, şezlonglardan taburelere pek çok ürünümüzle, bir işletmenin dış mekânda ihtiyaç duyduğu mobilya taleplerine yanıt veriyoruz. Otel ve restoranların dış mekân mobilya seçimlerinde hafiflik, ergonomik tasarım, sıcak, rüzgâr vb. olumsuz hava koşullarına karşı dayanıklılık, şıklık ve konfor, ürünlerin otel konseptini yansıtan bir tasarıma sahip olması, temizlik ve bakımının kolaylığı ve ürünlerin üretiminde kullanılan malzemenin doğa dostu olması gibi özelliklere dikkat edilmeli. Sadece estetik kaygı güdülerek hareket edilmemeli, ürünün dayanıklılığı ve kolay temizliği gibi konular önceliklendirilmelidir. Siesta Mobilya olarak rakiplerimizden ayırdığımız en önemli nokta; geniş yelpazeye sahip koleksiyonumuz. Her ortama uyum sağlayan ürünler tasarlıyor, müşterilerimize yüzlerce ürünümüzle

Türkiye'nin ilk plastik bahçe mobilyalarını üreten ve sektörün liderlerinden olan Siesta, geniş ürün gamı, yüzde yüz geri dönüşüm ürünleriyle, Türkiye'den dünyaya 100'ü aşkın ülkeye ulaşarak, sektöründe en çok ihracat yapan firma konumunda yer alıyor

alternatif sunuyoruz. Ar-Ge çalışmaları bizim için çok önemli. Fonksiyonellik, dayanıklılık ve kolay temizlenebilme gibi özellikler Ar-Ge çalışmalarımızın odağında yer alıyor. Dayanıklı ve beden sağlığını önemseyerek tasarladığımız ürünlerimiz insanların daha keyifli vakit geçirmelerini sağlayacak işlevsel tasarımlara odaklanıyoruz. Plastik, geri dönüştürülerek tekrar kullanımıyla, renkleriyle, UV katkısıyla, doğaya zarar vermemesiyle çok güzel bir ürün. Bizim de ürün gamımızın çok büyük bir bölümünü oluşturuyor. Yüzde yüz geri dönüşümden ürünler üretmeye başladık. Şu an İngiltere, Fransa ve Avustralya'da yoğun talep görüyoruz. Tüm plastik palet ve aparatlarımızı kendi içimizde yüzde yüz dönüştürmeye devam ediyoruz. Plastik alanında dünyada en çok üretim yapan altıncı ülkeyiz. Firma olarak karbon ayak izi bırakmıyoruz. Elektrik enerjisine yatırım yapmayı planlıyoruz. Araçlarımızı değiştiriyoruz ve elektrikli araçları tercih ediyoruz. Projelere özel çözümleri ülke genelindeki bayi ağımız çözüp anahtar teslim projeler gerçekleştiriyor. Öncelikle belirtmem gerekir ki turizm sektörü bizim için çok değerli bir sektör. Aynı zamanda en çok talep gördüğümüz sektör de diyebiliriz. Horeca'nın satışlarımızdaki payı %70'in üzerinde seyrediyor. Siesta Mobilya olarak dünyaca ünlü pek çok otel ve restoran zincirinde ürünlerimiz tercih ediliyor. Bu alanda özellikle oturma gruplarından sandalye ve masalara, şezlonglardan taburelere pek çok ürünümüzle, bir işletmenin dış mekânda ihtiyaç duyduğu mobilya taleplerine yanıt veriyoruz. Otel ve restoranların dış mekân mobilya seçimlerinde hafiflik, ergonomik tasarım, sıcak, rüzgâr vb. olumsuz hava koşullarına karşı dayanıklılık, şıklık ve konfor, ürünlerin otel konseptini yansıtan bir tasarıma sahip olması, temizlik ve bakımının kolaylığı ve ürünlerin üretiminde kullanılan malzemenin doğa dostu olması gibi özelliklere dikkat edilmeli. Sadece estetik kaygı güdülerek hareket edilmemeli, ürünün dayanıklılığı ve kolay temizliği gibi konular önceliklendirilmelidir. Dünyaca ünlü

birçok tesiste ürünlerimiz tercih edilmekte, Miami'den Paris'e, Paris'ten Antalya'ya, oradan Sidney'e kadar 100 ülkede Siesta ürünlerine rastlayabilirsiniz.

Sektörümüzde, ihracat yapan firmalara daha fazla destek verilip, ithalata karşı devletimizin yerli üreticiyi biraz daha fazla korumasını dilerdim, maalesef Uzak Doğu ürünleri sektörümüzü ele geçirmek için her yolu deniyor

Dış mekan ürünlerin tercih kriterlerinde yatırımcılara ve işletmecilere en önemli tavsiyem, kaliteli ürünleri tercih etmeleri olurdu, daha uygun fiyatlı ürünleri almak belki anlık çözüm gibi düşünülebilir ama uzun vadede kesinlikle tekrar yeni alıma yönlendiriyor otelleri, bu da aynı ürünü kısa sürede iki kere almak anlamına geliyor. Bu sebeple dış mekan mobilyası seçerlerken uzun ömürlü, satış sonrası hizmeti olan, yedek parça garantisi veren firmaları tercih etmeleri yönünde olurdu. Şehir otelleri daha çok masa sandalye talebinde bulunuyorken resort oteller ise çok dayanıklı, sahilde kullanıma uygun şezlong ve oturma gruplarına yöneliyorlar. Dış mekan mobilyalarında son trendler mat yüzeyli ve pastel renkler diyebilirim, canlı ve göz alıcı renkler artık pek tercih edilmiyor, müşterilerimiz zamansız ve her ana uygun mobilya tercih ediyor. Sektörümüzde, ihracat yapan firmalara daha fazla destek verilip, ithalata karşı devletimizin yerli üreticiyi biraz daha fazla korumasını dilerdim, maalesef Uzak Doğu ürünleri sektörümüzü ele geçirmek için her yolu deniyor. Siesta Mobilya olarak 2025 bizim için epey yoğun geçti. Özellikle Amerika, Avrupa Birliği ülkeleri ve Avustralya'da yoğun satışlara sahibiz. İhracat yaptığımız ülkelerde, Amerika başta olmak üzere, birçok büyük zincir oteller ve restoranlarla iş birliği yapıyoruz. Yer aldığımız büyük projelerde dünyaca ünlü pek çok içecek markalarıyla iş birlikleri gerçekleştiriyoruz. Firmalar, restoranlarında ve marka kullanım alanlarında ürünlerimizi tercih ediyor. Projelerimizi daha fazla ülkeye ulaştırarak turizm, kültür-sanat, eğlence sektöründe ürünlerimizle uygun projeleri desteklemeyi hedefliyoruz. 2025'te yaklaşık 4 milyon dolarlık bir yatırım gerçekleştirdik. Son 2 sene içindeki yatırım tutarımız ise 10 milyon dolara ulaşmış durumda. 2026 yılında dünyaca ünlü tasarımcı Karim Rashid iş birliğine başlıyoruz. Teknoloji ve tasarımı birleştirerek yatırımlarımızla birlikte büyümeye devam edeceğiz.





**Beğüm Özbakar / Papatya Mobilya San.
Tic. Ltd. Şti / Yönetici**

Hidromekanik Makine San. ve Tic. A.Ş. olarak 1945 yılından bu yana sanayi sektöründe faaliyet gösteriyoruz. Papatya markamız ise 1988 yılında plastik bahçe mobilyaları üretimiyle doğdu. Bugün plastik enjeksiyon alanındaki yüksek üretim kapasitemizi; metal, ahşap ve tekstil departmanlarımızla entegre bir üretim gücüne dönüştürmüş durumdayız. Sefaköy ve Çerkezköy'de toplam 46.000 m² kapalı alana sahip, ileri teknolojiyle donatılmış tesislerimizde, tamamen yerli sermaye ve güçlü Ar-Ge altyapımızla üretim yapıyoruz. Türkiye genelinde 160'tan fazla noktaya, globalde ise 80'i aşkın ülkeye ulaşan dağıtım ağımla Papatya'yı uluslararası ölçekte güçlü bir marka olarak konumlandırıyoruz. Profesyonel kullanıma yönelik sandalye, masa, şezlong, oturma grupları ve tamamlayıcı aksesuarlar üretiyoruz. Özellikle son yıllarda tasarım odaklı dış mekan koleksiyonlarımızla turizm tesislerinin kafe, restoran, teras ve havuz başı alanlarında aktif olarak yer alıyoruz. Ürünlerimiz; yoğun kullanıma uygun dayanıklılık, ergonomi ve estetik bütünlüğü bir arada sunacak şekilde geliştiriliyor. Ürün portföyümüz standart

Papatya markalı dış mekan koleksiyonlarımız, Türkiye genelinde 160'tan fazla noktaya, globalde ise 80'i aşkın ülkeye ulaşarak, uluslararası ölçekte, tasarım ve kalite gücüyle referans gösterilen bir marka olarak konumlanıyor

koleksiyonlardan oluşmaktadır. Ancak her bir tasarımımız, yalnızca fonksiyonel bir ürün değil; güçlü bir tasarım dili taşıyan, zamansız birer obje niteliğindedir. Tamamen projeye özel üretim ya da anahtar teslim uygulama hizmeti sunmuyoruz. Bununla birlikte, projelere özel renk, ölçü alternatifleri uyarlamalar yapabiliyoruz. Odağımız, yüksek kalite standartlarında geliştirilmiş koleksiyonlarımızı global ölçekte sürdürülebilir bir tasarım anlayışıyla sunmaktır. Turizm ve ağırlama sektörü, Papatya için stratejik öneme sahip bir alan. Tasarım, konfor ve dayanıklılık kriterlerinin en üst düzeyde test edildiği bu segmentte, 35 yılı aşkın deneyimimizle birçok otel, restoran ve kafe ile uzun soluklu iş birlikleri yürütüyoruz. Turizm projelerinde ürünlerimizin tercih edilmesi, markamızın hem kalite algısını hem de uluslararası bilinirliğini güçlendiren önemli bir faktör.

Papatya olarak, dış mekan mobilyasında yalnızca estetik değil; malzeme kalitesi, UV dayanımı, paslanma direnci ve kumaş performansı gibi teknik kriterlerin belirleyici olduğunu; özellikle yoğun kullanıma açık turizm projelerinde uzun ömürlü çözümlerin yatırımın sürdürülebilirliği açısından kritik önem taşıdığını belirtmek isteriz

Dış mekan mobilyasında yalnızca estetik değil; malzeme kalitesi, UV dayanımı, paslanma direnci ve kumaş performansı gibi



teknik kriterler belirleyici olmalıdır. Özellikle yoğun kullanıma açık turizm projelerinde uzun ömürlü çözümler yatırımın sürdürülebilirliği açısından kritik önem taşır. Şehir otellerinde daha rafine, ergonomik ve tekstil ağırlıklı tasarımlar öne çıkarken; resort projelerde iklim koşullarına dayanıklı, hafif ama güçlü konstrüksiyonlar tercih edilmektedir. Güncel trendlerde ise zamansız formlar, doğal tonlar ve iç-dış mekan bütünlüğünü destekleyen bütünsel tasarım yaklaşımları dikkat çekmektedir. Sektörün en önemli sorunları; zorlu iklim koşullarına karşı yeterli dayanıklılığın sağlanamaması, fiyat odaklı rekabet nedeniyle kalite standartlarının düşmesi ve sürdürülebilirlik bilincinin yeterince yaygınlaşmamış olmasıdır. Papatya olarak tasarım ile mühendisliği entegre eden üretim yaklaşımımızla bu sorunlara güçlü çözümler sunuyoruz. Suya dayanıklı kumaşlar, kataforez uygulamalı metal gövdeler ve yüksek kalite kontrol süreçlerimiz sayesinde estetikten ödün vermeden uzun ömürlü ürünler geliştiriyoruz. Dayanıklılığı zamansız tasarım anlayışıyla birleştirerek sektörde güvenilir bir konumda yer alıyoruz. 2025 yılı, küresel tasarım dinamiklerine yön veren yaklaşımımızı daha da güçlendirdiğimiz ve üretim kapasitemizi stratejik biçimde ileri taşıdığımız bir dönem oldu. Trend, tasarım ve inovasyonu yalnızca takip eden değil, belirleyen bir perspektifle ele alarak koleksiyonlarımızı daha sürdürülebilir, daha rafine ve uluslararası ölçekte daha iddialı bir konuma taşıdık. 2026 yılında ise odağımız; zaten güçlü olduğumuz global pazardaki konumumuzu daha da sağlamlaştırmak ve markamızın uluslararası ölçekteki güvenilirliğini pekiştirmek olacak. Papatya bugün birçok coğrafyada kendini kanıtlamış, tasarım ve kalite gücüyle referans gösterilen bir marka konumunda. Önümüzdeki dönemde hedefimiz, bu gücü istikrarlı büyüme, seçici iş birlikleri ve yüksek standartlı üretim anlayışımızla sürdürülebilir biçimde ileri taşımaktır.





Ali Kemal Süt / Bellona Mobilya /
Proje Satışlar Müdürü

1996 yılında Kayseri’de üretim faaliyetlerine başlayan Bellona, bugün Türkiye mobilya sektörünün öncü markalarından biridir. Anadolu Güç Birliği Holding bünyesinde faaliyet gösteren firmamız, 105.191 m² açık ve 187.463 m² kapalı olmak üzere toplam 292.654 m² alanda üretim gerçekleştirmekte ve 2.300’ün üzerinde çalışanıyla faaliyetlerini sürdürmektedir. Yurt içinde 600’ü aşkın mağazaya ulaşan güçlü satış ağıımızın yanı sıra, yurt dışında 57 ülkeye uzanan ihracat faaliyetlerimizi de başarıyla sürdürmekteyiz. Perakende faaliyetlerimizin yanı sıra, turizm sektörüne yönelik proje bazlı üretim ve uygulama hizmetlerimizle otel yatırımlarında çözüm ortağı olarak konumlanıyoruz. Dış mekân kategorisinde bahçe oturma grupları, masa-sandalye takımları ve salıncak koleksiyonlarımızla açık alanlara yönelik çözümler sunuyoruz. Ürünlerimizi estetik, konfor ve dayanıklılık dengesiyle tasarlıyoruz. Turizm projelerinde ise standart koleksiyonlarımızın yanı sıra, projenin konsepti ve bulunduğu bölgenin koşullarına uygun özel ürün çalışmaları gerçekleştiriyoruz. Malzeme ve tasarım detaylarını, ihtiyaca göre planlayarak dış mekân kullanımına uygun çözümler geliştiriyoruz. Önceliğimiz, otel markasının kimliğini yansıtan, yoğun kullanıma uygun ve sürdürülebilir dış mekân çözümleri sunmaktır. Turizm projelerinde standart ürünlerin yanı sıra projeye özel üretim çalışmaları da gerçekleştiriyoruz. Anahtar teslim yaklaşımımız kapsamında bir otelin lobi alanlarından fitness bölümlerinde kullanılan mobilyalarına, misafir odalarından sabit ve hareketli mobilya çözümlerine kadar geniş bir kapsamda hizmet sunuyoruz.



Bellona markamızla, yurt içinde 600’ü aşkın mağazayla, yurt dışında 57 ülkeye uzanan ihracatımızla sektörün öncü firmalarından biri olarak faaliyetlerimizi sürdürüyor, turizm projelerine, otel markasının kimliğini yansıtan, yoğun kullanıma uygun ve sürdürülebilir dış mekân çözümleri sunuyoruz

Tasarım sürecinden üretim ve uygulama koordinasyonuna kadar tüm aşamaları entegre şekilde yönetiyoruz. Dış mekân projelerinde, konsept ve teknik ihtiyaçlara uygun özel ürün geliştirme süreçleri yürüterek otel yatırımlarına özgün çözümler sunuyoruz. Turizm sektörü Bellona için stratejik bir büyüme alanıdır. Otel projeleri hem marka görünürlüğümüzü artırdığımız hem de proje yönetim kabiliyetimizi geliştirdiğimiz özel bir alan olarak konumlanmaktadır. 2025 yılı itibarıyla turizm projelerinin toplam ciromuz içindeki payı yaklaşık %8 seviyesindedir. Önümüzdeki dönemlerde bu oranı artırmayı hedefliyoruz. Farklı ölçeklerdeki resort ve şehir oteli projelerinde, otelin konseptiyle uyumlu şekilde misafir odalarından lobi ve sosyal alanlara kadar geniş bir kapsamda sabit ve hareketli mobilya çözümleri hayata geçirdik. Hem yeni yatırım projelerinde hem de renovasyon süreçlerinde, konsept ile uyumlu üretim ve uygulama koordinasyonunu üstlenerek yatırımcılara bütüncül çözümler sunduk. Turizm projelerindeki temel hedefimiz ise; marka algısını güçlendiren, estetik ve dayanıklılığı dengede tutan ve uzun vadeli performans sunan çözümler geliştirmektir.

Dış mekân mobilya sektöründe en önemli sorunlardan biri, ürün seçiminde uzun vadeli performans yerine kısa vadeli maliyet odaklı kararların ön plana çıkabilmesidir. Turizm tesislerinde yoğun kullanım ve zorlu iklim şartları, ürün kalitesini kritik bir işletme kriteri haline getirmektedir. Bir diğer konu ise standart dışı üretim ve kalite kontrol süreçlerindeki farklılıkların sektörde rekabet dengesini etkilemesidir

Dış mekân mobilyası tercihi en önemli kriter yalnızca tasarım değil, ürünün uzun vadeli performansıdır. Otel işletmecilerine, ilk yatırım maliyetinin yanı sıra dayanıklılık, bakım ihtiyacı ve kullanım ömrünü de değerlendirmelerini öneriyoruz. Şehir otellerinde dış mekân alanları genellikle daha sınırlı ve tasarım odaklı planlanırken; resort otellerde geniş kullanım alanları ve yoğun açık hava etkisi belirleyici olmaktadır. Bu nedenle resort projelerde güneş, nem ve hava koşullarına dayanıklılık ön plana çıkarken, şehir otellerinde estetik bütünlük ve marka kimliğiyle uyum daha belirgin bir önem



taşımaktadır. Son dönemde doğal tonlar, sade ve zamansız tasarımlar, modüler kullanım imkânı sunan ürünler ve iç mekân konforunu dışarı taşıyan yaklaşımlar öne çıkmaktadır. Ayrıca sürdürülebilir malzeme tercihleri ve uzun ömürlü kullanım anlayışı yatırımcıların karar süreçlerinde daha fazla yer bulmaktadır. Dış mekân mobilya sektöründe en önemli sorunlardan biri, ürün seçiminde uzun vadeli performans yerine kısa vadeli maliyet odaklı kararların ön plana çıkabilmesidir. Turizm tesislerinde yoğun kullanım ve zorlu iklim şartları, ürün kalitesini kritik bir işletme kriteri haline getirmektedir. Bir diğer konu ise standart dışı üretim ve kalite kontrol süreçlerindeki farklılıkların sektörde rekabet dengesini etkilemesidir. Özellikle proje bazlı işlerde teknik kriterlerin net biçimde tanımlanması ve kalite standartlarının açık şekilde belirlenmesi büyük önem taşımaktadır. Bu çerçevede ürünlerin tasarım kadar dayanıklılık, bakım kolaylığı ve kullanım ömrü açısından da değerlendirilmesi sektörde sürdürülebilir kaliteyi anlayışını güçlendirecektir. 2025 yılı, proje tarafında daha stratejik ilerlediğimiz bir dönem oldu. Turizm projelerinde hedeflediğimiz büyüme planı doğrultusunda ilerleme kaydettik ve belirlediğimiz performans hedeflerine büyük ölçüde ulaştık. 2026 yılında da turizm ve proje odaklı çalışmalarımızı aynı istikrarlı yaklaşımımızla sürdürmeyi hedefliyoruz. Dış mekân çözümleri de dahil olmak üzere, konsept bazlı ve entegre proje yönetimi anlayışımızı daha da güçlendirerek hizmet kapsamımızı geliştirmeyi planlıyoruz. Önümüzdeki dönemde temel amacımız; turizm sektöründeki iş birliklerimizi artırmak proje portföyümüzü genişletmek ve bu alandaki büyümemizi sürdürülebilir biçimde devam ettirmektir.



KÜVET | DUŞ KABİN | DUŞ TEKNESİ | AKRİLİK YÜZEYLER | KOMPOZİT HAVUZ | LOJİSTİK



**Nihan Dilek / Balliu Endüstriyel Ürünler
San ve Tic. Ltd. Şti. / Sales Manager**

Firmamız 2015 yılında kurulmuş olup, otel ve büyük ölçekli konaklama projelerine yönelik bahçe mobilyaları ve döşeme üretimi gerçekleştirmektedir. Şezlong, masa, sandalye ve oturma grupları başta olmak üzere projeye özel üretimler yapmaktayız. Türkiye’de birçok A plus otelde markamıza ait logolu ürünler aktif olarak kullanılmaktadır. Yıllık üretim kapasitemiz yaklaşık 1.200 set olup, 2025 yılında üretimimizin yaklaşık %85’i Türkiye iç pazarı, %15’i yurt dışı projeleri olarak gerçekleşti. Başta Hırvatistan, Karadağ, Rusya, Azerbaycan, Katar, Özbekistan, Kırgızistan ve Afrika kıtasındaki çeşitli ülkelere ihracat yaptık. Dış mekân mobilyası kapsamında; şezlong, masa, sandalye, koltuk ve oturma grupları başta olmak üzere, kafe ve restoran konseptlerine uygun ürünler, havuz ve plaj alanlarına özel çözümler ile projeye özel tasarım üretimler sunmaktayız. Otel, tatil köyü, beach club, restoran ve sosyal yaşam alanlarına yönelik; dayanıklı, uzun ömürlü ve estetik tasarıma sahip ürünler geliştirmektedir. Ayrıca projelerin konseptine uygun özel ölçü ve özel üretim çözümler de sağlamaktayız. Standart ürün gruplarımızın yanı sıra, gelen talepler doğrultusunda projeye özel üretim gerçekleştirmektedir. Özellikle otel ve büyük ölçekli konaklama projelerinde, konsept ve mimari tasarıma uygun ölçü, renk ve malzeme seçenekleriyle özel üretim



Balliu olarak, turizm sektörüne yönelik, bahçe mobilyaları ve döşeme üretimi alanında, standart ürün gruplarımızın yanı sıra, projeye özel üretim ve anahtar teslim projeler de gerçekleştirmekteyiz

çözümler sunuyoruz. Ayrıca projelendirme aşamasından üretim ve uygulamaya kadar tüm süreci yöneterek anahtar teslim projeler de gerçekleştirmekteyiz. Amacımız, iş ortaklarımıza estetik, dayanıklı ve uzun ömürlü çözümleri tek elden sunmaktır. Turizm sektörü firmamız için ana faaliyet alanı ve en güçlü referans kaynağımızdır. Özellikle A plus otel ve tatil köylerine yönelik gerçekleştirdiğimiz projeler, markamızın sektörde konumlanmasında önemli rol oynamıştır. 2025 yılı itibarıyla toplam cironun yaklaşık %70–75’i turizm sektöründen gelmektedir. Türkiye genelinde birçok prestijli otelin havuz, plaj ve sosyal alan projelerinde yer aldık. Ayrıca Hırvatistan, Karadağ, Rusya, Azerbaycan, Katar ve Orta Asya ülkelerinde gerçekleştirdiğimiz otel projeleri uluslararası alandaki gücümüzü pekiştirmiştir.



Dış mekan mobilyasında otel işletmecilerine tavsiyemiz dayanıklılık, konfor ve estetiği bir arada değerlendirmeleri ve tedarikçisinin ürününün arkasında durduğundan emin olmalarıdır. Satış sonrası hızlı destek, tamir ve tadilat hizmeti sunmak, müşterinin güvenliğini artırıyor ve sektörde sürdürülebilir iş ilişkileri sağlıyor

Otel işletmecilerine tavsiyemiz, dış mekan mobilyasında dayanıklılık, konfor ve estetiği bir arada değerlendirmeleri ve tedarikçisinin ürününün arkasında durduğundan emin olmalarıdır. İlerleyen süreçte yaşanabilecek problemler için hızlı destek, tamir ve tadilat hizmetinin sunulması, ürünün ve markanın güvenilirliğini artırır. Şehir otelleri genellikle kompakt ve fonksiyonel ürünleri tercih



ederken, resort otellerde geniş, konforlu ve dinlendirici tasarımlar öne çıkıyor. Güncel trendler arasında modüler tasarımlar, suya dayanıklı malzemeler, hafif alüminyum yapılar ve çevre dostu üretim yer alıyor. Dış mekan mobilya sektöründe en büyük sorunlar arasında kalitesiz malzeme kullanımı, uzun ömürlü olmayan ürünler ve satış sonrası hizmet eksikliği yer alıyor. Bazı projelerde ürünlerin konsept ve kullanım koşullarına uygun seçilmemesi de problem yaratabiliyor. Bizim çözüm önerimiz, yüksek kaliteli ve dayanıklı malzeme kullanımı, projeye özel tasarım ve üretim ile ürünün arkasında durmak. Satış sonrası hızlı destek, tamir ve tadilat hizmeti sunmak, müşterinin güvenliğini artırıyor ve sektörde sürdürülebilir iş ilişkileri sağlıyor. 2025 yılı firmamız açısından güçlü bir büyüme ve prestij yılı oldu. Hem Türkiye’de hem de uluslararası projelerde önemli iş birlikleri gerçekleştirdik ve hedeflerimizin büyük kısmına ulaştık. Özellikle ihracat pazarlarımızda genişleme sağladık ve turizm sektöründeki varlığımızı güçlendirdik. 2026 yılında hedefimiz, uluslararası pazarlardaki varlığımızı daha da artırmak, ürün portföyümüzü yenilikçi tasarımlar ve çevre dostu malzemelerle genişletmek ve satış sonrası hizmetlerimizle müşteri memnuniyetini en üst düzeye taşımaktır. Ayrıca Türkiye’deki A plus otel projelerinde marka görünürlüğümüzü artırmayı sürdüreceğiz



4. OTEL TEKNİK EKİPMAN VE MALZEMELERİ İHTİSAS FUARI İKLİM 2026 - ULUSAL İKLİMLENDİRME KONGRESİ

10 - 12 ARALIK 2026

NEST CONVENTION CENTER
BELEK / ANTALYA

OTEL ALTYAPISINDA OYUNU DEĞİŞTİREN BULUŞMA!

- TEKNOLOJİ,
- MÜHENDİSLİK,
- SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

www.hoteltechantalya.com

[f](https://www.facebook.com/hoteltechantalya) [i](https://www.instagram.com/hoteltechantalya) /hoteltechantalya

+90 242 999 11 19

PLANT EXPO



TMMOB
Makina
Mühendisleri
Odası





Neslihan Işık / BMS Design Center / CEO

BMS Design Center, 1984 yılında kurulmuş, bugün global ölçekte referanslı premium markaların Türkiye temsilciliğini yürüten bir tasarım ve proje yönetim şirkettir. Üretici kimliğinden ziyade, uluslararası markaların hospitality projelerindeki deneyimini Türkiye'ye taşıyan stratejik bir çözüm ortağıyız. Portföyümüzde yer alan markaların tamamı dünya çapında otel projelerinde kullanılmış, teknik performansı kanıtlanmış ve uzun ömür kriterlerine sahip koleksiyonlar üretmektedir. Bizim rolümüz, bu global bilgi birikimini Türkiye'de doğru projeye, doğru teknik şartname ile entegre etmektir. Dış mekân koleksiyonlarımız; resort otellerin havuz başı alanlarından şehir otellerinin teraslarına kadar geniş bir yelpazeyi kapsar. İtalyan markası Pedrali, yoğun kullanıma uygun alüminyum ve polipropilen sistemleriyle özellikle contract projelerde tercih edilirken; Royal Botania deniz kenarı ve yüksek nem oranına sahip bölgeler için geliştirdiği paslanmaz çelik ve tik ağacı kombinasyonlarıyla öne çıkar. Alias Design minimal ve teknik çizgide, hafif ama dayanıklı sistemler sunarken; Armani Casa ve Poltrona Frau ise üst segment projelerde dış mekânda da marka algısını destekleyen koleksiyonlara sahiptir. Bu markaların ortak noktası; dış mekânı yalnızca estetik bir alan değil, yoğun kullanıma açık bir işletme alanı olarak ele almalarıdır. BMS Design Center olarak, standart koleksiyonların yanı sıra projeye özel ölçü, malzeme ve yüzey adaptasyonları yapabiliyoruz. Ancak dış mekânda özel üretim yalnızca estetik bir farklılık değil; mühendislik gerektirir. Taşıyıcı sistem, paslanmazlık standardı ve UV dayanımı projenin bulunduğu coğrafyaya göre belirlenir. Temsil ettiğimiz markalar uluslararası projelerde mimarlarla birlikte çalışarak özgün çözümler geliştirmiştir. Örneğin Renzo Piano ve Zaha Hadid gibi isimlerle gerçekleştirilen projelerde ürün, mimari konseptin parçası olarak tasarlanmıştır. BMS olarak teknik şartname oluşturulmasından lojistik ve montaj koordinasyonuna kadar

Global ölçekte referanslı premium markaların Türkiye temsilciliğini yürüten bir tasarım ve proje yönetim şirketi olarak, uluslararası markaların hospitality projelerindeki deneyimini, Türkiye'de doğru projeye, doğru teknik şartname ile entegre ediyoruz

süreci bütüncül biçimde yönetiyoruz. Çünkü yatırımcı için güvenilirlik, ürün kadar sürecin doğru yönetilmesidir. Turizm sektörü bizim için marka konumlandırmasının en görünür alanıdır. Hospitality projelerinde seçilen her ürün, tesisin kalite algısını ve uzun vadeli performansını etkiler. Özellikle Poltrona Frau, dünya çapında birçok lüks otel ve prestijli projede tercih edilen bir markadır. Farklı iklim koşullarında ve yoğun kullanıma açık alanlarda test edilmiş koleksiyonlar yatırımcı açısından riskin azalması anlamına gelir. Global referans yalnızca prestij değil; performans kanıtıdır. Türkiye'de de premium segment projelerde, uluslararası standartları uygulamayı öncelikli görüyoruz.

Trendler doğal dokulara ve zamansız tasarımlara yönelse de asıl belirleyici kriter dayanıklılık ve garanti süresidir. Dış mekânda görsel olarak benzer ancak teknik olarak aynı standartta olmayan ürünler pazarda bulunabiliyor. Otel yatırımcısının bu noktada marka güvenilirliği ve sertifikasyon kriterlerine dikkat etmesi gerekir. Uzun vadeli, premium bir otel yatırımı planlanıyorsa; dış mekân seçimi detay değil, temel bir yatırım kararıdır

Dış mekân mobilyası seçiminde ilk bakılması gereken unsur fiyat değil, toplam kullanım ömrüdür. Otel gibi yüksek sirkülasyona sahip yapılarda düşük segment ürünler kısa sürede deformasyon gösterir. Bu durum yalnızca estetik kayıp değil, işletme maliyeti artışı anlamına gelir. Mobilya bir dekorasyon unsuru değil, yatırım kalemidir. Kaliteli ürün, işletme maliyetini düşürür ve renovasyon periyodunu uzatır. Örneğin Royal Botania'nın

deniz kenarına uygun paslanmaz çelik sistemleri ya da Pedrali'nin contract projeler için geliştirdiği UV dayanımlı yüzeyleri, uzun vadeli performans düşünüldükçe tasarlanır. Şehir otellerinde kompakt ve hafif çözümler öne çıkarken, resort projelerde modüler ve geniş oturma sistemleri tercih edilir. Trendler doğal dokulara ve zamansız tasarımlara yönelse de asıl belirleyici kriter dayanıklılık ve garanti süresidir. Dış mekânda görsel olarak benzer ancak teknik olarak aynı standartta olmayan ürünler pazarda bulunabiliyor. Otel yatırımcısının bu noktada marka güvenilirliği ve sertifikasyon kriterlerine dikkat etmesi gerekir. Sektörde en sık karşılaşılan problem, konut için tasarlanmış ürünlerin ticari kullanımda tercih edilmesidir. Oysa hospitality projelerinde ürünler gün içinde onlarca kez kullanılır ve çevresel koşullara sürekli maruz kalır. Bir diğer sorun, kısa vadeli bütçe avantajı sağladığı düşünülen ancak uzun vadede bakım ve yenileme maliyetini artıran tercihlerdir. Çözüm, teknik şartnamelerin net tanımlanması ve garanti sürelerinin detaylı incelenmesidir. 2025 yılı, yatırımcıların sürdürülebilirlik ve uzun ömür konularına daha bilinçli yaklaştığı bir dönem oldu. ESG kriterleri, özellikle uluslararası zincirlerle çalışan projelerde belirleyici hale geldi. 2026 hedefimiz, dış mekân çözümlerini proje tasarım sürecinin daha erken aşamasında konumlandırmak. Çünkü doğru dış mekân kararı, yalnızca estetik değil; operasyonel verimlilik ve marka değeri açısından stratejik bir karardır. Uzun vadeli, premium bir otel yatırımı planlanıyorsa; dış mekân seçimi detay değil, temel bir yatırım kararıdır.





Ahmet Demirci / CEKA – Çeka Tasarım
Mobilya Tekst. San. ve Tic. A.Ş. /
Dış Ticaret Yöneticisi

Ceka, İzmir Türkiye merkezli bir bahçe ve dış mekan mobilyaları üreticisi ve ihracatçısıdır. Kuruluşundan bu yana otel, resort, beach club, cafe, restaurant, bar, lüks villalar, siteler ve ayrıca özel projelere yönelik yüksek dayanımlı endüstriyel ve ticari kullanıma uygun dış mekan mobilyaları üretimi gerçekleştirmektedir. Firmamız 2015 yılında faaliyete başlamış olup, bugün toplam 4000 m² kapalı üretim alanında, modern makineleri ve uzman kadrosuyla üretim yapmaktadır. Üretim sürecinde metal ya da ahşap ürünlerin işlenmesi, boyanması, döşemelerin üretilmesi ve ürünlerdeki iplerin örülmesi dahil tüm işlemler işletmemizin bünyesinde entegre bir yapıda sürdürülmektedir. Ceka, bu sayede hem turizm sektöründeki hem de diğer sektörlerdeki firmalar için bir mobilya çözüm ortağıdır. Ceka olarak firmamız 2025 yılında Kanada, Almanya, Rusya, Moldova, Slovakya, Hırvatistan, Romanya, Karadağ, Yunanistan, Gürcistan, Irak, KKTC ve Tanzanya olmak üzere toplam 13 ülkeye ihracat gerçekleştirmiştir. Bunun yanında şirketimiz 2025 yılında yurt içinde de birçok değerli proje tamamlamıştır. Orta-üst ve üst segmente hitap eden dış mekan mobilyalarımız 4 mevsim kullanımına uygun olarak tasarlanmıştır. Ürünlerimiz UV dayanımı yüksek malzemeler, alüminyum gövde sistemleri ve doğal ahşap uygulamaları ile uzun ömürlü ve ticari kullanıma uygun çözümler sunmaktadır. Ceka, turizm sektörünün yüksek sirkülasyonlu kullanım şartlarına uygun, dayanıklı ve proje bazlı üretim yaklaşımıyla faaliyetlerini sürdürmektedir. Ceka olarak turizm ve konaklama sektörüne yönelik geniş bir dış mekan mobilya koleksiyonu sunmaktayız. Ürün gruplarımız; oturma grupları, masa ve sandalye koleksiyonları, bar masası ve bar tabureleri, şezlong, daybed ve salıncak modelleri, sehpa grupları, şemsiye sistemleri ve tamamlayıcı dış mekan ürünlerinden oluşmaktadır. Standart koleksiyonlarımızın yanı sıra, projeye özel tasarım ve üretim hizmeti de sunmaktayız. Turizm sektöründe her projenin kendi konsepti, mimari dili ve marka kimliği bulunduğu bilinciyle, ölçü, malzeme, renk ve tasarım detaylarında

Ceka olarak, turizm sektörünün, yüksek sirkülasyonlu kullanım şartlarına uygun, dayanıklı ve proje bazlı üretim yaklaşımımızla, geniş bir dış mekan mobilya koleksiyonu sunmakta, 13 ülkeye ihracat gerçekleştirmekteyiz

özelikle yapabilmekteyiz. Turizm sektörü Ceka için stratejik ve uzmanlaşmış bir üretim alanını ifade etmektedir. Dış mekan mobilyalarının en yoğun ve zorlu kullanım koşullarına maruz kaldığı sektörlerden biri olması nedeniyle, kalite, dayanıklılık ve uzun ömür kriterleri üretim yaklaşımımızın temelini oluşturmaktadır. Toplam ciromuzun yaklaşık %90'lık bölümü turizm ve konaklama projelerinden oluşmaktadır. Hem yurt içinde hem de yurt dışında; otel, resort ve beach konseptli projelerde aktif olarak yer almaktayız. Özellikle 2025 yılında Green Nature Sarıgerme Hotel & Resort 5 yıldızlı hotel projemizde 100 çeşit ürün ve 7600 parça dış mekan mobilya ürünlerinin üretimini Ceka olarak firmamız gerçekleştirmiştir. Bunun yanında Hırvatistan'daki Meneghetti Wine Hotel & Winery beach projesini de firmamız başarıyla tamamlamıştır. Ayrıca, bu projeler Ceka olarak firmamızın yönetsel ve operasyonel olarak gücünü, yeteneğini ve kabiliyetini de kanıtlamıştır.

Dış mekan mobilya sektörünün en önemli sorunları; hammadde fiyatlarındaki dalgalanmalar ve fiyat odaklı rekabet nedeniyle kalite algısının zaman zaman ikinci plana düşmesidir. Özellikle turizm projelerinde düşük maliyetli ancak dayanıklılığı yetersiz ürün tercihleri, uzun vadede işletmeler için daha yüksek yenileme maliyetlerine yol açabilmektedir. Son yıllarda yurt dışından yapılan satın almaların artması da sektör açısından dikkat çeken bir diğer konudur

Otel yatırımcı ve işletmecilerine dış mekan mobilyası seçiminde estetikte beraber dayanıklılık, bakım kolaylığı ve uzun vadeli maliyet performansını değerlendirmelerini tavsiye ederiz. Turizm sektöründe ürünler yoğun kullanıma maruz kaldığından, paslanmaya karşı dirençli konstrüksiyon, UV dayanımı yüksek malzemeler ve değiştirilebilir parça yapısı büyük önem taşımaktadır. Şehir otellerinde daha kompakt, fonksiyonel ve modern tasarımlar tercih edilirken; resort ve tatil konseptli projelerde konfor odaklı, geniş oturumlu, bakımı kolay ve doğal dokuların öne çıktığı ürünler talep edilmektedir. Son dönemde ise doğal ahşap detaylar, nötr renk paletleri, sağlam alüminyum yapılar ve sürdürülebilir malzeme kullanımı dış mekan mobilyalarında öne çıkan trendler arasında yer almaktadır. Dış mekan mobilya sektörünün en önemli sorunları; hammadde fiyatlarındaki dalgalanmalar ve fiyat odaklı rekabet nedeniyle kalite algısının



zaman zaman ikinci plana düşmesidir. Özellikle turizm projelerinde düşük maliyetli ancak dayanıklılığı yetersiz ürün tercihleri, uzun vadede işletmeler için daha yüksek yenileme maliyetlerine yol açabilmektedir. Son yıllarda yurt dışından yapılan satın almaların artması da sektör açısından dikkat çeken bir diğer konudur. İlk yatırım maliyeti daha düşük görünen ithal ürünler, teslim süresi, yedek parça temini, servis desteği ve garanti süreçlerinde operasyonel zorluklar yaratabilmektedir. Bu durum hem proje sürekliliğini hem de işletmelerin uzun vadeli maliyet planlamasını etkileyebilmektedir. Çözüm noktasında ise sürdürülebilir üretim planlaması, kalite standartlarının korunması ve yatırımcıların toplam sahip olma maliyeti yaklaşımıyla karar vermesi önemlidir. Uzun ömürlü, bakım kolaylığı sağlayan ve ticari kullanıma uygun ürünlerin tercih edilmesi hem işletme maliyetlerini düşürmekte hem de marka imajını korumaktadır. 2025 yılı Ceka açısından hem ihracat pazarlarının genişlediği hem de yurt içi turizm projelerinde aktif rol aldığımız bir yıl olmuştur. Özellikle farklı coğrafyalara açılarak toplam 13 ülkeye ihracat gerçekleştirmemiz, markamızın uluslararası bilinirliğini artırma hedefiyle örtüşmektedir. Yurt içinde ise nitelikli turizm projelerinde yer alarak proje üretim kabiliyetimizi güçlendirdik. Genel olarak 2025 yılı, sürdürülebilir büyüme hedeflerimiz doğrultusunda planladığımız çerçevede ilerlemiştir. 2026 yılında ise ihracat pazarlarımızı çeşitlendirmeyi, turizm sektöründeki proje payımızı artırmayı ve koleksiyonlarımızı tasarımı ve dayanıklılık açısından daha da geliştirmeyi hedefliyoruz. Operasyonel verimlilik ve marka konumlandırmasına odaklanarak hem yurt içinde hem de uluslararası pazarda daha güçlü bir konuma ulaşmayı amaçlıyoruz.



Kaan Ali Samantır / L'unica Bahçe Mobilyaları / Yönetim Kurulu Üyesi

2005 yılından itibaren bahçe sektöründe faaliyet göstermekteyiz. Mobilya ithalatı ve ithal ettiğimiz mobilyaların minder üretimini yapmaktayız. Dünyadaki belli başlı dış mekân mobilya üreticileri aracılığı ile modellerimizi yurt dışında üretip, Türkiye'de L'unica markası olarak satmaktayız. Dış mekan mobilyaları, dış mekan aydınlatma, dış mekan halı, dış mekan ısıtma ve şemsiye olmak üzere dış mekan ile ilgili pek çok ürün grubumuz bulunmaktadır. Belirli termin süreleri olması

Dünyadaki belli başlı dış mekân mobilya üreticileri aracılığı ile modellerimizi yurt dışında üretip, Türkiye'de L'unica markasıyla sektörün hizmetine sunmaktayız

durumunda özel üretim sağlayabiliyoruz. Genelde kendi koleksiyonumuzdan ürünler ile projeleri gerçekleştiriyoruz. Firmamız özel butik projeler yapmaktadır. Vip alan, lounge alanların dekorasyonlarında tercih ediliyor. Bodrum G Beyond, Antalya Xanadu yaptığımız projelerden birkaçıdır. Tasarım odaklı, kaliteli ürünler müşterilere hizmet ve vizyon hakkında mesaj vermek için çok önemli araçlardır. Farklılaşmanın temel objelerinden biri otellere konulan mobilyalar diyebiliriz. Farklı konaklama deneyimi için insanlar tercihte bulunabilmektedir. Barınma veya deneyim isteyen müşterilere ulaşmak için, dizayn ve kaliteli mobilya tercihleri faydalı olacaktır. Dış mekan mobilya sektöründe, nitelikli maldan çok fiyat odaklı yaklaşım sebebiyle hercai ürün çoktur. Yanlış malzeme tercihleri ile zarar görmüş ürün ve müşterinin mağdur olması olağan bir durumdur. Nitelikli üretim



anlayışına geçmemiz gerekmektedir. Ucuz değil, faydalı ve kreatif tasarımlar artmalıdır. 2025 yılı firmamız bazında beklendiği gibi geçmiş olup, hedeflerimize ulaştık. 2026 yılında da yavaş bir yukarı ivmelenme olmasını bekliyoruz.



Ruhan Baykan Özdilek / Demteks Tekstil / İ.T.Ü Tekstil Mühendisi'90 - CEO

Demteks firması kurucusu Ruhan Baykan Özdilek 1990 yılında ev tekstili sektörüne sektörün devi Zorlu Holding ile profesyonel olarak girmiş ve 2007 yılında da kendi şirketini kurarak devam etmiştir. Halen yurt içi yurt dışı projelerde anahtar teslim perde ve yatak örtüsü, yastıklar, tekstil malzemeleri ile hazırlanan özel art workler, outdoor indoor döşemelikler, özel ebat ve model halılar gibi birçok konuda sektöre öncülükle hizmet etmektedir. 2019 yılında Türkiye'de ilk outdoor kumaşını geliştiren firmayız. Avrupa standartlarında bir kartelamız var. Markamız SOSAR'ı, gururla müşterilerimize sunuyoruz. En önemli özelliğimiz, kişiye özel her türlü ürünü üretebilmemiz. Projelerde de

Türkiye'de ilk outdoor kumaşını geliştiren firma olarak, kişiye özel her türlü ürünü üretebiliyor; projelerde de yurt içi ve yurt dışı anahtar teslim olarak faaliyet gösteriyoruz

yurt içi ve yurt dışı anahtar teslim en önemli işlevimizdir. Hilton, Ritz Carlton, Four Seasons, Jumeriah Mina Assala gibi birçok marka projede emeğimiz mevcut. Otel işletmeleri, outdoorda, gerçekten UV koruması iplikten sağlanan ürünleri projelerde kullanırlarsa, çok daha uzun yıllar renovasyon yapmak durumunda kalmayacaktır. Renkler ve dokular her otelin konseptine ve designerin öngörüsüne göre oluşmakta; bizim tabii ki bu noktada designerda katkımız çok oluyor. Ancak istenilen her türlü desen, doku ve rengi düşük metrajlarda dahi hizmete sunabilmek de ayrıcalığımız. Dış mobilya sektörünün henüz marka değerini hak ettiği noktaya taşıyamadığını düşünüyorum; haliyle daha ticari ürünlere ağırlık veriliyor. Tasarımlar yapılsa uluslararası alanda sözü edilir olabiliriz. 2025 yılını değerlendirecek olursak genel anlamıyla biz her zaman durumumuza şükrederiz, özelliğimizdir bu. Tabii ki sektör ve Türkiye ve hatta dünya yaşadığımız son 50 yılın en tuhaf ekonomik dönüşüm savaşını veriyor ve bu bütün sektörleri, para piyasalarını, pazarı etkiliyor. Ancak

bu durumda dahi ümitli olmak gerekiyor. Sektörün durumuna göre üzülme vahlanmak yerine neler yapabilirizi araştırıyoruz; bunun yanında harcamalarımızı da minimize ediyoruz.



Turoops

Otel Yönetimi

Otel Tedarik ve Entegrasyon Sistemi

Tur Operasyon Sistemi

Tur Maliyet ve Pazarlama Yönetimi

B2B Alt Acente Sistemi

Acente ve Personel Yönetimi

Uçak Bileti Satış Sistemi

SMS Entegrasyonu

XML ve Data Blokları Entegrasyonu

Satış Ciro ve Müşteri Verileri Yönetimi

Sanal Pos ve Ödeme Sistemleri Entegrasyonu

Özgün Tasarım / SEO / Teknik Destek / Eğitim



turizm acente
ürün satış ve yönetim sistemi



Adil Doruk / Elite Sandalye / Yönetici

Elite Sandalye olarak, 2015 yılında İstanbul'da kurulan ve tamamen yerli üretim yapan bir mobilya firmasıyız. Tuzla'da bulunan 8.000 m²'lik modern üretim tesisimiz ve 2.000 m² Modoko / Ümraniye showroomumuzla, iç ve dış mekân mobilyalarında geniş bir ürün yelpazesi sunuyoruz. Yıllık 182.500 adet tüm hareketli mobilya üretim kapasitesine sahibiz ve ürünlerimizin yaklaşık %50'sini ihraç ediyoruz. Tasarım, üretim ve AR-GE süreçlerinin tamamını kendi bünyemizde yöneterek hızlı, esnek ve kaliteli çözümler üretiyoruz. İhracatımız, %50 oranındadır. Ürün portföyümüz; metal alüminyum sandalyeler, dış mekan masalar ve koltuklar, dış mekân oturma grupları, dış mekan bar sandalyeleri, berjerler, şezlonglar ve özel tasarlanan dış mekana uygun hareketli mobilyalardan ayrıca restoran sandalyeleri, lobi oturma alanları, café-lounge çözümleri, havuz başı ve teras ürünlerinden oluşuyor. Standart üretimini gerçekleştirdiğimiz ürünlerin yanı sıra, projeye özel tasarım ve üretim hizmeti de sunmaktayız. İhtiyaca yönelik özel projelerde, detaylı Ar-Ge çalışmaları yaparak hem teknik uygunluğu hem de müşteri memnuniyetini ön planda tutarak üretim sürecini yürütüyoruz. Tasarım aşamasından üretime ve uygulamaya kadar tüm süreci titizlikle yönetiyor, birçok projemizi anahtar teslim olarak başarıyla tamamlıyoruz. Turizm sektörü firmamız için stratejik öneme sahiptir. Toplam ciromuzun yaklaşık %40'ı turizm ve horeca projelerinden

Elite Sandalye olarak, tasarım, üretim ve Ar-Ge süreçlerinin tamamını kendi bünyemizde yöneterek, iç ve dış mekân mobilyalarında, hızlı, esnek ve kaliteli çözümler üretiyor, yüzde 50 oranında ihracat gerçekleştiriyoruz

oluşmaktadır. Özellikle otel, restoran ve resort projelerinde aktif olarak yer alıyoruz. Yurt içi ve yurt dışında birçok projeyi anahtar teslim olarak tamamladık. Turizm projelerinde dayanıklılık, estetik ve uzun ömürlü kullanım önceliğimizdir. Projeye özel tasarım ve üretim kabiliyetimizle markalara katma değer sağlıyoruz.

Dış mekân mobilya sektöründe en önemli sorunların; yoğun kullanıma bağlı deformasyon, zorlu iklim koşullarına karşı yetersiz dayanım ve artan maliyetler olduğunu görüyoruz. Ayrıca trend odaklı ancak uzun ömürlü olmayan ürünler yatırımcı için sürdürülebilir olmuyor. Çözüm olarak; paslanmaya dayanıklı alüminyum konstrüksiyon, UV dayanımlı mesh ve kumaş kullanımı, güçlü kalite kontrol ve zamansız tasarım anlayışını öneriyoruz. Dayanıklılık ve estetiği dengeli sunmak, sektörün en kritik ihtiyacıdır

Elite Sandalye olarak, dış mekân mobilyası seçiminde yatırımcılara dayanıklılık, zamansız tasarım ve yoğun kullanıma uygunluk kriterlerini önceliklendirmelerini öneriyoruz. Şehir otellerinde minimal tasarımlar öne çıkarken, resort otellerde konforlu ve iklim şartlarına dayanıklı ürünler tercih ediliyor. Son dönemde ise ipli tasarımlar yerine metal ve özellikle alüminyum ürünlere dönüş dikkat çekiyor. Hafif, dayanıklı ve sade çizgiler trendlerin merkezinde yer alıyor. Dış mekân mobilya sektöründe en önemli sorunların; yoğun kullanıma bağlı deformasyon, zorlu iklim koşullarına karşı



yetersiz dayanım ve artan maliyetler olduğunu görüyoruz. Ayrıca trend odaklı ancak uzun ömürlü olmayan ürünler yatırımcı için sürdürülebilir olmuyor. Çözüm olarak; paslanmaya dayanıklı alüminyum konstrüksiyon, UV dayanımlı mesh ve kumaş kullanımı, güçlü kalite kontrol ve zamansız tasarım anlayışını öneriyoruz. Dayanıklılık ve estetiği dengeli sunmak, sektörün en kritik ihtiyacıdır. Elite Sandalye olarak, 2025 yılını hem üretim kapasitemizi hem de ihracat ağıımızı güçlendirdiğimiz bir büyüme yılı olarak değerlendiriyoruz. Turizm ve horeca projelerinde artan taleple birlikte, özellikle proje bazlı ve özelleştirilebilir ürün grubumuzda hedeflerimize büyük ölçüde ulaştık. Operasyonel verimlilik ve kalite standardizasyonu konularında da önemli adımlar attık. 2026 yılı için ise hedefimiz; ihracat pazarlarımızı daha da genişletmek, sürdürülebilir ve uzun ömürlü malzeme kullanımını artırmak ve şehir ile resort projelerine özel koleksiyonlarımızı güçlendirmek. Ayrıca tasarım dili daha zamansız, teknik olarak daha güçlü ve yüksek adetli projelere daha hızlı cevap verebilen bir üretim yapısını önceliklendiriyoruz. Özetle, 2026'da odağımız; sürdürülebilir büyüme, güçlü proje iş birlikleri ve global pazarda daha görünür bir marka olmaktır.

Öztiryakiler, sektörde yine zirvede ihracat lideri

Endüstriyel mutfak sektörünün global temsilcilerinden Öztiryakiler, İDDMİB tarafından 2010 yılından bu yana düzenlenen "İhracatın Metalik Yıldızları" ödülleriyle 15. kez birincilik elde ederek ihracattaki başarısını ve sektör liderliğini koruyarak marka olarak gücünü ve büyüklüğünü bir kez daha ortaya koydu. İstanbul Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği (İDDMİB) tarafından düzenlenen "2025 İhracatın Metalik Yıldızları" ödül töreni geçtiğimiz günlerde gerçekleştirildi. Sektörün en prestijli organizasyonları arasında yer alan törende, ihracat performanslarıyla öne çıkan firmalar ödüllendirildi. Öztiryakiler, önceki yıllarda

olduğu gibi bu yıl da "Endüstriyel Mutfak Ürünleri" kategorisinde birincilik ödülünün sahibi olarak lider konumunu korudu. Şirket, söz konusu organizasyonda toplamda 15 kez birincilik elde ederek sektördeki liderliğini, istikrarlı büyümesini ve ihracat gücünü bir kez daha tescillemiş oldu. Türk markası olarak endüstriyel mutfak sektörünü global ölçekte başarıyla temsil eden Öztiryakiler, Ozti markasıyla köklü tecrübesi, yüksek kalite anlayışı ve güçlü üretim altyapısıyla 5 kıtada 130'dan fazla ülkede profesyonel mutfak projelerini A'dan Z'ye yerli üretim gücüyle tasarlıyor, üretiyor ve kurulumunu gerçekleştiriyor. Ülkelerin yasal



mevzuatlarına ve teknik gereksinimlerine sağladığı yüksek uyum sayesinde ihracat satışlarını istikrarlı bir şekilde artırmaya devam ediyor. Öztiryakiler, üretim gücü, mühendislik yetkinliği ve küresel vizyonuyla Türkiye'nin ihracat yıldızları arasında yer almaya ve ülke ekonomisine katma değer sağlamaya kararlılıkla devam ediyor.

Dijital dünyanın kalbi hiç durmasın diye: Data Center'larda Daikin güvencesi

Dijitalleşmenin kalbinde yer alan data center'lar, görünmeyen ama kritik bir altyapının parçası olarak hayatımızın her anına dokunuyor. Bulut hizmetlerinden yapay zeka uygulamalarına, bankacılık işlemlerinden kesintisiz dijital iletişime kadar her şey, dünya genelindeki varsayılan yaklaşık 12 bin data center'ın 7/24 aralıksız çalışmasıyla mümkün oluyor. Ancak bu devasa ve kesintisiz veri akışı, büyük bir enerji tüketimini ve ciddi bir ısınma problemini de beraberinde getiriyor. Tam bu noktada, iklimlendirme sektöründeki 100 yılı aşkın köklü tecrübesiyle Daikin, yüksek teknolojiye sahip ve çevreci iklimlendirme ürünleriyle data center'ların soğutmasında yeni standartlar belirliyor. Data center'larda yaşanabilecek ani sıcaklık dalgalanmaları veya yetersiz hava akışı, donanım arızalarına ve şirketler için geri döndürülemez veri kayıplarına yol açabiliyor. Dondurucu soğuklardan kavurucu sıcaklara kadar her türlü hava şartında sistemlerin ideal sıcaklıkta kalması hayati önem taşıyor. Daikin'in data center'lara özel geliştirdiği hava soğutmalı chiller sistemleri, -30°C ila +55°C arasındaki en zorlu ortam sıcaklıklarında bile güvenle çalışarak dünyanın dört bir yanında kesintisiz soğutma performansı sunuyor. Yer tasarrufu sağlayan kompakt yapısı ve free cooling desteği sayesinde, kurulum alanı

kısıtlı tesislerde bile yüksek verimlilikle hizmet verebiliyor. Gelişmiş Daikin On Site platformu ise tesislerin 7/24 gerçek zamanlı izlenmesine olanak tanıyıp, arıza önleyici bakım stratejileriyle olası riskleri daha doğmadan ortadan kaldırıyor. Daikin'in data center'lara yönelik çözüm yaklaşımı, yalnızca cihaz tedarik etmeye değil; tüm sistemi bir bütün olarak en verimli ve güvenilir şekilde çalıştırmaya odaklanıyor. Free Cooling özellikli hava soğutmalı soğutma grupları, yüksek verimli fan ve hassas kontrol üniteleri ile yapay zekâ destekli akıllı yönetim sistemi birlikte çalışarak data center'larda kesintisiz, stabil ve enerji verimli bir iklimlendirme altyapısı oluşturuyor. Gelişmiş kompresör teknolojileri sayesinde sistem her koşulda dengeli performans sunarken; hassas hava akışı ve sıcaklık kontrolü ile sunucular için ideal çalışma ortamı sağlanıyor. Ölçeklenebilir yapısı sayesinde farklı büyüklükteki data center'lara kolayca uyum sağlayan sistem, büyüyen ihtiyaçlara esnek çözümler sunuyor. Tüm yapı, yapay zekâ destekli kontrol sistemi üzerinden anlık olarak izleniyor ve en verimli çalışma senaryosu otomatik olarak devreye alınıyor. Böylece işletmeler hem enerji tasarrufu sağlıyor hem de operasyonel güvenliği üst seviyeye taşıyor. Geleceğin dünyasını koruma



vizyonu da hareket eden Daikin, döngüsel ekonomi girişimi L∞P by Daikin ile soğutucu gazların geri kazanımını sağlayarak her yıl 400 ton yeni gaz üretiminin önüne geçiyor ve karbon salımını yıllık 3.590 ton azaltarak çevresel etkileri minimuma indiriyor. Küçük donanım odalarından devasa boyutlardaki data center'lara kadar her ölçekteki tesise kusursuz uyum sağlayan Daikin çözümleri, alan tasarrufu sağlayan kompakt yapıları ve kolay genişletilebilir tasarımlarıyla geleceğin ihtiyaçlarına bugünden yanıt veriyor. Mevsimler değişse de veri akışının asla durmaması gerektiği bilinciyle hareket eden Daikin, bütüncül, çevreci ve yüksek güvenilirliğe sahip teknolojileriyle dijital dünyanın kalbini güvenle soğutmaya devam ediyor.

Fuar ve kongre yönetiminde dijital altyapı öne çıkıyor



Fuar, kongre ve seminer organizasyonlarında dijital kayıt ve katılımcı yönetimi, Elektraweb Fuar Otomasyon Sistemi ile bulut tabanlı ve bütünleşik bir yapıya kavuşuyor. Bulut tabanlı altyapısıyla öne çıkan Elektraweb Fuar Otomasyon Sistemi, Google bulut sunucuları üzerinde etkinlik adına açılan özel veri tabanı üzerinden çalışıyor. Donanım ve lisans maliyeti gerektirmeyen bu yapı sayesinde organizatörler, sistemi diledikleri yerden ve farklı cihazlar üzerinden kolaylıkla kullanabiliyor. Katılımcı verilerine güvenli şekilde erişilirken, bu veriler ihtiyaç duyulan farklı yazılımlara da hızlıca aktarılabilir. Sistem, katılımcıların etkinliğe kayıt anından itibaren sürece aktif şekilde dahil olmasını sağlıyor. Etkinliğin

web sitesinde yer alan özel bağlantı ya da alandaki QR kodlar aracılığıyla saniyeler içinde kayıt yapılabilir. Kayıt sonrasında dijital giriş kartı otomatik olarak e-posta yoluyla iletilirken, katılımcılar isterlerse fiziksel karta ihtiyaç duymadan bu dijital kart ile etkinliğe giriş yapabiliyor. Görevliler ise mobil uygulama üzerinden kartları cep telefonlarıyla okutarak hızlı ve kesintisiz giriş kontrolü sağlayabiliyor. Elektraweb Fuar Otomasyon Sistemi, yalnızca kayıt ve giriş süreçlerini değil, etkinlik içi etkileşimi de kapsıyor. Yaka kartlarında yer alan QR kodlar sayesinde katılımcılar birbirlerinin iletişim bilgilerini doğrudan telefon rehberlerine ekleyebilir, kartlar aynı zamanda dijital kartvizit işlevi görüyor. Mobil uygulama

üzerinden program akışı, duyurular ve organizasyon bilgileri paylaşılrken, dijital randevu altyapısı ile birebir görüşmeler planlanabiliyor. Elektraweb CEO'su Kemal Oral, "Geliştirdiğimiz Fuar Kongre ve Seminer Dijital Kayıt Sistemi, organizatörlerin kayıt, giriş ve katılımcı etkileşimini tek platformdan yönetmesine imkân tanıyor. Bulut tabanlı Elektraweb Fuar Otomasyon Sistemi, katılımcı kayıtlarından mobil uygulama kullanımına kadar tüm süreci dijitalleştirerek organizasyonlara operasyonel kolaylık sağlıyor. Elektraweb Fuar Otomasyon Sistemi'ni, 1. Uluslararası İçmimarlar Kongresi ve Sergisi'nde dijital kayıt ve mobil uygulama hizmetlerinde aktif olarak kullandık. Bu tür etkinliklerde organizasyonun temposuna ayak uyduran, veriyi anlık yöneten ve katılımcı deneyimini sadeleştiren dijital çözümler artık bir tercih değil, gereklilik." şeklinde konuştu. Fuar ve kongre organizasyonlarında süreçleri hızlandırmayı, maliyetleri azaltmayı ve katılımcı deneyimini güçlendirmeyi hedefleyen Elektraweb Fuar Kongre ve Seminer Dijital Kayıt Sistemi, dijitalleşmenin etkinlik yönetimindeki karşılığını somut uygulamalarla ortaya koyuyor.

TR Invest Sun City'nin 2. Projesinde de Mitsubishi Heavy Industries Klimalar Tercih Edildi

Antalya'nın Döşemealtı ilçesinde hayata geçirilen TR Invest Sun City projesinin ardından, Sun City 2 projesi de Japon teknolojisine sahip yüksek verimli Form MHI (Mitsubishi Heavy Industries) klima sistemleri tarafından iklimlendirildi. İki projede de kullanılan Form MHI (Mitsubishi Heavy Industries) multi split klima sistemleri, dört mevsim boyunca ferah ve konforlu yaşam alanları sağlayacak. TR Invest Sun City ile Form MHI Klima Sistemleri arasındaki iş birliği, ilk projede elde edilen kullanıcı memnuniyetinin ardından Sun City 2 projesiyle devam etti. Markaya ve teknolojiye duyulan güven, iki projede de Mitsubishi Heavy Industries çözümlerinin tercih edilmesinde belirleyici oldu. Yatay mimarisi, çağdaş tasarımı ve geniş sosyal alanlarıyla dikkat çeken TR Invest Sun City'nin devam projesi olan Sun City 2'nin iklimlendirme altyapısında, farklı mekânsal ihtiyaçlara uyum sağlayan Mitsubishi

Heavy Industries'in multi split klima çözümleri kullanıldı. Her dairenin iç mekân özelliklerine uygun şekilde uygulanan multi split sistemler, yüksek performans, enerji verimliliği ve sessiz çalışma özellikleriyle modern konut projeleri için ideal bir iç ortam konforu sunuyor. Sun City 2 projesinde, her dairenin konumuna ve büyüklüğüne göre özel olarak planlanan iklimlendirme altyapısında toplam 462 adet multi split dış ünite ve 974 adet iç ünite kullanıldı. Form Şirketler Grubu tarafından üretilen Mitsubishi Heavy Industries'in yüksek verimliliğe sahip sistem kombinasyonları, 1+1 ve 2+1 daire tiplerinin metrekarelerine, kullanım yoğunluklarına ve iç mekân özelliklerine göre optimize edildi. Böylece projenin tamamında hem konfor hem de enerji tasarrufu sağlanmış oldu. Sun City 2 projesinde tercih edilen Form MHI (Mitsubishi Heavy Industries) multi split sistemler, teknik performans ile mimari estetiği bir araya



getirerek yaşam alanlarında bütüncül bir konfor deneyimi sağlıyor. Kompakt yapıları sayesinde daire tasarımlarına uyumlu şekilde konumlandırılan bu sistemler, geniş salonlar, gün ışığı alan yaşam alanları ve fonksiyonel iç mekân kurgusuyla doğal bir bütünlük oluşturuyor. Gelişmiş hava akışı teknolojisiyle kullanıcı konforunu artıran sistemler, doğrudan temas etmeyen doğal bir hava dolaşımı sunarak iç ortam kalitesini yükseltiyor. Sessiz çalışma özelliğine sahip iç üniteler, sakinler için huzurlu bir ortam yaratırken; düşük enerji tüketimi sayesinde hem bireysel kullanıcılar hem de proje yönetimi açısından verimli ve sürdürülebilir bir işletme süreci sağlıyor.

Günsan'dan elektrik tesisatlarında kapsamlı koruma sağlayan çözümler



Kar, yağmur, fırtına ve yıldırım gibi doğa olaylarının gerçekleştiği kış mevsiminde, elektrik tesisatlarında oluşabilecek risklere karşı doğru ürün seçimi büyük önem taşıyor. Günsan Elektrik, geliştirdiği güvenlik odaklı ürünleriyle hem kullanıcıları hem de elektrikli cihazları koruma altına alarak güvenli bir elektrik altyapısına katkı sunuyor. Hem alternatif akım hem de doğru akım bileşenlerini algılayabilen A Tipi Kaçak Akım

Koruma Anahtarı, tesisatta meydana gelen kaçakları hızlı şekilde tespit ederek tehlike durumunda enerjiyi kesiyor. Bu sayede elektrik çarpması ve yangın gibi risklerin önüne geçilmesine yardımcı oluyor. Yüksek akım taşıma kapasitesiyle tesisat güvenliğini destekleyen ürün, iki kutuplu yapısıyla tek fazlı sistemlerde etkin kullanım sağlıyor. Sağlam malzeme yapısı sayesinde darbeler ve elektriksel dalgalanmalara karşı uzun süreli dayanım sunuyor. Yalnızca AC akımlara karşı çalışan AC Tip Kaçak Akım Koruma Anahtarı ise ani akım artışları ve kısa devre gibi durumlarda devreyi otomatik olarak kapatarak kullanıcıyı ve bağlı ekipmanları koruyor. Dayanıklı gövde yapısı sayesinde dış etkenlere karşı direnç gösteren ürün hem iç mekânlarda hem de uygun dış ortamlarda güvenle kullanılabilir. Sayaç sonrasında konumlandırılmak üzere tasarlanan Parafıdr, yıldırım kaynaklı darbeler ve şebekeden

gelen ani gerilim yükselmelerine karşı tesisatı koruma altına alıyor. Aşırı gerilimleri topraklama hattına yönlendirerek elektrik tesisatının ve bağlı cihazların zarar görmesini engelliyor. Özellikle panolarda kritik bir koruma noktası oluşturan parafıdr, elektronik ekipmanların ömrünün uzamasına katkı sağlıyor ve arıza ihtimalini düşürüyor. Esnek yapısı ve pratik kullanım özellikleriyle öne çıkan Günsan Elektrik bantları da kabloların izolasyonu, bağlantı noktalarının korunması ve düzenlenmesi gibi birçok uygulamada güvenilir çözümler sunuyor. Taşınabilir ve kompakt formu sayesinde her ortamda kolaylıkla kullanılabilen bantlar, farklı renk seçenekleriyle işaretleme ve gruplandırma işlemlerini de destekliyor. Siyah, beyaz, mavi, kırmızı, sarı, yeşil, gri ve sarı-yeşil renk alternatifleri; izolasyon, nötr kablo belirleme, topraklama işareti ve bağlantı güvenliği gibi farklı ihtiyaçlara cevap veriyor.

BEDGEAR ürünleri İşbir Yatak güvencesiyle yılın ilk çeyreğinde Türkiye'de

İşbir Yatak, Türkiye'de uyku kalitesini üst düzeye çıkaracak yeni bir stratejik ortaklığa imzasını attı. Bu kapsamda Türkiye pazarında güçlü üretim altyapısı, bilim temelli yaklaşımı ve yaygın perakende ağıyla sektörde referans kabul edilen İşbir Yatak'ın vizyonunu destekleyen global bir marka olan BEDGEAR, stratejik iş birliği kapsamında Türkiye pazarına giriş yapıyor. İşbir Yatak'ın Türkiye'de uyku sağlığı konusunda akla gelen ilk ve en köklü markalardan olduğunu söyleyen İşbir Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ediz Köklü, "Visco başta olmak üzere pek çok stratejik malzemeyi kendi bünyemizde geliştiriyor,

fiziksel rahatsızlıklara yönelik çözümlerimizle hem tüketicilerin hem de sağlık profesyonellerinin güvenini kazanıyoruz. Şimdi de sahip olduğumuz güçlü altyapıyı global ölçekte tamamlayan ve vizyonumuzla örtüşen BEDGEAR ile stratejik bir ortaklığa başladık. Bu iş birliği, İşbir Yatak'ın yıllardır benimsediği kalite, üretim ve güven anlayışının, global ölçekte güçlü bir marka ile aynı noktada buluşması anlamı taşıyor. BEDGEAR'ı, İşbir Yatak'ın premium, bilim temelli ve deneyim odaklı uyku yaklaşımını destekleyen ve zenginleştiren bir global çözüm ortağı olarak konumlandırıyoruz" dedi.



Heyecan verici bir adım attıklarını söyleyen BEDGEAR Kurucusu ve CEO'su Eugene Alletto ise, "BEDGEAR'ın teknolojisi ve inovasyonunu, İşbir Yatak'ın perakende uzmanlığıyla bir araya getirerek Türk tüketicilerin ihtiyaçlarına özel, gerçekten benzersiz bir uyku deneyimi sunuyoruz" dedi.

Legrand Türkiye Grubu, sürdürülebilir yaşam alanları için akıllı teknolojiler geliştiriyor

Artan enerji maliyetleri, karbon salınımını azaltma hedefleri ve sürdürülebilirlik bilincinin yükselmesi hem bireysel kullanıcıları hem de kurumları enerji tasarrufu sağlayan akıllı sistemlere yönlendiriyor. Türkiye’de enerji verimliliği, akıllı binalar ve sürdürülebilir enerji çözümleri her geçen gün daha fazla önem kazanırken enerji verimliliğine yönelik teşvikler, sanayi sektöründe dijitalleşmenin hızlanması ve yenilenebilir enerji yatırımları bu dönüşümü destekliyor. Akıllı bina otomasyonları, enerji izleme ve yönetim sistemleri ile elektrikli araç şarj istasyonları gibi teknolojiler giderek daha yaygın hale geliyor. Bu dönüşümün aktif bir parçası olan Legrand Türkiye Grubu, güvenli, dayanıklı, sürdürülebilir ve enerji verimliliği sağlayan sistemlerin artık tartışılmaz bir zorunluluk olduğu bilinciyle elektrikli altyapı, akıllı bina ve güvenlik çözümleri geliştiriyor. Yüksek kaliteli ve dayanıklı modüler koruma ürünleri, yapıların güvenliğini artıran kritik bileşenler arasında yer alıyor. Bu yaklaşım, Legrand Türkiye Grubu’nun 2025–2027 Kurumsal Sosyal Sorumluluk yol haritası kapsamında belirlediği somut ve ölçülebilir sürdürülebilirlik taahhütleriyle destekleniyor. Enerji kalitesi ve enerji verimliliğini artıran çözümler konutlardan ticari yapılara, endüstriden

veri merkezlerine kadar geniş bir kullanım alanına sahip. Konutlarda zaman saatleri, ev otomasyon sistemleri, aydınlatma yönetimi ve sensörler, ticari binalar ve endüstride ise aydınlatma yönetimi sistemleri, düşük kayıplı yeşil transformatörler, enerji analizörleri ve elektrikli araç şarj istasyonları enerji kullanımının daha verimli ve kaliteli hale gelmesine katkı sağlıyor. Bticino markası altında sunulan Living Now with Netatmo akıllı anahtar-priz serisi sayesinde kullanıcılar evlerindeki elektrik tüketimini uzaktan izleyip kontrol edebiliyor. Cihazların ne kadar enerji tükettiğini görebilerek daha bilinçli tüketim alışkanlıkları geliştirebiliyor. Enerji verimliliği ve karbon ayak izinin azaltılması, günümüzde yalnızca çevre politikalarının değil, aynı zamanda ticari başarının da ayrılmaz bir parçası olarak öne çıkıyor. Bu doğrultuda Legrand Türkiye Grubu, tasarım ve üretim süreçlerinde sürdürülebilirliği önceliklendiriyor. Ürün geliştirme süreçlerinde eko-tasarım ilkelerini benimseyen Legrand Türkiye Grubu, yeniden tasarlanan ve yeni geliştirilen ürün ailelerinin %50’sinin Legrand eko-tasarım endeksi kriterlerine uygun hale getirilmesini hedefliyor. Bu yaklaşımın somut örneklerinden biri Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı onaylı Türkiye Ar-Ge



Merkezi tarafından tasarlanan ve Pelitli fabrikasında üretilen, güneş enerjisiyle şarj olabilen Estia Hybrid UPS çözümü olarak öne çıkıyor. Yenilenebilir enerji kaynaklarını kullanan bu ürün, sürdürülebilirlik hedefleri doğrultusunda atılan önemli adımlardan biri olarak dikkat çekiyor. Aynı zamanda 2027 yılına kadar grup genelinde üretilen ürünlerin %37’sinde sürdürülebilir malzeme kullanımına ulaşılması hedeflenirken, ambalaj alanında yürütülen dönüşümle ürünlerde kullanılan birincil plastik ambalajların %80’inin ortadan kaldırılması amaçlanıyor. Önümüzdeki dönemde Legrand Türkiye Grubu, bina otomasyonu, akıllı enerji yönetimi sistemleri ve yenilenebilir enerji çözümlerine odaklanmayı sürdürüyor. Yapay zekâ ve IoT destekli akıllı sistemlerle geliştirilen çözümler, bireysel kullanıcıların ve işletmelerin enerji tüketimlerini daha verimli yönetmelerine katkı sağlıyor. Legrand Türkiye Grubu, yenilikçi yaklaşımıyla Türkiye’nin sürdürülebilirlik hedeflerini desteklemeye devam ediyor.



Neşe Büyükkalender / Meeting ID Global Danışmanlık

Meeting ID olarak, ulusal ve global alandaki tüm kurumların sürdürülebilir başarıya ulaşmalarına katkı sunan öncü bir gelişim partneri olarak konumlanıyoruz

Meeting ID Global Danışmanlık olarak vizyonumuz, ulusal ve uluslararası ölçekte faaliyet gösteren kurumların; insan, süreç ve sistem bütünlüğünü güçlendirerek, sürdürülebilir başarıya ulaşmalarına katkı sağlamaktır

Meeting ID, kurumların günlük operasyonlarında karşılaştığı olan, sahada çalışan ve sürdürülebilir yönetim yapıları kurmasına odaklanan bir danışmanlık, eğitim ve koçluk markasıdır. Gıda üretim ve dağıtım, gıda ile temas eden malzeme ve ambalaj üretimi ve dağıtım, gıda depolama, turizm ve yeme içme sektörlerine yönelik; kalite anlayışı, süreç tasarımı, üretim, hizmet ve enerji verimliliği, ekip yapılanması ve liderlik gelişimi alanlarında çalışıyoruz. Yaklaşımımız, hazır modeller sunmak yerine kurumun mevcut kapasitesini, kültürünü ve hedeflerini esas alan çözümler geliştirmektir. Meeting ID olarak, yöneticiler ve ekiplerle birlikte çalışarak karar alma, uygulama ve takip disiplini güçlendirip kalıcı ve ölçülebilir gelişim sağlıyoruz. Sektörde 21 yıllık deneyimimizle kurumların ihtiyaçlarına yönelik özgün çözümler sunuyoruz. Turizm, üretim, perakende, B2B satış, kalite, Ar&Ge, fabrika kurulumu, kapasite artışı, bakım onarım yönetimi, enerji ve su verimliliği, helal gıda, gıda mevzuatına uyum, GFSI (brcgs, ifs, fssc22000), kurumsallaşma, süreç tasarımı, tedarikçi ve bayi yapılanması

& denetimi, liderlik gelişimi, takım kültürü ve aidiyet konularında danışmanlık, eğitim, belgelendirme ve koçluk kapsamında faaliyet gösteriyoruz.

Meeting ID Global Danışmanlık olarak,

- Sürdürülebilirlik kapsamında ISO 50001 Enerji Yönetim Sistemi, ISO 46001 Su Verimliliği Yönetim Sistemi, ISO14046 Su Ayak izi Hesaplama konularında eğitim, danışmanlık ve belgelendirme.
- Gıda Güvenliği kapsamında BRC, FSSC22000, IFS, ISO 22000, HELAL Gıda, HACCP Sistemleri konusunda eğitim, danışmanlık, belgelendirme.
- Kalite Yönetim Sistemi kapsamında ISO 9001 KYS, ISO 10002 Müşteri Memnuniyeti Yönetim Sistemi, ISO 19011 İç Denetim konularında eğitim, danışmanlık ve belgelendirme.
- Liderlik gelişim programı kapsamında koçluk bakış açısıyla tasarlanmış yönetsel beceri, motivasyon, takım kültürü ve iletişim geliştirme atölye ve eğitimleri.
- Kurumsallaşma kapsamında süreç

yönetim danışmanlığı (Ar-Ge, satış, kalite, tedarik zinciri..) faaliyetlerini gerçekleştirmektedir.

Meeting ID Global Danışmanlık olarak bu süreçte;

- Kurumsal yapının geliştirilmesi, yönetim sistemleri, süreç analizi ve kalite standartlarında etkin danışmanlık çözümleri sunuyoruz,
- Liderlik, iletişim ve performans alanlarında koçluk temelli gelişim programları sunuyoruz,
- Tüm hizmetlerimizde, kurumların stratejik hedefleriyle çalışan potansiyelini hızlandırarak ölçülebilir, sürdürülebilir ve kültüre entegre gelişim sonuçları ürettiyoruz,
- Her işbirliğinde insan davranışlarını anlamak, sistemleri optimize etmek ve kurum kültürünü güçlendirmek arasında denge kurarak, kurumların hem kalite hem liderlik anlamında kendi üst versiyonlarına ulaşmalarını sağlıyoruz.

Mardin Şehir Hastanesi yüksek verimli iklimlendirme altyapısı için Form Endüstri Ürünleri'ni seçti



Mardin Artuklu Üniversitesi yerleşkesinde, 260 bin metrekarelik alanda inşa edilen ve 750 yatak kapasitesiyle bölgenin en büyük sağlık yatırımlarından biri olan Mardin Şehir Hastanesi'nin soğutma altyapısında, Form Endüstri Ürünleri'nin yüksek kapasiteli Clivet çözümleri kullanıldı. Projede toplam 4 adet WCHT-CN 1300.1 ED Inverter Direct-Drive santrifüj chiller yer alırken, sistemin toplam kapasitesi 4.500 kW olarak tasarlandı. Yüksek kapasiteli bir sağlık tesisinin yıl boyunca kesintisiz, güvenilir ve düşük enerji maliyetli iklimlendirme ihtiyacına cevap veren bu yapı, hastanenin operasyonel sürdürülebilirliğini destekleyen kritik bir unsur olarak konumlanıyor. Bünyesinde 264 poliklinik, 226 yoğun bakım yatağı, 28 ameliyathane ve 382 hasta odası bulunan Mardin Şehir Hastanesi, iklimlendirme sistemlerinde yüksek kapasite ve maksimum verimlilik gerektiriyor. Bu ihtiyaç doğrultusunda tercih edilen Clivet santrifüj chillerler, özellikle büyük hacimli sağlık yapılarında uzun süreli ve stabil çalışma performansı sunmasıyla öne çıkıyor. Yüksek kapasiteyi kompakt bir

çözümle bir araya getiren sistem, düşük kalkış akımı sayesinde elektrik altyapısı üzerinde ek yük oluşturmada güvenli bir işletme sağlıyor. Clivet WCHT-CN 1300.1 ED modeli, inverter kontrollü VFD teknolojisi ile 2 kademeli santrifüj kompresör yapısını bir arada kullanarak, santrifüj chillerlerin çalışma ömrünün büyük bölümünü oluşturduğu kısmi yük koşullarında çok yüksek verimlilik sunuyor. Santrifüj chiller sistemlerinin çalışma ömürlerinin yüzde 80'inden fazlasını tam yük yerine kısmi yükte çalışarak geçirdiği düşünüldüğünde, bu yaklaşım enerji tüketimini ciddi ölçüde düşüren bir avantaj yaratıyor. Böylece sistem, yüksek kapasiteli bir tesiste yıl boyunca en düşük kWh/ton maliyetini sağlayan çözümlerden biri haline geliyor. VFD'li 2 kademeli santrifüj kompresör yapısı, yük değişimlerine anlık ve hassas yanıt vererek gereksiz enerji tüketiminin önüne geçiyor. Bu yaklaşım, işletme maliyetlerinin düşürülmesini sağlarken sistemin uzun yıllar boyunca stabil ve güvenilir performansla çalışmasına katkı sunuyor. AHRI 550/590 sertifikasına sahip olan chillerler, uluslararası standartlarda verimlilik ve performans değerlerini karşılayan bir altyapı sunduğunu da belgeliyor. Mardin Şehir Hastanesi'nde tercih edilen Clivet santrifüj chiller sistemi, sessiz çalışma karakteriyle sağlık yapıları için kritik olan akustik konforu da destekliyor. Aynı zamanda düşük işletme maliyeti, uzun ömürlü komponent yapısı ve yüksek sistem stabilitesi sayesinde yatırımın toplam yaşam döngüsü maliyetini optimize ediyor. Yüksek kapasiteyi düşük enerji tüketimiyle birleştiren bu yapı, hastane gibi 7/24 çalışan tesislerde ekonomik ve çevresel açıdan sürdürülebilir bir çözüm sunuyor. Form'un mühendislik uzmanlığı ve Clivet teknolojisiyle hayata geçirilen bu proje, Mardin Şehir Hastanesi gibi büyük ölçekli ve yoğun kullanım gerektiren sağlık tesislerinde, yüksek verimli iklimlendirme altyapısının nasıl kurgulanabileceğine dair güçlü bir referans niteliği taşıyor. Clivet santrifüj chiller çözümleri, yüksek kapasite, enerji verimliliği ve işletme güvenliğini entegre bir çözümde bir araya getiren mühendislik yaklaşımıyla öne çıkıyor.

HotelRunner, Expedia Group'un en yüksek statüsü olan elite ünvani için seçildi

Lider konaklama ve seyahat teknolojileri şirketi HotelRunner, Expedia Group tarafından 2026 yılı için Elite Bağlantı İş Ortağı olarak seçildi. Elite seviyesi; teknik performans, güvenilirlik ve iş ortaklarına sağlanan değer açısından Expedia Group'un en yüksek standartlarını karşılayan sınırlı sayıdaki teknoloji sağlayıcısına verilmekte. Bu ünvan, HotelRunner'ın Expedia Group'un küresel pazar yerinde tutarlı fiyat ve müsaitlik doğruluğu, kesintisiz entegrasyonlar ve operasyonel verimlilik sunduğunu gösteriyor. Elite ünvanı, oteller için onların günlük operasyonel performansını doğrudan etkileyen somut avantajlar sunuyor. Elite bağlantı; gerçek zamanlı senkronizasyonu desteklemek, dağıtım hatalarını azaltmak ve rezervasyon dönüşümünü güçlendirmek üzere tasarlandı. Pratikte bu, daha az manuel müdahale, envanter doğruluğuna dair daha yüksek güven ve Expedia Group kanalları genelinde iyileştirilmiş performans anlamına geliyor. HotelRunner iş ortakları bu avantajlardan doğrudan faydalaniyor. Sembolik bir ünvandan öte olarak, Elite statüsü, otellerin dünyanın en

büyük seyahat pazar yerlerinden birinde talebi nasıl yönettiğini, rezervasyona nasıl dönüştürdüğünü ve gelirini nasıl artırdığını doğrudan etkileyen ölçülebilir bir teknik mükemmeliyeti ifade ediyor. Dünya genelinde 533 iş ortağı arasında yalnızca 17'sine verilen Elite ünvanı, yıl boyunca ölçülen performans verilerine dayanıyor. 2025 yılında platform, ağındaki binlerce tesis için yıllık bazda %24 net rezervasyon değeri artışı sağlarken; %99,9 Müsaitlik & Fiyat API'si başarı oranı, %99,5 Rezervasyon API'si başarı oranı ve Ürün, Değerlendirme ile Mesajlaşma API'lerinde %100 başarı oranı gibi neredeyse kusursuz teknik standartları korudu. Ayrıca, gerekli tüm temel ve CPP API'lerinde tam sertifikasyon elde edildi. Bu prestijli ünvan, Expedia Group platformunda üstün teknik yetkinlik, yüksek performans ve iş ortaklarına sağlanan değer ile öne çıkan en başarılı bağlantı sağlayıcılarına veriliyor. HotelRunner konaklama iş ortaklarına gelişmiş bağlantı çözümleri, sorunsuz sistem performansı ve ölçülebilir büyüme sunma konusundaki kararlılığını bir kez daha ortaya koydu. Bu başarı, iş ortaklarının



200'den fazla küresel seyahat sitesine ve 70.000 dağıtım iş ortağına erişerek daha fazla gezgine ulaşmalarını ve daha fazla rezervasyon elde etmelerini mümkün kılıyor. Bu ünvan, HotelRunner'ın gelişmiş bağlantı altyapısına, kesintisiz sistem güvenilirliğine ve konaklama iş ortakları için ölçeklenebilir büyümeye olan sürekli bağlılığını yansıtıyor. Gerçek zamanlı bağlantı ve otomasyon odaklı mimariyle güçlendirilen, Expedia Group ile doğrudan ve gelişmiş entegrasyon sayesinde HotelRunner; tesislerin görünürlüğünü artırmaya, operasyonlarını sadeleştirmesine ve dünyanın en büyük seyahat pazar yerlerinden birinde yer alan 200'den fazla küresel seyahat sitesi ve 70.000 dağıtım ortağı genelinde sürdürülebilir gelir büyümesi elde etmesine olanak tanıyor.



**Ramazan Bağışlarınızla
Fitre ve Zekatlarınızla
ÖNCE
ÇOCUKLAR
İYİLEŞSİN**



0312 447 06 60



Hitit'ten 30'uncu yıla özel faaliyet raporuyla global başarı

Hitit, 30'uncu yılına özel hazırladığı 2024 Faaliyet Raporu ile LACP Vision Awards'ta teknoloji/yazılım kategorisinde birincilik elde etti. Şirket, 100 şirketin yer aldığı dünya genel sıralamasında ise ikinci oldu. Havacılık ve seyahat teknolojileri alanında küresel ölçekte çözümler sunan Hitit, 30'uncu yılına özel hazırladığı 2024 Faaliyet Raporuyla, dünyanın saygın iletişim ve raporlama platformlarından biri olan League of American Communications Professionals (LACP) tarafından düzenlenen Vision Awards'ta önemli bir başarıya imza attı. Hitit, teknoloji/yazılım kategorisinde birincilik elde ederken, 100 şirketin yer aldığı dünya genel sıralamasında ise ikinci oldu. Uluslararası ölçekte şirketlerin faaliyet ve kurumsal raporlarını mesaj netliği, anlatım dili, yaratıcılık ve paydaşlara aktarım gibi kriterler üzerinden değerlendiren LACP Vision Awards, alanında prestijli bir referans noktası olarak kabul ediliyor. Rezervasyon ve biletleme süreçlerinin teknolojiyle yeni

tanıştığı bir dönemde, iki vizyoner kadın girişimci tarafından kurulan Hitit; bugün 6 kıtada onlarca havayolunun operasyonlarını destekleyen küresel bir havacılık teknolojileri şirketi konumunda bulunuyor. 30'uncu yıl temasıyla hazırlanan faaliyet raporu, bu dönüşüm yolculuğunu "mükemmel senkronizasyon" kavramı etrafında ele alıyor. Rapor, rezervasyon sistemlerinden sadakat programlarına, ödeme altyapılarından havayolu perakendeciliğine uzanan geniş teknoloji ekosistemini bütüncül bir anlatımla sunuyor. Yaklaşık 500 kişilik uzman ekibiyle faaliyet gösteren Hitit, raporunda yalnızca teknolojik yetkinliklerini değil, iş ortaklarıyla kurduğu uzun soluklu ilişkileri, insan odağını merkeze alan yaklaşımını ve yolcu deneyimini iyileştirmeye yönelik çözümlerini de öne çıkarıyor. Raporda kullanılan anlatım dili ve yapı, şirketin farklı coğrafyalarda eş zamanlı ve uyum içinde çalışan operasyonel yapısını yansıtacak şekilde kurgulanıyor.



Hitit Genel Müdürü Nevra Onursal Karaağaç, ödülle ilişkin değerlendirmesinde şunları söyledi: "30'uncu yılımıza özel hazırladığımız faaliyet raporumuzun uluslararası ölçekte saygın bir platformda takdir görmesi bizim için son derece değerli. Sektörümüzde birinci, dünya genelinde ise ikinci sırada yer almamız, yalnızca raporlama yaklaşımımızın değil, insan odağını merkeze alan çevik ve inovatif iş yapış biçimimizin de güçlü bir yansıması. Önümüzdeki dönemde de iş ortaklarımızla kurduğumuz bu güçlü uyumu, küresel havacılığın geleceğini şekillendiren çözümlerle sürdürmeyi hedefliyoruz."

LG'den Therma V™ R32 Monoblok S ısı pompası



LG Electronics (LG), enerji verimliliği ve sürdürülebilirlik odağında geliştirdiği iklimlendirme çözümlerini, Therma V™ R32 Monoblok S hava kaynaklı ısı pompası ile bir kez daha ortaya koyuyor. LG Therma V™ R32 Monoblok S, tüm hidronik bileşenleri tek bir dış üniteye toplayan monoblok yapısıyla kolay kurulum ve operasyonel verimlilik sunuyor. İç ünite gerektirmeyen kompakt tasarımı sayesinde montaj süreci sadeleşirken, sistem güvenliği ve alan tasarrufu önemli ölçüde artıyor.

Üründe kullanılan R32 soğutucu akışkan, daha düşük küresel ısınma potansiyeli (GWP) ile çevresel etkiyi azaltırken, yüksek enerji verimliliği sağlıyor. LG'nin gelişmiş kompresör teknolojisi sayesinde Therma V™ R32 Monoblok S, -25°C'ye kadar düşük dış ortam sıcaklıklarında dahi güvenilir ısıtma performansı sunabiliyor. Bu özellik, özellikle sert iklim koşullarına sahip bölgelerde sistemin sürdürülebilir ve kesintisiz çalışmasını mümkün kılıyor. Yüksek sezonsal verimlilik değerleriyle A+++ enerji sınıfına kadar ulaşabilen sistem, işletme maliyetlerini optimize ederken karbon ayak izinin azaltılmasına katkı sağlıyor.

Protel, yapay zekâ tabanlı misafir iletişimi çözümü Heyhotel AI'yi sektörün kullanımına sundu



2025 yılında Türkiye'nin turizm geliri bir önceki yıla göre yüzde 6,8 artarak 65,2 milyar dolara ulaşırken konaklama ve yeme-içme sektörünün de bu büyümeye paralel şekilde dijital teknolojilerle desteklenmesi büyük önem taşıyor. Otel ve restoranlar için uçtan uca yönetim sistemleri geliştiren Protel de sektördeki bu ihtiyacı dikkate alarak yapay zekâ tabanlı misafir iletişimi çözümü Heyhotel AI ile stratejik iş birliği yaptı. Protel ve Heyhotel AI'nin iş ortaklarının kullanımına sunduğu sistem; otel ve restoranlarda misafirle temasın başladığı ilk andan sürecin sonuçlanmasına kadar iletişimi 35'ten fazla dilde, 7/24 ve çok kanallı olarak yönetebilen entegre bir operasyon katmanı sağlıyor. Heyhotel AI; telefon, WhatsApp, Telegram gibi web tabanlı sohbet ve mobil uygulama üzerinden gelen talepleri tek merkezde toplayabiliyor. Sesli ve yazılı yapay

zekâ ajanları sayesinde misafir taleplerine anında yanıt verirken; rezervasyon, temizlik, teknik servis ve restoran süreçlerini doğru departmana yönlendiriyor ve tamamlanana kadar bu süreçleri takip ediyor. İletişim kanalları üzerinden taleplerin %90'ını insan müdahalesi olmadan sonuçlandırabilen sistem, işletmelerin operasyonel yükünü hafifletirken, yanıt hızındaki artışla rezervasyon kaçırma oranlarını da en aza indiriyor. OPERA Cloud, MICROS Symphony Cloud, Oracle Hospitality Suite 8, Barboon, Check and Place ve diğer PMS/CRS sistemleriyle entegre çalışabilen çözüm; çağrı trafiği, mesaj yoğunluğu, departman iş yükü ve memnuniyet verilerini gerçek zamanlı olarak izlenebilir hale getiriyor. Protel Holding Yönetim Kurulu Başkanı Metin Arghan, "Günümüzde konaklama sektöründe misafirle temas artık tek bir kanal üzerinden ilerlemiyor. Telefon, mesajlaşma uygulamaları, web ve mobil kanallar üzerinden eş zamanlı ve yoğun bir iletişim akışı var. Bu yapı, operasyonel yükü artırırken yanıt hızını gelir ve memnuniyetle ilişkilendiriyor. Protel olarak 36 yıllık deneyimimizle, sektörün bu gelişmeleri dikkate alarak operasyon modellerini dönüştürmesi gerektiği gerçeğinden hareket ederek Heyhotel AI'yi portföyümüze dahil

ettik. Bu sayede iş ortaklarımızın misafir iletişimini daha entegre, ölçülebilir ve sürdürülebilir bir yapıya kavuşturmasına yardımcı olmayı amaçlıyoruz. Hedefimiz, 2026 yılı sonuna kadar yaklaşık 500 işletmeyi bu teknolojiyle buluşturarak sektörün dijital gücünü artırmak" dedi.

Dağıtık iletişimden entegre operasyon modeline geçiş

Heyhotel AI Kurucu Ortağı ve CEO'su Ahmet Göker ise konaklama sektöründe misafir iletişiminin parçalı bir yapıda ilerlediğini belirterek şunları söyledi: "Rezervasyon öncesi sorulardan oda servisi ve teknik destek taleplerine, restoran ve spa rezervasyonlarından konaklama sonrası iletişime kadar tüm temas noktalarını sesli ve yazılı olarak tek bir platform üzerinden yönetiyoruz. Heyhotel AI ile misafirleri karşılamamızın da ötesine geçerek süreci yöneten ve sonuçlandıran bir yapı sunuyoruz. Heyhotel AI, gelen çağrı veya mesajı analiz eder, işletmenin kurallarına göre uygun seçenekleri oluşturur ve süreci rezervasyon ya da tamamlanmış bir hizmetle sonuçlandırır. Bu yapı, mevcut otel yönetim sistemleri ve merkezi rezervasyon sistemleri ile entegre çalışır."

Türkiye kruvaziyerde 3 milyon yolcuya odaklandı

Türkiye kruvaziyer turizmi, son yıllarda yakaladığı büyüme ivmesini 2026 sezonunda yeni bir eşiğe taşımaya hazırlanıyor. 2025 yılında kruvaziyer yolcu sayısının 2,1 milyonun üzerine çıkarak son 12 yılın en yüksek seviyesine ulaşması, Türkiye limanlarının uluslararası kruvaziyer rotalarındaki stratejik konumunu daha da güçlendirdi. Artan mega kruvaziyer gemi trafiği, genişleyen rota planlamaları ve uluslararası operatörlerin Türkiye limanlarına artan ilgisi, sektörün büyüme potansiyelini destekleyen temel unsurlar arasında yer alıyor. Camelot Maritime Yönetim Kurulu Başkanı Kaptan Emrah Yılmaz Çavuşoğlu, mevcut talep eğilimi ve kapasite artışı doğrultusunda, 2026 yılında kruvaziyer yolcu sayısının 3 milyon seviyesine yaklaşmasının mümkün olduğunu belirtiyor. Kruvaziyer turizmi, liman şehirlerinde yarattığı ekonomik hareketlilik, yüksek harcama potansiyeline sahip turist profili ve artan uluslararası talep ile Türkiye turizminin stratejik büyüme alanları arasında yer alıyor. 2026 yılında kruvaziyer turizmde büyümenin devam etmesi beklenirken, liman altyapılarının güçlendirilmesi, sürdürülebilir denizcilik uygulamalarının yaygınlaştırılması ve uluslararası tanıtım faaliyetlerinin artırılması sektörün rekabet gücü açısından kritik başlıklar arasında gösteriliyor. Türkiye, coğrafi konumu, tersane altyapısı ve destinasyon çeşitliliği ile Doğu Akdeniz ve Karadeniz kruvaziyer rotalarında bölgesel merkez olma potansiyelini artırırken, 2026 yılının sektör açısından büyümenin yanı sıra dönüşüm yılı olması öngörülüyor. Kruvaziyer turizmde son yıllarda yalnızca yolcu sayısına odaklanan büyüme yaklaşımının yerini, daha yüksek harcama potansiyeline sahip yolcu profilinin aldığı görülüyor. Kruvaziyer

operatörlerinin destinasyon deneyimine odaklanan tur paketleri ve şehir içi deneyim programları, liman şehirlerinde turizm gelirlerinin daha dengeli dağılmasına katkı sağlıyor. Yeni dönemde kruvaziyer turizminin, destinasyonla temas eden ve şehir ekonomisi ile daha güçlü entegrasyon sağlayan bir modele doğru evrildiği dikkat çekiyor. Camelot Maritime Yönetim Kurulu Başkanı Kaptan Emrah Yılmaz Çavuşoğlu, yeni döneme ilişkin değerlendirmesinde, "Kruvaziyer turizmde artık sadece yolcu sayısı değil, yolcunun bıraktığı ekonomik değer de önem taşıyor. Destinasyon deneyimi güçlü olan, şehir ekonomisi ile temas eden ve sürdürülebilir turizm yaklaşımına uyumlu yolcu profili yeni dönemin belirleyici unsuru olacak." dedi. 2026 yılının kruvaziyer turizmi açısından büyümenin yanı sıra kalite dönüşümü, sürdürülebilirlik ve altyapı yatırımlarının hızlandığı bir dönem olması bekleniyor. Kamu-özel sektör iş birliklerinin güçlenmesi ve uluslararası tanıtım faaliyetlerinin artırılması, Türkiye'nin kruvaziyer turizmdeki konumunu daha da yukarı taşıyabilecek başlıklar arasında yer alıyor. Kaptan Emrah Yılmaz Çavuşoğlu, "2026 yılı kruvaziyer turizmi açısından sadece büyüme değil, dönüşüm yılı olacak. Doğru yatırımlar ve güçlü iş birlikleri ile Türkiye kruvaziyer turizmde küresel ölçekte daha üst bir konuma ulaşacaktır." dedi. 2026'da kruvaziyer sektörünün karşı karşıya olduğu kritik başlıklar gündemdeki yerini korurken, Çavuşoğlu da sektörün önündeki temel sorunlara dikkat çekerek kruvaziyer turizminin sürdürülebilir büyümesi için çözüm bekleyen başlıkları bir kez daha gündeme taşıdı. Artan gemi boyutları ve sefer sayıları, liman altyapılarının modernizasyonunu zorunlu hale getiriyor. Özellikle ana liman



(homeport) operasyonlarının artırılması, Türkiye'nin kruvaziyer turizmdeki rekabet gücünü doğrudan etkileyen başlıklar arasında yer alıyor. Kaptan Emrah Yılmaz Çavuşoğlu, "Kruvaziyer turizminin sürdürülebilir büyümesi için liman altyapılarının modernizasyonu kritik önem taşıyor. Homeport operasyonlarının artması Türkiye'nin kruvaziyer turizmdeki konumunu daha da güçlendirecektir." ifadelerini kullandı. Küresel kruvaziyer turizmde karbon emisyonlarının azaltılması, limanlarda elektrik altyapısının yaygınlaştırılması ve çevre dostu operasyon modelleri sektörün öncelikli gündem maddeleri arasında yer alıyor. Çavuşoğlu, "Kruvaziyer turizminin geleceği sürdürülebilir denizcilik uygulamalarından geçiyor. Limanlarda elektrik kullanımının yaygınlaşması ve çevreci operasyon modellerinin artması sektörün küresel rekabet gücü açısından önemli." dedi. Kruvaziyer turizminin küresel ölçekte büyümesi, destinasyonlar arasındaki rekabeti de artırıyor. Uluslararası tanıtım çalışmaları ve destinasyon markalaşması, kruvaziyer turizmde sürdürülebilir büyümenin temel unsurları arasında yer alıyor. Çavuşoğlu, "Türkiye'nin kruvaziyer turizmde güçlü tanıtım stratejileri ile uluslararası pazarlarda daha görünür olması gerekiyor. Doğru tanıtım ve doğru yatırım stratejileri ile Türkiye kruvaziyer turizmde çok daha güçlü bir konuma ulaşabilir." değerlendirmesinde bulundu.

Pegasus, Air Canada ile iş birliği anlaşması imzaladı



Pegasus Havayolları, uluslararası ağını güçlendirmeye yönelik önemli bir adım daha attı. Şirket, Kanada'nın bayrak taşıyıcı havayolu Air Canada ile interline iş birliği anlaşması imzaladığını duyurdu. Anlaşma kapsamında Pegasus, Air Canada yolcularına Avrupa'daki önemli aktarma merkezleri üzerinden İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanı ve İzmir Adnan Menderes Havalimanı bağlantısı sunacak. Air Canada yolcuları, Amsterdam, Frankfurt, Kopenhag, Münih, Cenevre, Viyana, Zürih ve Atina çıkışlı uçuşlarla İstanbul'a; Frankfurt aktarmalı olarak ise İzmir'e tek biletle seyahat edebilecek. Pegasus Ticari Genel

Müdür Yardımcısı Onur Dedeköylü, iş birliğine ilişkin yaptığı değerlendirmede, Kanada ile Türkiye arasındaki bağlantıyı daha da güçlendirmeyi hedeflediklerini belirterek, anlaşmanın yolculara daha esnek ve kolay bir seyahat imkânı sunacağını ifade etti. Pegasus Havayolları, uluslararası ağını güçlendirmeye yönelik önemli bir adım daha attı. Şirket, Kanada'nın bayrak taşıyıcı havayolu Air Canada ile interline iş birliği anlaşması imzaladığını duyurdu. Anlaşma kapsamında Pegasus, Air Canada yolcularına Avrupa'daki önemli aktarma merkezleri üzerinden İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanı ve İzmir Adnan Menderes Havalimanı bağlantısı sunacak. Air Canada yolcuları, Amsterdam, Frankfurt, Kopenhag, Münih, Cenevre, Viyana, Zürih ve Atina çıkışlı uçuşlarla İstanbul'a; Frankfurt aktarmalı olarak ise İzmir'e tek biletle seyahat edebilecek. Pegasus Ticari Genel

birliğine ilişkin yaptığı değerlendirmede, Kanada ile Türkiye arasındaki bağlantıyı daha da güçlendirmeyi hedeflediklerini belirterek, anlaşmanın yolculara daha esnek ve kolay bir seyahat imkânı sunacağını ifade etti. Yeni düzenleme sayesinde yolcular, tek bir rezervasyon üzerinden seyahat edebilecek ve bagajlarını varış noktasına kadar teslim edebilecek. Pegasus'un bu iş birliğiyle, özellikle transatlantik hatlarda İstanbul ve İzmir'i daha erişilebilir hale getirmesi bekleniyor. Tarafların, ilerleyen dönemde anlaşmayı kapsamlı bir "codeshare" modeline dönüştürme yönünde görüşmelere devam edeceği ve bu model kapsamında sadakat programı iş birliği ile ağ entegrasyonunun da gündeme gelebileceği bildirildi. Pegasus'un söz konusu hamlesi, şirketin uluslararası pazarlarda daha güçlü bir konumlanma stratejisinin parçası olarak değerlendiriliyor.

SunExpress, yeni hatlarla uçuş ağını genişletiyor



Türk Hava Yolları ve Lufthansa'nın ortak kuruluşu SunExpress yeni hatlarla uçuş ağını genişletiyor.

Köln'den Adana, Elazığ ve Trabzon'a uçuşlara başlıyor

SunExpress, 2026 yaz programı kapsamında Almanya'nın Köln şehri ile Anadolu arasındaki uçuş ağını 3 yeni destinasyonla genişletiyor. Köln'den Adana/Çukurova, Elazığ ve Trabzon'a direkt uçuşlara başlayacak olan SunExpress, Antalya, Kayseri ve Samsun rotalarında da uçuş sıklığını artırıyor. Hava yolu, yaz sezonunda Köln-Türkiye arasında haftada 70'ten fazla direkt sefer düzenleyecek. Köln'den Adana/Çukurova'ya uçuşlar, 29 Mart'tan itibaren pazar günleri başlıyor, 13 Mayıs itibarıyla çarşamba günleri eklenerek haftada 2 kez gerçekleştiriliyor. Hava yolu, 2 Nisan'dan itibaren perşembe günleri haftada 1 kez Köln'den Elazığ'a direkt uçuş düzenleniyor. 30 Mart'tan itibaren ise Köln'den Trabzon'a haftada 1 kez, 22 Mayıs itibarıyla ise haftada 2 kez sefer sunuluyor. SunExpress, yaz sezonunda Köln'den mevcut hatlarda da frekans

artışına gidiyor. Samsun uçuşları, 24 Haziran'dan itibaren haftada 2 sefere çıkarılarak Çarşamba ve cumartesi günleri düzenlenirken, Kayseri hattında ise 25 Haziran'dan itibaren haftalık sefer sayısı 3'e yükseltiliyor. 2026 yaz sezonunda İngiltere çıkışlı uçuş planlamasını genişletme kararı aldı SunExpress, Manchester-Dalaman hattında günlük gece seferi başlatacağını duyurdu. 19 Mayıs 2026 itibarıyla devreye girecek uygulamayla şirketin, özellikle yaz sezonunda Dalaman'a yönelik artan talebe yanıt vermeyi ve yolculara daha esnek seyahat saatleri sunmayı amaçladığı belirtiliyor. SunExpress'in 2026 yaz tarifesinde Manchester çıkışlı Türkiye uçuşları dikkat çekiyor. Planlamaya göre şirket; Antalya'ya haftada 24'e kadar, İzmir'e 19, Dalaman'a 15, Bodrum'a ise haftada 2 sefer gerçekleştirecek. Manchester merkezli kapasite artışının, İngiltere pazarında Türkiye destinasyonlarına yönelik talebin güçlü seyrini yansıttığı değerlendiriliyor. Özellikle gece kalkışlı Dalaman uçuşlarının, yoğun yaz döneminde ilave kapasite sağlaması bekleniyor.

Suriye'ye Antalya ve İzmir çıkışlı doğrudan uçuşlar hizmete giriyor

Havayolu, Suriye uçuşlarını mart ayı itibarıyla başlatarak Antalya ve İzmir çıkışlı olarak Şam ve Halep'e direkt uçuşlar sunuyor. SunExpress, 7 Mart itibarıyla Antalya'dan Şam'a Salı, Perşembe ve cumartesi günleri olmak üzere haftada üç kez, 11 Mart'tan itibaren ise Antalya'dan Halep'e Çarşamba ve cumartesi günleri haftada iki kez direkt uçuş düzenliyor. İzmir çıkışlı uçuşlar ise 8 Mart itibarıyla başlıyor. Hava yolu, İzmir'den Şam'a Çarşamba, Cuma ve pazar günleri haftada üç kez, Halep'e ise Cuma ve pazar günleri haftada iki kez aktarmasız seferler sunuyor. SunExpress, Türkiye – Suriye uçuş programı kapsamında Antalya ve İzmir çıkışlı doğrudan uçuşlarla yolculara daha kısa seyahat süreleri ve planlama kolaylığı sunarken, bölgedeki hava ulaşımına da katkı sağlamayı hedefliyor. Uçuşlara ilişkin güncel bilgilere ve biletleme detaylarına SunExpress'in resmi kanalları üzerinden erişilebiliyor.

İDO'nun bir önceki yıla oranla yolcu ve araç taşıma sayıları 2 milyonun üzerinde artış gösterdi

Deniz ulaşımında Türkiye'nin güçlü ve güvenilir markası İDO, Avrupa Yakası ile Anadolu Yakası arasında yoğun trafiğe hızlı ve kesintisiz çözümler sunmaya devam ediyor. 7/24 hizmet veren Sirkeci- Harem hattında, bir yıl içinde 1.3 milyon yolcu ve 1.6 milyon aracı iki kıta arasında güvenle taşıyan İDO, deniz ulaşımında önemli bir rol üstleniyor. Eskişehir-Topçular hattında ise yılda 22 milyon yolcu ve 9.8 milyon araç taşıyan İDO, Gebze-Yalova arasındaki mesafeyi önemli ölçüde kısaltarak zaman ve yakıt tasarrufu sağlamasıyla da tercih sebebi oluyor. 2025 yılını başarılarla kapatan İDO, yıl boyunca 31 milyonun üzerinde yolcuya hizmet verdi. Toplamda 13 milyon araç taşıyarak, kara yolu trafiğinin azalmasına ve karbon salınımının düşürülmesine önemli ölçüde katkı sundu. Bu taşıma hacmiyle, geçen yıla oranla karbon salınımının azaltılmasına da önemli ölçüde ek katkı sundu. Ege Adaları'ndaki operasyonlarını da istikrarlı bir şekilde büyüten İDO, 2025 sezonunda adalar arasında 220 bin yolcu taşımayı başardı. 2024 yılına kıyasla hem yolcu hem de araç taşımacılığında artış kaydeden şirket, ek 2 milyon 200 binlik artışla güçlü bir yükseliş grafiği çizdi. Türkiye denizcilik tarihinin en deneyimli markalarından biri olan İDO, 50 araçlık filosu ile çevreci yaklaşımını yalnızca taşıma faaliyetleriyle sınırlı tutmuyor. Şirket, yıl içinde iki ayrı sahil temizliği çalışmasına imza atarak çevre bilincini sahaya taşıdı. İDO'nun sosyal sorumluluk ve eşitlik odağındaki çalışmalarından biri de "Bir Kapakla İz Bırak" kampanyası oldu. Türkiye Omurilik Felçlileri Derneği ve Ekvator Enerji iş birliğiyle hayata geçirilen proje kapsamında, mavi atık kapaklar toplanarak hem çevreye verilen zarar azaltılıyor hem de engelli bireylerin tekerlekli sandalyeler aracılığıyla sosyal hayata



katılımları destekleniyor. Bir yıl boyunca farklı alanlarda 14 etkinliğe destek veren İDO, fırsat eşitliğini savunan yaklaşımıyla da öne çıktı. Erkek egemen bir sektörde kadınlara alan açan çalışmaları sayesinde, Kadın Platformları Derneği tarafından "Eşitliğin Liderleri" ödülüne layık görüldü. Erişilebilir iskelelerin savunucusu ve hayvan dostu yaklaşımıyla dikkat çeken İDO, WeWalk iş birliğiyle görme engelli yolcuların tek başına seyahat edebilmelerine olanak tanıyan Danış Hizmeti'ni iskelelerinde devreye aldı. Bu uygulama, markaya fırsat eşitliği alanında yeni ödüller kazandırdı. 2024 yılında Ege Adaları'na yönelik deniz ulaşımı faaliyetlerine başlayan İDO, ikinci yılını geride bırakırken artan talepler doğrultusunda üçüncü sezonuna hazırlıklarını sürdürüyor. 2025 sezonunda 220 binin üzerinde yolcu taşıyan İDO, yeni hatlarla bölgedeki büyüme hedefini daha da güçlendirdi. Ege Adaları'nı daha ulaşılabilir ve avantajlı hale getiren hizmetlerini çeşitlendiren İDO, Ege Adaları bilet satışlarını şimdiden başlatarak erken rezervasyon avantajlarını da yolcularına sunuyor.

TAV İşletme Hizmetleri ile Kepler Club'dan havalimanı misafirperverliğinde yeni dönem

TAV İşletme Hizmetleri ile teknoloji destekli dinlenme çözümleri geliştiren Kepler Club arasında imzalanan iş birliği anlaşması, havalimanlarında değişen seyahat alışkanlıklarına yanıt veren yenilikçi misafirperverlik konseptlerinin hayata geçirilmesini amaçlıyor. TAV İşletme Hizmetleri'nin küresel operasyonel uzmanlığı ile Kepler Club'un teknoloji odaklı, alanı verimli kullanan dinlenme çözümlerini bir araya getiren iş birliği; yolcuların konforunu, esnekliğini ve iyi yaşam deneyimini artıracak yeni hizmetlerin geliştirilmesine odaklanıyor. Ortak hedef, mevcut havalimanı misafirperverlik alanlarını tamamlayan, zenginleştiren ve deneyimi daha ileri taşıyan bütüncül çözümler sunmak. TAV Havalimanları Ticari İşler Grup Başkanı ve TAV İşletme Hizmetleri CEO'su Aude Ferrand: "Havalimanı misafirperverliği, misafir deneyimini sürekli geliştirecek şekilde evrilmeli. Otoparktan lounge'a, hızlı geçişten karşılama hizmetlerine kadar uçtan uca bir yolculuk sunuyoruz. Geleneksel otel ile lounge arasında konumlanan, ileri teknolojiye sahip Kepler Club ile iş birliği yapmaktan memnuniyet duyuyoruz. Bu ortaklık, teknoloji ile insan dokunuşu arasındaki doğru dengeyi

koruyarak misafirperverlik portföyümüzü genişletmemizi sağlıyor" dedi. Kepler Club Kurucusu ve CEO'su Ömer Alaettinoğlu "Uyku temel bir insan ihtiyacı ancak günümüz yolcuları, bulundukları her yerde anlamlı ve kişiselleştirilmiş deneyimler arıyor. Kepler Club olarak dinlenmeyi teknoloji destekli, kişisel bir deneyime dönüştürüyoruz. TAV İşletme Hizmetleri ile gerçekleştirdiğimiz bu iş birliği, ortak vizyon ve misafir deneyimi odağında, küresel ölçekte yeni projeler geliştirmek için güçlü bir zemin oluşturuyor" dedi. Günümüz yolcuları; kısa aktarmalar, uzun bekleme süreleri, erken kalkışlar ve geç varışlar arasında daha esnek, pratik ve kişiselleştirilmiş çözümler arıyor. Seyahat sırasında dinlenmek, yenilenmek, eğlenmek ve kendini toparlamak için kolay ve erişilebilir alternatiflere duyulan ihtiyaç giderek artarken, esnek havalimanı konaklama çözümlerine olan talep de yükseliyor. TAV İşletme Hizmetleri ve Kepler Club, bu değişen beklentilere yanıt olarak esnek kullanım senaryolarına sahip yeni misafirperverlik formatları geliştirerek yolculara havalimanında zamanlarını değerlendirme konusunda daha fazla seçenek ve kontrol sunmayı hedefliyor. TAV



İşletme Hizmetleri'nin havalimanı özel yolcu salonu markası Primeclass, farklı yolcu ritimleri ve bekleme sürelerini merkeze alan deneyim odaklı yaklaşımıyla havalimanı misafirperverliğini yeniden tanımlıyor. Kepler Club ile yapılan iş birliği, Primeclass ekosistemini; dinlenme, yenilenme ve toparlanma odaklı tamamlayıcı çözümlerle daha da güçlendirmeyi hedefliyor. Bu yeni konsept, bağımsız hizmetler olarak değil; lounge, dinlenme ve sosyal alanlarla entegre, bütüncül bir misafirperverlik deneyiminin parçası olarak konumlanıyor. Kısa süreli konaklayan yolculara da, daha uzun süreli kalanlara da aynı etkinlikte hizmet sunarken hem misafirler hem de havalimanı iş ortakları için havalimanı ortamlarının genel değerini ve işlevselliğini artırmayı hedefliyor. TAV İşletme Hizmetleri ile Kepler Club arasındaki bu stratejik iş birliği; havalimanlarının hizmet çeşitliliğini artırmaya, alanlarını daha verimli kullanmasına ve rekabet gücünü yükseltmesine katkı sağlamayı amaçlıyor.

FlyArystan, 2026 yaz sezonunda Gazipaşa uçuşlarına başlıyor



Kazakistan merkezli düşük maliyetli hava yolu şirketi FlyArystan, 2026 yaz sezonunda Türkiye ile Kazakistan arasındaki hava bağlantılarını güçlendirecek yeni bir uçuş planlamasını duyurdu. Havayolu,

Gazipaşa (Alanya)–Astana hattındaki sezonluk seferlerini yeniden başlatırken, Almatı'dan Gazipaşa'ya (Alanya) yönelik yeni direkt uçuşları da uçuş ağına ekliyor. FlyArystan tarafından yapılan açıklamaya göre, Gazipaşa–Astana hattındaki seferler 11 Mayıs–22 Ekim 2026 tarihleri arasında Pazartesi ve Perşembe günleri gerçekleştirilecek. Gazipaşa–Almatı hattında ise uçuşlar 13 Mayıs–24 Ekim 2026 tarihleri arasında Çarşamba ve Cumartesi günleri icra edilecek. Yeni uçuşlarla birlikte özellikle Antalya'nın doğu bölgesi ile Kazakistan'ın iki önemli şehri arasında doğrudan hava ulaşımı sağlanmış olacak. Astana, modern

mimarisi, uluslararası fuarları, iş forumları ve hızla gelişen turizm altyapısıyla Kazakistan'ın öne çıkan merkezleri arasında yer alıyor. Almatı ise ülkenin en büyük şehri ve kültürel merkezi olarak, Zailiyskiy Alatau dağlarına yakın konumu, yıl boyu sunulan aktif tatil imkânları, gastronomi ve canlı şehir yaşamıyla dikkat çekiyor. Uçuşların yeniden başlatılması ve yeni hatların devreye alınmasıyla birlikte, Türkiye ile Kazakistan arasındaki turizm ve iş seyahatlerinde artış yaşanması bekleniyor. Ayrıca Türk vatandaşlarının Kazakistan'a 90 güne kadar vizesiz seyahat edebilmesi, bu hatları daha da cazip hale getiriyor.

SunExpress ve Eurowings'ten yeni ortak uçuş hatları

Türk Hava Yolları ile Lufthansa'nın ortak kuruluşu SunExpress ve Eurowings, ortak uçuş (codeshare) anlaşmasını genişletiyor. Bu kapsamda Düsseldorf, Stuttgart ve Berlin üzerinden 8 yeni destinasyona direkt ortak uçuş seçeneği sunulurken, iki hava yolunun ortak uçuş ağı toplamda 13 noktaya ulaşıyor. Bu kapsamda, Eurowings tarafından gerçekleştirilen belirli seferler, SunExpress uçuş numarası (XQ) ile SunExpress web sitesi, seyahat acenteleri ve GDS (Global Dağıtım

Sistemi) satış kanalları dahil olmak üzere tüm satış kanallarından rezerve edilebiliyor. Bu sayede yolcular, tek rezervasyonla Avrupa'nın pek çok noktasına SunExpress üzerinden seyahat edebiliyor. İlk uçuşlar, 3 Şubat 2026 itibarıyla başlıyor. Düsseldorf, Stuttgart ve Berlin havalimanları iki hava yolu arasındaki ana bağlantı noktaları olarak konumlanırken, ortak uçuş anlaşması sayesinde bu merkezler üzerinden Avrupa'nın farklı şehirlerine daha esnek seyahat seçenekleri sunuluyor.



35 ülkede 240'ın üzerinde noktaya tarifeli seferler gerçekleştiren SunExpress, yeni ortak uçuşlarla yolcularına daha fazla uçuş seçeneği ve bağlantı imkânı sağlıyor.

Celestyal, 2026 için Doha ve Abu Dabi çıkışlı yeni F1 seferlerini duyurdu



Celestyal, kış sezonlarında konumlandığı Arap Körfezi'ndeki varlığını güçlendiriyor. Celestyal'ın her iki gemisi üçüncü sezon üst üste Arap Körfezi'nde seyredecek. 2026-2027 sezonunda iki yeni F1 temalı sefer düzenlenecek. Celestyal, 2026/27 Arap Körfezi sezonu kapsamında gerçekleştireceği iki yeni Formula 1 temalı seferini duyurdu. 1260 yolcu kapasiteli Celestyal Journey 27 Kasım 2026 tarihinde 8 gecelik Doha F1 programı için Doha'da olacak. Gemi, 3 gece boyunca limanda kalarak misafirlerine tüm antrenman seanslarını, sıralama turlarını ve yarış günü etkinliklerini izleme imkânı sunacak. Ardından Doha'dan hareket edecek olan gemi; Dubai, BAE (1 gece konaklamalı), Abu Dabi, Sir Bani Yas Adası (BAE) ve Halife Bin Selman Limanı, Bahreyn duraklarını ziyaret edecek. Diğer F1 temalı cruise programı ise Dizcovery gemisi ile gerçekleşecek. 1.360 yolcu kapasiteli Celestyal Discovery 4 Aralık 2026 tarihinde 7 gecelik Abu Dabi F1 programı için Abu Dabi'de olacak. Gemi, 3 gece boyunca limanda kalarak misafirlerin tüm antrenman seanslarını, sıralama turlarını ve yarış günü etkinliklerini izlemelerine olanak tanıyacak. Ardından Abu Dabi'den hareket ederek

4 gecelik "Iconic Arabia" seferi kapsamında Doha (Katar), Ras Al Khaimah (BAE) ve Khasab (Umman) limanlarına uğrayacak. Celestyal Journey Arap Körfezi sezonuna Mart 2027'ye kadar devam ederek, Doha çıkışlı ve dönüşlü, Dubai (1 gece konaklamalı), Abu Dabi, Sir Bani Yas Adası ve Bahreyn duraklarını içeren yenilenmiş 7 gecelik "Desert Days" programını uygulayacak. Mart 2027'ye kadar bölgede seferlerine devam edecek olan Celestyal Discovery ise Abu Dabi çıkışlı ve dönüşlü olmak üzere; Doha, Khasab, Dubai, Sir Bani Yas Adası ve Ras Al Khaimah duraklarını kapsayan 3, 4 ve 7 gecelik "Iconic Arabia" turlarını gerçekleştirecek. Celestyal Ticari Direktörü Lee Haslett konuyla ilgili şunları söyledi: "Her iki gemimizle birlikte üçüncü sezon üst üste Arap Körfezi'ne dönmek, Celestyal için önemli bir kilometre taşı ve bu bölgeye yönelik artan talebin açık bir göstergesi. Daha önce düzenlediğimiz Formula 1 seferleri, dünya standartlarındaki spor etkinliklerini, etkileyici destinasyonları ve kruvaziyer tatilinin konforunu bir araya getirerek şimdiye kadar gerçekleştirdiğimiz en başarılı ve en çok konuşulan programlar arasında yer aldı. Bu ivmenin üzerine inşa ederek, 2026 Doha ve Abu Dabi F1 seferlerimizle misafirlerimize limanda daha fazla zaman, yarış haftası etkinliklerine sorunsuz erişim ve Körfez'i derinlemesine keşfetme fırsatı sunuyoruz. Tüm bunları da Celestyal'ın imzası haline gelen, yüksek değer sunan ve destinasyon odaklı bir deneyimle birleştiriyoruz." Celestyal Türkiye Direktörü Özgü Alnitemiz ise "Cruise yolculuğu denizde yol almaktan çok daha ötesi. Hayal bile edemediğiniz çok değişik temaları bir araya getirerek yepyeni deneyimler sunan bir yolculuk aynı zamanda. Bunu en iyi başaran ve özgün deneyimler yaratan kruvaziyer markalarından biri de Celestyal. Cruise programını F 1 tutkusu ile birleştirmek, kruvaziyer hatları için de heyecan verici bir konsept. Arap Körfezi destinasyonuna misafirlerimizin ilgisi artarken F1 temalı programların da ilgi çektiğini görüyoruz" dedi.

Destinia, İngiltere pazarında dev satın almaya imza attı

İspanya merkezli çevrimiçi seyahat acentesi Destinia, küresel büyüme stratejisi kapsamında Birleşik Krallık pazarının köklü oyuncuları Travel Republic ve Netflights'ı bünyesine kattığını duyurdu. Bu katılım, Destinia'nın Avrupa'nın en rekabetçi pazarlarından biri olan İngiltere'ye güçlü bir giriş yapmasını sağlıyor. Ocak 2026 itibarıyla resmiyet kazanan bu hamleyle birlikte Destinia, her iki markayı da kendi teknolojik altyapısı ve operasyonel gücüyle destekleyerek bağımsız markalar olarak yaşatmaya devam edecek. Satın alma süreciyle ilgili öne çıkan detaylar: Hizmet Sürekliliği: Destinia, mevcut tüm rezervasyonların geçerli olduğunu ve müşteri destek ekiplerinin geçiş sürecinde görev başında kalacağını taahhüt etti. Teknolojik Entegrasyon: Markaların sahip olduğu güçlü müşteri sadakati, Destinia'nın yapay zeka ve gelişmiş rezervasyon sistemleriyle birleştirilecek. Pazar Genişlemesi: Bu hamle, Destinia'nın sadece Birleşik Krallık'taki varlığını artırmakla kalmayıp, aynı zamanda Akdeniz havzasındaki gücünü de pekiştirecek. Destinia CEO'su Ricardo Fernández, satın alma sonrası yaptığı açıklamada, müşterilerin güvendiği hizmet standardını korurken ürün yelpazesini genişleteceklerini belirtti. Şirket; özellikle Türkiye, İspanya, Portekiz, İtalya ve Yunanistan gibi popüler Akdeniz destinasyonlarına yönelik paket tur ve uçuş seçeneklerini artırmayı planlıyor. Bu durum, Türkiye'nin İngiliz turist pazarındaki payının artırılması açısından da stratejik bir önem taşıyor. Destinia Grubu, Birleşik Krallık pazarının devleri Travel Republic ve Netflights'ı bünyesine katmasının ardından, büyüme stratejisinin merkezine Türkiye'yi yerleştirdi. Grup, Türkiye operasyonlarını yerelleştirmek ve derinleştirmek amacıyla Holidaymine'ı Türkiye'deki "Stratejik DMC



Ortağı" (Destinasyon Yönetim Şirketi) olarak seçtiğini duyurdu. Bu iş birliğiyle birlikte Destinia, özellikle Travel Republic markasının Türkiye genelindeki pazar payını artırmayı ve ülkenin tarihi-kültürel mirasını global satış ağına daha etkin entegre etmeyi hedefliyor. Ortaklık, sadece bir tedarik zinciri yönetimi değil, aynı zamanda Türkiye'nin Birleşik Krallık pazarında en rekabetçi destinasyon haline getirilmesi misyonunu taşıyor. Destinia CEO'su Ricardo Fernández, Türkiye pazarına yönelik bu kritik hamleyi şu sözlerle değerlendirdi: "Holidaymine ile kurduğumuz stratejik ortaklık, yerel erişimimize ve tedarikçilerimize yakın olmaya verdiğimiz önemin bir kanıtıdır. Türkiye'den başlayarak konaklama ortaklarımızla sürdürülebilir büyüme hedeflerine birlikte ulaşacağız." Holidaymine CEO'su Arzu Harley, iş birliğinin Türkiye turizmi için yaratacağı katma değere dikkat çekerek şunları kaydetti: "Türkiye'yi Birleşik Krallık pazarı nezdinde en öncelikli ve rekabetçi destinasyon olarak konumlandırmaya kararlıyız. Destinia Grubu'nun iddialı büyüme planlarına katkı sunmak bizim için büyük bir onur."

İngiltere ekonomisi turizmden 197 milyar dolar kazanıyor

Türkiye Turizm Ansiklopedisi'nin Ulusal turizm ajansı VisitBritain / VisitEngland'ın raporundan derlediği bilgilere göre, turizm ülke ekonomisine 147 milyar sterlinlik (yaklaşık 197 milyar dolar) bir katkı sağlıyor. "Birleşik Krallık'ta Turizmin Ekonomik Değeri" başlıklı rapor, turizmin ülkeye yıllık 147 milyar sterlinlik bir katkı sağladığını, bu rakamın hem doğrudan hem de tedarik zinciri etkilerini içerdiğini ve ulusal ekonominin yaklaşık yüzde 5'ini oluşturduğunu gösteriyor. Turizm, sigorta ve emeklilik sektörlerinin toplamından daha büyük ve bu sektörler ile finansal hizmetlerin toplamından daha fazla kişiyi istihdam ediyor. Çalışma, turizmin 2024 yılında Birleşik Krallık Hükümeti için 52 milyar sterlinlik vergi geliri sağladığını, bunun da İngiltere'deki NHS'nin (Ulusal Sağlık Sistemi) maaş giderlerinin yarısından fazlasına denk geldiğini ortaya koyuyor. Turizm, Birleşik Krallık genelinde her 15 işten yaklaşık birini, yani yaklaşık 2,4 milyon işi destekleyerek önemli bir istihdam kaynağı olarak önemini gösteriyor. Sektörün değeri, büyük şehirlerin ötesine uzanarak Britanya'nın her bölgesinde ve ülkesinde işlerin en az yüzde 5'ini oluşturuyor. Ayrıca gençlere ilk işleri ve fırsatları yaratıp, kariyerlerinin başındaki genç çalışanların becerilerini geliştiriyor. Sektörün 2030 yılına kadar Birleşik Krallık'ta 175.000 ek iş yaratacağı tahmin ediliyor. Birleşik Krallık'taki toplam turizm faaliyetinin değerinin, 2024 fiyatlarıyla 2030 yılına kadar 161 milyar sterline ulaşması bekleniyor. Bu da enflasyona göre düzeltildiğinde yüzde 9,3'lük bir büyüme ve

yüzde 8,8'lik Birleşik Krallık ekonomisinin genel büyümesinin üzerinde bir rakam anlamına geliyor. Bu büyümenin büyük bir kısmının, 2024 ile 2030 yılları arasında yüzde 32'lik bir değer artışıyla, 9,4 milyar sterline ulaşacak olan gelen turizmden kaynaklanması öngörülüyor. VisitBritain / VisitEngland CEO'su Patricia Yates "Bu araştırma, turizmin Birleşik Krallık'ın en değerli sektörlerinden biri olarak önemini ortaya koyuyor" dedikten sonra şöyle devam ediyor: "Turizm, her ülke ve bölge için ekonomik büyümeyi destekliyor. Rakamlar ana caddelerimizi, konaklama işletmelerimizi, kültürel kurumlarımızı ve topluluklarımızı desteklediğini vurguluyor. Turizmden elde edilen milyarlarca sterlinlik vergi geliri, yerli ve yabancı ziyaretçilerin harcamalarının herkesin yararına olan hizmetlere nasıl katkıda bulunduğunu da gösteriyor. Ancak zorluklar da mevcut. Yurtiçi tatillerdeki düşüş, özellikle kıyı bölgelerini olumsuz etkiledi. Tüketiciler yaşam maliyeti baskılarıyla, işletmeler ise iş yapma maliyetlerinin artmasıyla boşuyor. Öte yandan, uzun vadeli uluslararası tahminler, İngiltere'nin küresel olarak rekabetçi konumunu kaybetmeye başladığını ve gelen ziyaretlerin Londra merkezli kaldığını gösteriyor."

Turizm 2030'a kadar yüzde 12 büyüyecek

Rapor ayrıca, iç turizmin kırsal ve kıyı bölgelerini desteklemedeki hayati rolünü ve daha fazla İngiliz'in tatillerini yurt içinde geçirmesinin önemini gösteriyor. Yurt içi geceleme turizm harcamalarının yüzde



84'ü Londra dışındaki destinasyonlarda gerçekleşiyor. İngilizlerin yurt dışı seyahat harcamalarının sadece yüzde 10'unu yurt içi tatillere yönlendirmek, ekonomiye yıllık 8 milyar sterlinlik bir katkı sağlayabilir. VisitEngland, bu yıl yaz öncesinde Kuzey Batı'nın kıyı bölgelerine yönelik tatilleri teşvik etmek için pilot bir iç pazarlama kampanyası başlatmaya hazırlanıyor. Rapor ayrıca Birleşik Krallık'ın gelecekteki gelen turist kaynak pazarlarını ve trendlerini de inceliyor. Rapora göre, 2026 yılında Birleşik Krallık ekonomisine 7,6 milyar sterlinlik katkı sağlaması ve gelen turist harcamalarının her 5 sterlininden 1 sterlininden fazlasını oluşturması beklenen ABD'nin önemi devam ediyor. Çin ve Hindistan da dahil olmak üzere gelişmekte olan pazarlardan Birleşik Krallık'a gelen turizmin, 2030 yılına kadar yıllık toplamda yüzde 12'lik bir büyüme kaydedeceği tahmin ediliyor. Körfez ülkelerine bakıldığında ise, Birleşik Krallık halihazırda yüksek harcama yapan Katar, Suudi Arabistan ve Birleşik Arap Emirlikleri pazarlarından Batı Avrupa'ya yapılan tüm seyahatlerin neredeyse üçte birini (yüzde 30) karşılıyor.

Caner Şahin, şef olarak Hilton Mainz'ın mutfak operasyonunun başına geçti



Uluslararası otelcilik zinciri Hilton'un Ren Nehri kıyısındaki prestijli oteli Hilton Mainz, mutfak kadrosunu deneyimli bir isimle güçlendirdi. Gastronomi dünyasına

Ankara'da komi olarak adım atan ve kariyerini gastronomi alanında yurtdışına taşıyan Şef Caner Şahin, Hilton Mainz'ın yeni Executive Sous Chef'i olarak atandı. Aşçılığın bir kültür olarak yaşandığı Bolu'nun Mengen ilçesinde yetişen ve Mengen Aşçıları Okulu mezunu olan Caner Şahin, Anadolu'nun mutfak terbiyesini Avrupa'nın disiplinli sistem yapısıyla birleştiriyor. Şahin, yeni görevinde yaklaşık 25 kişilik bir mutfak ekibini yöneterek, günlük ortalama 200-400 misafire sunulan lezzet operasyonundan, banket organizasyonlarından ve stratejik mutfak yönetiminden sorumlu olacak. Kariyer yolculuğuna mutfağın en temel birimi olan komilikten başlayan Şahin, Hilton Mainz'daki yeni döneminde üretimin yanı sıra bütçe yönetimi, insan kaynakları planlaması, gıda maliyeti (food cost) takibi ve operasyonel verimlilik süreçlerini de yönetecek. Yeni göreviyle ilgili değerlendirmelerde bulunan

Executive Sous Chef Caner Şahin: "Aşçılık benim için bir meslektir, çocukluktan gelen bir hayat biçimi. Mengen'de başlayan bu tutkunun, bugün Almanya'da uluslararası bir zincirin mutfağında stratejik bir sorumluluğa dönüşmesi kendi adıma gurur verici. Hilton Mainz çatısı altında, marka disiplinini korurken yerel damak tadına hitap eden sürdürülebilir bir sistem kurmayı hedefliyoruz. Başarıyı sadece rakamlarla sınırlamadık ve mutfakta oluşturduğumuz kültür ve ekip istikrarıyla ölçüyoruz," dedi. Hilton Mainz, misafirlerine sunduğu modern ve ferah atmosferi, eşsiz nehir manzarasıyla birleştiriyor. Caner Şahin liderliğindeki yeni mutfak yönetimiyle otel hem iş dünyasına hem de turistik amaçlı konaklayan misafirlerine sunduğu kahvaltı, akşam yemeği ve özel organizasyon menülerinde kalite standartlarını bir adım öteye taşımayı hedefliyor.

Marriott, 2025'te işlettiği tesislere 700 otel ekledi



Türkiye Turizm Ansiklopedisi'nin THP: News'ten derlediği habere göre, Marriott, 2025 yılında mevcut oda sayısını yüzde 4,3 artırarak 700'den fazla otel ve yaklaşık 100.000 yeni oda ekledi. Marriott International, marka genişlemesi, istikrarlı anlaşma faaliyetleri ve otel sahipleriyle devam eden iş birliği sayesinde 2025 yılında güçlü bir küresel büyüme kaydetti. Şirket, değişen seyahat tercihlerini karşılamak üzere tasarlanmış yeni teklifler eklerken, bölgeler ve sektörler genelinde varlığını genişletti. 2025 yılında işlettiği mevcut oda sayısını yüzde 4,3'ün üzerinde artırarak 700'den fazla otel ve yaklaşık 100.000 oda ekleyen Marriott yönetimi, bu otellerin 630'dan fazlasını organik anlaşmalar yoluyla

yönetecek. Şirket, yılı yaklaşık 610.000 odalık geliştirme aşamasındaki projeye tamamladı; bu da bir önceki yıla göre yüzde 5,7'lik bir artış anlamına geliyor. Yıl boyunca dünya genelinde yaklaşık 1.200 organik anlaşma imzalandı ve bu da 163.000 odayı temsil ediyor. Birçok bölge rekor düzeyde anlaşma imzası kaydetti. Bunlar arasında Karayipler ve Latin Amerika'da 94, Çin hariç Asya Pasifik'te 187 ve Çin'de ise 201 anlaşma yer alıyor. 2025 yılında Marriott, çeşitli yeni markalara teklifleri sundu. citizenM'in satın alımı temmuz ayında tamamlandı ve dördüncü çeyrek itibarıyla 35'ten fazla otel ve yaklaşık 9.000 oda Marriott'ın portföyüne dahil edildi. Şirket yönetimi ayrıca, orta ve üst düzey konaklama için küresel bir koleksiyon markası

olan Series by Marriott'ı da piyasaya sürdü. Yıl sonuna kadar Series by Marriott, Hindistan genelinde 37 tesis açtı. ABD ve Kanada'da da ek anlaşmalar imzaladı. Marriott ayrıca, yıl sonuna doğru 30'dan fazla açık tesisiyle Outdoor Collection by Marriott Bonvoy'u resmen duyurdu. Marriott, 2023 yılında orta segment otel pazarına girişinden bu yana City Express by Marriott, StudioRes ve Four Points Flex by Sheraton markalarıyla hızla büyüdü. Bu markalarla birlikte 2025 yılını 216 açık otel ve yapım aşamasında olan 250'den fazla otelle kapatarak yıllık bazda yüzde 50'nin üzerinde bir büyüme kaydetti. Lüks sektörü 2025 yılında da büyüme motoru olmaya devam etti. Marriott, toplam 15.301 odayı kapsayan rekor sayıda 114 lüks otel anlaşması imzaladı. Lüks otel projeleri yılı 296 otel ve tatil köyüyle tamamladı. Önemli açılışlar arasında The Lake Como EDITION, W Punta Cana ve The St. Regis Cap Cana Resort'un yanı sıra Meksika ve Kosta Rika'da iki yeni Ritz-Carlton Reserve tesisi yer aldı. Marriott ayrıca markalı konutlar alanındaki liderliğinin 25. yılını kutlayarak rekor sayıda 55 konut anlaşması imzaladı. Şirket yılı 149 açık konut lokasyonu ve 175 yapım aşamasındaki proje ile kapattı. Merkezi Maryland Bethesda'da olan Marriott International'ın 30 Eylül 2025 itibarıyla portföyünde 143 ülke ve bölgede 30'dan fazla marka altında 9.700'ü aşkın tesisi yönetiyor.

Sürdürülebilir turizm pazarı 2036'da 17 trilyon doları aşacak

Türkiye Turizm Ansiklopedisi'nin Future Market Insights'ın raporundan derlediği bilgilere göre, bu yıl 2,3 trilyon dolarlık hacme ulaşacak olan küresel sürdürülebilir turizm pazarının, 2036 yılına kadar yıllık ortalama yüzde 22'lik büyümelerle 17,8 trilyon dolara ulaşacağı tahmin ediliyor. Raporda pazarın büyümesinin, gezginlerin çevreye duyarlı, sosyal açıdan kapsayıcı ve destinasyona duyarlı seyahat modellerine yönelik tercihlerinde değişimden kaynaklandığı bilgisine yer veriliyor. Sürdürülebilirlik, niş bir ekoseyahat kategorisi olarak konumlandırılmak yerine, giderek ana akım seyahat planlaması haline geliyor. Gezginler, eğlence, deneyimsel, macera turizmi segmentlerinde düşük etkili konaklama, koruma bağlantılı deneyimler ve topluluk temelli turizm formatlarına öncelik veriyor. Raporu incelediğimizde önde gelen turizm türü olan eko ve yeşil turizm payının yüzde 41,8, online rezervasyonların yüzde 62,4 ve bağımsız seyahat edenlerin payının da yüzde 48,6 olduğunu görüyoruz. Eko ve yeşil turizm, sürdürülebilir seyahat talebinin en büyük payını oluşturuyor. Bu formatlar, koruma bağlantılı konaklamaları, vahşi yaşam turizmini, doğa tabanlı seyahati ve ana akım seyahat teklifleriyle bütünsel sertifikalı sürdürülebilir konaklama yerlerini kapsıyor. Accor gibi büyük otel işletmecileri, sürdürülebilirlik ölçütlerini çeşitli otel portföylerine entegre ediyor. Bazı zincirler, çevre bilincine sahip seyahate premium bir niş yerine, rutin eğlence planlamasının doğal parçası gözünü



bakıyor. Sürdürülebilir turizm pazarı, uzmanlaşmış tur operatörleri, koruma odaklı seyahat tasarımcıları ve sürdürülebilirlik odaklı rezervasyon platformları tarafından yönetiliyor. Bu alandaki rekabet, sürdürülebilirlik çevrenin güvenilirliği, yerel ortaklıkların gücü, koruma uyumu ve coğrafyalar genelinde sorumlu seyahat sunumundaki tutarlılık üzerine odaklanıyor. Asya Pasifik, Hindistan ve Çin'in güçlü yerel ve gelen sürdürülebilir turizm büyümesini yönlendirmesiyle en hızlı genişleyen bölge olarak ortaya çıkıyor. Hindistan, 2026 ile 2036 yılları arasında yıllık yüzde 27,1'lik ortalama büyümelerle en hızlı büyüyen pazar olacak. Amerika Birleşik Devletleri liderliğindeki Kuzey Amerika, değer bazında en büyük pazar payına sahip. Avrupa, turizm altyapısı genelinde yerleşik sürdürülebilirlik standartlarıyla desteklenen istikrarlı bir benimseme gösteriyor.

Wyndham Hotels & Resorts EMEA'daki büyümesine hız kazandı

2025 yılı, EMEA'daki 126 yeni otelin açılışı ve 170'ten fazla yeni otel anlaşmasının imzalanmasıyla Wyndham'ın rekorlar yılı oldu, şirketin EMEA'daki oda sayısı 100 bini aştı. Avrupa, Orta Doğu, Avrasya ve Afrika'da (EMEA) uluslararası seyahatlerdeki güçlü performans devam ederken, Wyndham Hotels & Resorts bölge genelinde özgün deneyimlere ve gelişen destinasyonlara yönelik talebi karşılamak için stratejik büyümesine hız kazandırıyor. Dünya genelindeki yaklaşık 8 bin 300 oteliyle dünyanın franchise veren en büyük otel şirketi Wyndham Hotels & Resorts, 2025 yılında EMEA genelinde hızlı büyüdü. Wyndham, ekonomiden lüks segmente kadar uzanan ve toplamda 11 bin 500'den fazla odayı kapsayan 126 otelin açılışıyla 2025 yılında EMEA bölgesinde rekor büyümeye imza attı. Yeni açılışlarla birlikte EMEA bölgesinde Wyndham markaları altında işletilen otellerin sayısı 770'in üzerine çıktı. Wyndham, aynı dönemde 173 yeni otel projesinin geliştirilmesi için de anlaşma imzaladı. Wyndham'ın EMEA genelindeki toplam oda sayısı, yeni açılışlarla birlikte yaklaşık 100 bin 200'e ulaştı. Yurtdışı seyahatlere yönelik talebin ve Avrupa'nın öne çıkan pazarlarına yönelik ilginin devam etmesi, Wyndham'ın 2025 yılındaki büyümesini destekledi. Türkiye, Hindistan ve Orta Doğu gibi hızlı büyüyen pazarlarda yurtiçi seyahatler gücünü korurken, Yunanistan, İtalya ve İspanya da yurtdışından yoğun talep alan ülkeler arasında yer almayı sürdürdü. Resort destinasyonlara, ikincil şehirlere ve az bilinen bölgelere yönelik ilginin artması hem köklü hem de gelişen pazarlarda markalı otellerin geliştirilmesi ve markalı rezidanslar gibi segmentlerde yenilikçi girişimler için yeni fırsatlar yarattı. Wyndham'ın dünya genelindeki proje stoku 2025 yılında bir önceki seneye göre yüzde 3 büyüdü ve geliştirme aşamasındaki otellerin kapsadığı oda sayısı 259 bine ulaştı. EMEA bölgesinde oda başı gelirler 2025 yılında yüzde 6 arttı. Uluslararası seyahat talebinin gücünü 2026 yılında da koruması beklenirken, Wyndham da önemli turizm merkezleri ve gelişen seyahat pazarlarında büyümesini sürdürmeye odaklanıyor. Wyndham Hotels & Resorts EMEA Başkanı Dimitris Manikis, "Seyahat etmek, günümüzde bir tercihten ziyade bir gereklilik olarak dönüşüm geçirmeye devam ediyor. 2025 yılındaki güçlü performansımız, bu dönüşüme paralel olarak büyüdüğümüzün bir göstergesidir. Avrupa genelinde uluslararası seyahate yönelik taleple birlikte Hindistan ve Türkiye gibi pazarlarda yurtiçi büyüme devam etti. Seyahat edenler, resort destinasyonlardan kültür turizminin önemli merkezlerine ve hızla büyüyen ikincil kentlere kadar, gittikleri her yerde yakınlık ve keşif fırsatları arıyor. Bu da otel sahipleri için önemli fırsatlar yaratıyor ve uzun vadede sürdürülebilir büyümeyi

ve performansı destekliyor" dedi. Türkiye Wyndham'ın dünyadaki en büyük ve en yüksek stratejik öneme sahip pazarları arasındaki yerini korurken, şirketin şu anda 40'tan fazla şehirde 130'un üzerine oteli bulunuyor. Wyndham, tesis sayısı bazında ülkedeki en büyük uluslararası otel grubu olmaya devam ediyor. 2025 yılında Türkiye'ye 52 milyondan fazla yabancı uyruklu ziyaretçi giriş yaparken, Wyndham da çeşitli markalarıyla yeni kentlerde ve resort destinasyonlarda büyümeye devam etti. La Quinta by Wyndham İstanbul Kartal, Wyndham Alanya, TRYP by Wyndham İstanbul Beyoğlu and Ramada by Wyndham Arnavutköy, şirketin açtığı şehir, uzun konaklama ve tatil konseptli oteller arasında yer aldı. Şirketin Türkiye'deki ilk markalı rezidans projesi Ramada Residences by Wyndham İstanbul Haramidere, dünyanın ilk markalı mağara oteli olan Signature Cave Cappadocia, Trademark Collection by Wyndham, 17 tarihi taş konağın restore edilmesiyle hayata geçen Wyndham Tarsus St. Paul ve Wyndham'ın Gaziantep'teki ilk oteli olan Ramada by Wyndham Gaziantep de 2025 yılında açılan oteller arasında yer aldı. Aynı dönemde 20 yeni otel geliştirme anlaşmasına imza atan şirket, böylece ülkede büyümeye devam etme kararlılığını ortaya koydu. 2025 yılındaki ivmesiyle yeni yıla da hızlı bir başlangıç yapan Wyndham, İstanbul'un Anadolu yakasındaki yeni lifestyle oteli olan TRYP by Wyndham İstanbul Maltepe'nin açılışını da yakın zamanda gerçekleştirdi. Dikkat çekici destinasyonlarda özgün ve deneyim odaklı konaklama hizmetlerine yönelik talep artarken, Wyndham da EMEA bölgesinde üst ve en üst segmentlerdeki büyümesine 2025 yılında hız verdi. Signature Cave Cappadocia, Trademark Collection by Wyndham'a ek olarak bölge genelinde gerçekleşen diğer açılışlar arasında Sicilya'daki Dolce by Wyndham Siracusa I Monasteri Golf and Spa, Danimarka'daki Comwell Hvide Hus Aalborg, Dolce by Wyndham ve Hindistan'daki Wyndham Grand Udaipur Fateh Sagar Lake de şirketin yerel karakteristik özellikleri üstün hizmet ve misafirleri içine çeken deneyimlerle bir araya getirme stratejisini yansıtan oteller arasında yer aldı. Wyndham, deneyim odaklı otel açılışlarına ek olarak, yurtiçi seyahatler, iş seyahatleri ve bölgesel seyahatlerde güvenilir ve markalı konaklama hizmetlerine yönelik talebin arttığı bu dönemde ekonomi ve orta segmentlerindeki liderlik konumunu da güçlendirdi. Şirket, 2025 yılında Super 8® by Wyndham markasını İber yarımadasıyla buluşturmak ve Suudi Arabistan'daki portföyünü önemli ölçüde büyütme için, çok sayıda tesisi kapsayan anlaşmalara imza attı. Soliteight ile kurulan münhasır ortaklık kapsamında önümüzdeki on yıl içinde İspanya ve Portekiz'in ikincil şehirleri ve önemli ulaşım merkezlerindeki talebi karşılayacak 40 adet



Super 8 oteli açılacak. Suudi Arabistan'da ise Le Park Concord ile imzalanan stratejik anlaşma kapsamında geliştirilecek 100 adet Super 8 oteli de ülkenin 2030 Vizyonu'ndaki turizm hedeflerini ve gelişen destinasyonlarda kaliteli ve uygun bütçeli konaklama hizmetlerine erişimi destekleyecek. Wyndham, köklü pazarlarda hedefe yönelik büyüme adımları atarak ve hızla büyüyen yeni pazarlara giriş yaparak, Orta, Güney ve Kuzey Avrupa'daki varlığını genişletmeye devam etti. Wyndham bu bölgedeki büyümesiyle, yıl boyu seyahat eden misafirlerin geleneksel yaz tatilleri dışındaki farklı konaklama seçeneklerine yönelik talebini karşılıyor. Gürcistan, Romanya ve Kazakistan'daki portföyünü de büyüten Wyndham, yurtiçi seyahatler ve bölgesel bağlantı noktalarının artmasına paralel olarak otel talebinin de yükseldiği Doğu Avrupa ve Orta Asya ülkelerinin gelişmeye devam eden turizm merkezlerindeki konumunu güçlendirdi. Hindistan, yurtiçi seyahat talebinin gücünü koruması, orta sınıfın giderek daha çok seyahat etmesi ve markalı konaklama hizmetlerine yönelik talebin büyük metropollerin dışında da artmasıyla birlikte, Wyndham'ın EMEA'daki en hızlı büyüyen pazarları arasında yer almaya devam ediyor. 2025 yılında Hindistan'da 29 otelin açılışına imza atan Wyndham, markalı konaklama kapasitesinin sınırlı olduğu ikincil ve üçüncül kentlerdeki büyümesine ivme kazandı. Şirket, Wyndham Grand Udaipur Fateh Sagar Lake gibi önemli açılışlarla destinasyon odaklı konaklama alanındaki varlığını güçlendirdi. Udaipur, Pushkar ve Jaipur gibi tatil, spiritüel ve düşün odaklı destinasyonlarda kutlamalar, hac ziyaretleri ve deneyim odaklı turizm yıl boyunca talep üretiyor ve Wyndham'ın bölgedeki büyümesi de bu talebe odaklanıyor. Güney Asya genelinde 100 oteli bulunan Wyndham, Ramada by Wyndham Cox's Bazar Kolatoli Beach otelinin açılışıyla yurtiçi turizmin güçlü bir şekilde büyüdüğü Bangladeş pazarına da giriş yaptı. Wyndham ile Cygnett Hotels & Resorts arasında kurulan stratejik ortaklık kapsamında Hindistan, Bangladeş, Sri Lanka ve Nepal'de önümüzdeki on yıl içinde 60'tan fazla otelin açılması ve La Quinta® by Wyndham ve Registry Collection Hotels® markalarının da bu bölgeyle buluşması bekleniyor.

İSATAG 2. Olağan Genel Kurulu gerçekleştirildi

İstanbul Seyahat Acentaları Tanıtım ve Geliştirme Derneği (İSATAG), 2. Olağan Genel Kurul Toplantısını 22 Şubat 2026 tarihinde İstanbul Levni Hotel & Spa'da üyelerinin katılımıyla gerçekleştirdi. Çoğunluğun sağlanmasının ardından Genel Kurul, Dernek Başkanı Aylin Özsvaşı'nın açılış konuşmasıyla başladı. Genel Kurul'da, derneğin kuruluşundan bu yana geçen üç yıllık dönem değerlendirilirken; turizm sektörünün mevcut durumu ve geleceğe yönelik öncelikleri ele alındı. Cumhuriyetimizin temel değerlerinden beslenen yaklaşım doğrultusunda, İSATAG'ın bir meslek derneği kimliğiyle, turizmin tüm paydaşlarıyla iletişim içinde olan; sorumluluk alan ve sektöre yön veren bir sivil toplum yapısı olma hedefi vurgulandı. Toplantı kapsamında yapılan değerlendirmelerde, turizmin yalnızca sonuçlar ve rakamlar üzerinden değil; süreçler, kalite ve uzun vadeli değer üretimi üzerinden ele alınması gerektiği ifade edildi. Türkiye'nin kültürel, tarihsel, inanç ve doğal zenginliklerinin bu değer üretimine sağladığı katkının önemine vurgu yapılarak, söz konusu potansiyelin günü kurtaran yaklaşımlar yerine stratejik ve sürdürülebilir bir vizyonla ele alınmasının ve bu birikimin dünya turizm sahnesinde rekabet gücünü artıracak şekilde konumlandırılmasının gerekliliği belirtildi. Bu vizyon doğrultusunda,

önümüzdeki dönemde seyahat acentalarının çağın gerekliliklerine uyum sağlayabilmesi amacıyla teknolojik altyapılarının güçlendirilmesine yönelik çalışmaların yanı sıra; ürün geliştirme, paketleme ve pazarlama alanlarında yetkinliklerini artırmaya odaklanan eğitim stratejilerinin hayata geçirilmesi planlanıyor. Aynı zamanda kadın istihdamını ve sektördeki etkinliğini artırmaya yönelik çalışmalar ile Türkiye'nin inanç turizmi alanında sahip olduğu güçlü potansiyelin dünya turizm pastasından daha fazla pay alacak şekilde değerlendirilmesine yönelik projelerin de bu kapsamda geliştirilmesi hedefleniyor. Dijitalleşme, katma değerli ürün üretimi, kapsayıcı istihdam ve rekabet gücünü artırmaya odaklanan bu bütüncül yaklaşımın, sektörün geleceği açısından kritik bir rol üstleneceği değerlendirildi. Bu bütüncül yaklaşımın tamamlayıcı bir unsuru olarak, Genel Kurul'da sivil toplum kuruluşlarının sektörel dönüşümde üstlendiği role de dikkat çekildi. Sahadan gelen bilgi ve deneyimin karar alma süreçlerine taşınmasının, kamuya özel sektör arasında güvene dayalı bir denge kurulmasının ve çözüm odaklı temsil anlayışının güçlendirilmesinin önemi vurgulandı. İSATAG'ın bu çerçevede, sektörü yalnızca izleyen değil; yön gösteren ve çözüm



üreten bir sivil toplum duruşunu sürdürmeye devam edeceği ifade edildi. Yapılan gizli oylama sonucunda derneğin yeni dönem Yönetim Kurulu ve Denetim Kurulu üyeleri belirlendi, seçim sonuçlarına herhangi bir itirazın olmamasıyla birlikte yeni yönetim göreve başladı.

Yeni dönem Yönetim Kurulu listesi şu şekilde oluştu.

YÖNETİM ASIL: Aylin Özsvaşı, Cengiz Kellekçi, Özdemir Sözmen, Ömür Kahraman Sayılğan, Ünal Kırmıç, Cevdet Eroğlu, İbrahim Saygıner. **YÖNETİM YEDEK:** Serap Değirmenci, Öncem Yılmaz, Bilgehan Sesişık, Çağlar Gökçün, Vahide Aydemir, İlker Horozcu, Fatma Yorgancı Karaca.

DENETİM ASIL: Halil Erol, Neşe Çevik, İbrahim Ulus.

DENETİM YEDEK: Kurtuluş Dağlı, Sevinç Akdoğan, Nurcan Bakır.

Derya Verün: “Türkiye, Luxury Düşün Turizminde Küresel Gücünü Pekiştiriyor”

TEODER Etik Kurulu Başkanı ve Siyahinci Organizasyon Yönetim Kurulu Başkanı Cem Derya Verün, luxury düşün segmentinin klasik turizm hareketlerinden farklı olarak çok daha yüksek kişi başı harcama oranına sahip olduğunu vurguladı. Verün'e göre, yabancı misafirlerin Türkiye'ye giriş yaptığı andan itibaren başlayan süreç, havalimanı transferlerinden konaklamaya, şehir içi restoranlardan alışveriş noktalarına kadar geniş bir ekonomik etki yaratıyor. Türkiye, özellikle İstanbul, Bodrum, Antalya, Çeşme ve Fethiye gibi destinasyonlarda sunduğu doğal güzellik ve hizmet kalitesiyle uluslararası çiftlerin öncelikli tercihleri arasında yer alıyor. Cem Derya Verün, luxury düşüncülerin yalnızca otellerin doluluk oranlarını artırmakla kalmadığını, şehir ekonomisinde zincirleme bir hareketlilik başlattığını belirtti. Üç ila beş gün süren organizasyon programları, yüzlerce davetlinin konaklamasını, fine-dining restoran deneyimlerini, kültürel gezileri ve alışveriş aktivitelerini kapsıyor. Bu süreçte müze ve ören yerleri, özel rehberli turlar, yat kiralama hizmetleri ve VIP ulaşım firmaları da ekonomik döngünün parçası haline geliyor. Verün, bu modelin sürdürülebilir turizm geliri açısından son derece kıymetli olduğunu ifade etti. Verün'e göre Türkiye'nin en önemli avantajlarından biri, dünya standartlarının üzerindeki tesis altyapısı. Sahil

destinasyonlarında yer alan lüks resort oteller ve butik konsept mekanlar, geniş balo salonları, açık hava organizasyon alanları, özel iskele konseptleri ve yüksek güvenlik standartlarıyla uluslararası beklentileri karşılıyor. Uluslararası mutfak deneyimi sunan şef kadroları ve VIP misafir yönetimindeki profesyonellik, Türkiye'yi rakip destinasyonlar karşısında öne çıkarıyor.

“Türk organizasyon firmaları artık global ölçekte prodüksiyon yapabiliyor”

Cem Derya Verün, Türkiye'de faaliyet gösteren luxury düşün organizasyon firmalarının yaratıcı kapasitesine dikkat çekti. Konsept geliştirme, sahne tasarımı ve operasyon yönetimi alanlarında uzmanlaşmış ekipler sayesinde organizasyonlar yalnızca bir düşün değil, tam ölçekli bir görsel şölene dönüşüyor. Uluslararası trendlerin yakından takip edilmesi, tasarım ve dekor uygulamalarında yüksek estetik standartların benimsenmesi Türkiye'nin marka değerini güçlendiriyor. Verün, teknik prodüksiyon tarafında ulaşılan seviyenin altını çizerek, yüksek çözünürlüklü LED ekran sistemleri, üç boyutlu mapping uygulamaları, akıllı ışık sistemleri ve uluslararası standartta ses altyapıları sayesinde düşüncüler adeta bir sahne gösterisine dönüşüyor dedi. Canlı orkestralar, DJ performansları ve özel sahne efektleri senkronize biçimde planlanarak



dünya standartlarında bir deneyim sunabilir hale geldi.

“Luxury düşüncüler geniş bir tedarik zincirini besliyor”

Cem Derya Verün, luxury düşün segmentinin arkasında çok güçlü bir tedarik ekosistemi bulunduğunu belirterek, çiçek ve dekor üreticilerinden tekstil firmalarına, catering şirketlerinden sahne ekipman sağlayıcılarına kadar pek çok sektör bu organizasyonlardan doğrudan pay alıyor. Yüksek kalite beklentisi, üretim ve hizmet standartlarını yukarı taşıırken, yerli firmaların da uluslararası ölçekte rekabet edebilmesine zemin hazırlıyor. Verün'e göre luxury düşün turizmi yalnızca ekonomik değil, sosyal açıdan da önemli bir katkı sağlıyor. Sahne tasarımcıları, ses ve ışık mühendisleri, çok dilli operasyon yöneticileri ve VIP hizmet personelleri gibi uzmanlaşmış kadrolar için yeni kariyer alanları oluşuyor. Bu gelişim, turizm sektöründe nitelikli iş gücünün artmasına ve hizmet kalitesinin sürdürülebilir biçimde yükselmesine katkı sunuyor.

Kruvaziyer turizmi şehir ekonomilerini nasıl harekete geçiriyor?



Ahmet Yazıcı

Kruvaziyer turizmi Türkiye’de yeniden “rekor” kelimesiyle anılıyor. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı verilerine göre 2025’te Türkiye limanlarına gelen kruvaziyer yolcu sayısı 2.138.136’ya, kruvaziyer gemi uğrak sayısı ise 1.375’e yükseldi. Böylece Türkiye, 2013’ten sonra ilk kez yeniden 2 milyon yolcu eşliğini aştı. Peki, herkesin merak ettiği asıl soru şu: Tek bir cruise gemisi, bir liman kentine “kaç milyon dolarlık” etki bırakıyor? Yanıt; geminin kapasitesi, uğrak tipi, yolcunun şehirde kalma süresi ve liman hizmetlerinin kapsamına göre değişiyor. Ancak güncel veriler ve uluslararası harcama örnekleri, tek bir uğrağın yüz binlerce dolardan başlayıp 1 milyon doların üzerine çıkabilen bir ekonomik hareketlilik üretebildiğini gösteriyor. Bir kruvaziyer

gemisinin limana yanaşması, yalnızca gemiden inen yolcuların şehir merkezine dağılması anlamına gelmiyor. Ekonomik etki; yolcu harcamalarından mürettebat giderlerine, liman operasyonlarından yerel tedarik zincirine kadar uzanan çok katmanlı bir yapı üzerinden şekillendirdiğini belirten Sea Genesis Group Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Yazıcı, “Restoranlar, kafeler, müzeler, tarihi alanlar, alışveriş noktaları ve şehir turları ilk temas noktalarını oluştururken; yüzlerce hatta binlerce kişilik mürettebatın harcamaları da şehir ekonomisine doğrudan katkı sağlıyor. Bununla birlikte kılavuzluk, römorkör hizmetleri, liman kullanım bedelleri, güvenlik, acente operasyonları ve lojistik giderler gibi kalemler, kruvaziyerin şehirde yarattığı ekonomik zincirin önemli parçalarını oluşturuyor. Dolayısıyla kruvaziyer turizmi yalnızca turistik bir hareketlilik değil, liman kentlerinde aynı gün içinde geniş bir ticari ekosistemi harekete geçiren bir yapı olarak öne çıkıyor.” İfadelerini kullandı. Ekonomik katkının büyüklüğü geminin kapasitesine ve uğrağın niteliğine göre değişiyor. Küçük ölçekli gemiler dahi şehirde yüz binlerce dolarlık harcama yaratabilirken, yolcu kapasitesi arttıkça bu rakamlar hızla yükseliyor. Orta ölçekli gemilerde şehir ve liman toplamında yarım milyon dolar bandına yaklaşan bir etki söz konusu olabilirken, 4.000’in üzerinde yolcu taşıyan mega gemilerde toplam ekonomik hareketlilik milyon dolar seviyesini aşabiliyor. Kruvaziyer turizminin klasik konaklama modellerinden farklı olarak yoğun ve hızlı

bir harcama döngüsü yarattığını vurgulayan Ahmet Yazıcı, “Kruvaziyer gemileri, yüksek harcama kapasitesine sahip bir yolcu profili getiriyor. Aynı gün içinde yüzlerce işletmeye temas eden bir ekonomik zincir oluşuyor. Bu nedenle kruvaziyer, liman kentleri için yalnızca turizm değil, doğrudan bir ekonomik kalkınma aracı. Özellikle İstanbul, Kuşadası, İzmir ve Bodrum gibi liman kentlerinde bu etkinin artık daha görünür hale geldiğini gözlemledik.” dedi. Sektörde artık yalnızca gemi ve yolcu sayısı değil, kişi başı harcama ve şehirde bırakılan net ekonomik katkı konuşuluyor. Önemli olanın daha fazla gemi ağırlamak değil, daha yüksek katma değer bırakan kruvaziyer operasyonlarını artırmak olduğunu belirten Yazıcı bu yaklaşımı şöyle özetliyor; “Hedefimiz yalnızca gemi sayısını artırmak değil; şehir ekonomisine daha fazla katkı sağlayan, sürdürülebilir ve nitelikli kruvaziyer turizmini büyütmek. Türkiye bu potansiyele fazlasıyla sahip.” Bugün bir kruvaziyer gemisi limana yanaştığında, yalnızca yolcu taşıyor; restoranlardan rehberlere, müzelerden taksilere kadar geniş bir ekonomik ağı aynı gün içinde harekete geçiriyor. Kapasiteye ve operasyon tipine göre değişmekle birlikte, tek bir geminin şehirde bıraktığı ekonomik etki yüz binlerce dolardan başlayıp milyon dolar seviyelerine ulaşabiliyor. Kruvaziyer turizmi artık Türkiye için yalnızca bir turizm kalemi değil; liman kentleri açısından stratejik bir ekonomik güç olarak konumlanıyor.

LuxInTurkey (LIT) 9–12 Mart 2026’da İstanbul’da

Türkiye’nin lüks turizmdeki uluslararası konumunu güçlendirmek amacıyla Aida Tours tarafından hayata geçirilen LuxInTurkey (LIT) platformunun onuncu edisyonu, 9–12 Mart 2026 tarihleri arasında Türkiye İş Bankası ana sponsorluğunda İstanbul’da gerçekleştirilecek. 2014 yılından bu yana düzenlenen ve 25 yıla yakın süredir üst segment seyahat alanında faaliyet gösteren AIDA Tours tarafından oluşturulan LIT platformu, Türkiye’nin seçkin otel ve deneyim markalarını, dünyanın farklı pazarlarında karar verici konumda bulunan sınırlı sayıdaki lüks seyahat tasarımcılarıyla bir araya getirerek uzun vadeli iş üretmeyi hedefliyor. LIT, kitlesel bir görünürlük anlayışı yerine; seçicilik, uyum ve güven temelli bir iş modeliyle kurgulanıyor. AIDA Tours Kurucusu Advie Bergemann konuya ilişkin açıklamasında “LuxInTurkey, kalabalıkları değil doğru insanları bir araya getirmek üzerine tasarlandı. Üst segment seyahatte esas değer; görünürlükten değil, güven ve uzun vadeli ilişkilerden doğar. Bizim için önemli olan, Türkiye’yi doğru temsil etmek ve bu temsili sürdürülebilir kılmak” diye konuştu. The Peninsula İstanbul’da başlayacak etkinlik, Çırağan Palace Kempinski İstanbul’da gerçekleştirilecek birebir görüşmeler ve sektörel atölyelerle devam edecek. Gala akşam yemeği Mondaïne de Pariso Istanbul by Aliée Hotel’de düzenlenecek; program AIDA Moments kapsamında kurgulanan özel İstanbul deneyimleri ve Soho House İstanbul’daki kapanış buluşmasıyla tamamlanacak.



Advie Bergemann

Etkinlik sonrasında davetliler, AIDA Moments | Discovery programı kapsamında Kapadokya, Antalya gibi destinasyonlarda birebir deneyimlerle Türkiye’nin farklı bölgelerini yerinde tanıma fırsatı bulacak. Dünya genelinde üst segment seyahat eden sınırlı ancak yüksek harcama potansiyeline sahip bir kitle bulunuyor. Bu segment, destinasyon seçiminde kalite, güvenilirlik, özgünlük ve özel erişim kriterlerini önceliklendiriyor. Türkiye’nin bu alandaki payını artırabilmesi, doğru uluslararası bağlantıların kurulmasına ve güçlü temsil mekanizmalarının oluşturulmasına bağlı. LuxInTurkey (LIT), bu bağlamda Türkiye’nin lüks turizmdeki konumunu güçlendirmeyi ve uluslararası pazarlarda güven temelli iş birlikleri kurmayı amaçlayan stratejik bir platform olarak öne çıkıyor.

FUARLAR

YURTDIŞI FUARLAR	Tarih	Fuarın Adı	Konusu	Yeri	Düzenleyen
	10- 13 Mart 2026	Fetex 15. Fethiye Turizm, Turizm Tedarikçileri Ve Yiyecek İçecek İhtisas Fuarı	Turizm Sektöründeki Ekipman, Servis Malzemeleri Ve Yiyecek İçecek	Fethiye Belediyesi Fuar Ve Sergi Alanı	Marmaris Fuarcılık Organizasyon Halkla İlişkiler Basın Yayın Ltd. Şti.
	26 - 28 Mart 2026	Bodrum Otel, Kafe, Restaurant Ekipmanları, Ev Dışı Tüketim Ürünleri, Gıda Ve İçecek Fuarı	Otel, Kafe, Restaurant Ekipmanları, Ev Dışı Tüketim Ürünleri	Bodrum Herodot Kültür Merkezi	Başak Fuar Hizmetleri
	01 - 04 Nisan 2026	Host İstanbul 18. Uluslararası Türkiye Ev Ve Mutfak Eşyası Üreticileri Fuarı	Züccaciye, Hediyeelik Eşya, Dekoratif Ev, Ev Tekstili Ve Elektrikli Ev Aletleri	İstanbul Tüyp Fuar ve Kongre Merkezi	Informa Fuarcılık
	27 - 30 Nisan 2026	48. Yapı Fuarı - Turkeybuild İstanbul 2026	Yapı, İnşaat Malzemeleri Ve Teknolojileri Fuarı	İstanbul Tüyp Fuar ve Kongre Merkezi	ICA Fuarcılık A.Ş.
	08 - 10 Mayıs 2026	Coffex İstanbul	Kahve Ve Kakao Endüstrisi	İstanbul Lütfi Kırdar Uluslararası Kongre Ve Sergi Sarayı	Enc Uluslararası Fuar Organizasyon
	19 - 22 Mayıs 2026	Homtex 2026 Uluslararası Ev Tekstili Fuarı	Ev Tekstili Ve Aksesuarları	İstanbul Fuar Merkezi	Kfa Fuarcılık A.Ş.
	26 - 27 Haziran 2026	İstanbul Turizm Ve Seyahat Fuarı	Hac Ve Umre Turizm Konaklama Fuarı	Wow İstanbul Hotels & Convention Center A+B+C Salonu Ve Fuayeleri	İstanbul Aşk Turizm Gayrimenkul Danışmanlığı
	06 - 07 Temmuz 2026	18. Umre & Turizm Fuarı 2026	Umre Turizmüne Yönelik Otel, Havayolu, Acenta, Servis,, Vb. Sektörlerinin Buluşması	İstanbul Lütfi Kırdar Uluslararası Kongre Ve Sergi Sarayı	Grup Medya Fuarcılık
	28 Ağu. - 09 Eyl. 2026	95. İzmir Enternasyonal Fuarı	Genel Ticaret	Fuarizmir - Yeni Fuar Alanı	İzfaş İzmir Fuarcılık
	01 - 04 Eylül 2026	Foodist 2026 İstanbul Gıda Ve İçecek Ürünleri Fuarı	Gıda Ve İçecek Ürünleri, Su Ürünleri, Yaş Meyve Ve Sebze, Private Label Ürünler, Gıda Depolama Raf Sistemleri, Soğuk Zincir Ve Gıda Lojistiği	İstanbul Tüyp Fuar ve Kongre Merkezi	Tüyp Tüm Fuarcılık Yapım A.Ş. / Alz Grup Uluslararası Fuar
	09 - 12 Eylül 2026	Zuchex 36. Uluslararası Ev Ve Mutfak Eşyaları Fuarı	Cam Ürünler, Çelik Mutfak Eşyaları, Plastik Ürünler, Porselen, Küçük Elektrikli Ev Aletleri, Ev Tekstili,	İstanbul Tüyp Fuar ve Kongre Merkezi	Informa Fuarcılık Anonim Şirketi
	21 - 26 Eylül 2026	Vitahealth Sağlık Turizm Fuarı	Sağlık Turizmi, Sağlık Hizmetleri, Wellness, Tedaviler,	Pullman İstanbul Hotel & Convention Center	Bt Turizm Organizasyon Ve Fuarcılık Ltd. Şti.
	24 - 25 Eylül 2026	İstanbul Turizm Fuarı	Turizm,Oteller, Seyahat Acentaları, Ülkeler, Tanıtım Büroları, Teknoloji, Servis Sağlayıcılar, Ulaşım Sağlayıcılar, Kongre, Toplantı, Etkinlik	İstanbul Dr. Mimar Kadir Topbaş Gösteri Ve Sanat Merkezi	Dream Project Organizasyon Fuarcılık A.Ş.
	14 - 17 Ekim 2026	Ibaktech 15. Uluslararası Ekmek, Pasta Makinaları, Dondurma, Çikolata Ve Teknolojileri Fuarı	Ekmek, Pasta Makinaları, Dondurma, Çikolata Ve Teknolojileri	İstanbul Fuar Merkezi	Messe Stuttgart Ares Fuarcılık Ltd. Şti.
	26 - 28 Ekim 2026	Uluslararası Antalya Turizm Fuarı	Turizm,Seyahat,Ticaret	Anfaş Antalya Fuar Ve Kongre Merkezi	Gmt Fuarcılık Limited Şirketi
	19 - 21 Kasım 2026	Travel Expo Ankara 9. Uluslararası Turizm Ve Seyahat Fuarı	Seyahat Acenteleri, Oteller, Araç Kiralama, Turizm Büroları, Bakanlıklar, Dernekler Ve Birlikler, Belediyeler, Eğitim, Seyahat Malzemeleri	Ankara Ato Kongre Ve Sergi Sarayı 'Congressium'	Atis Fuarcılık Anonim Şirketi
	25 - 28 Kasım 2026	Ethexpo Eurasia Turizm Ve Sağlık Fuarı	Turizm,Sağlık Turizmi,Medikal Alternatif Turizm,- Tıbbi Cihaz İlaç	İstanbul Fuar Merkezi	Discover Events Fuar Ve Organizasyon Limited Şirketi
	02 - 05 Aralık 2026	Uluslararası 7. Otel, Restoran, Kafe, Unlu Mamuller, Fırın, Pastane Ekipmanları ve Ev Dışı Tüketim Ürünleri Fuarı		Fuar İzmir	Gl Platform Fuar HİZ. LTD. ŞTİ.
	10 - 12 Aralık 2026	Hotel Tech Antalya 4. Otel Teknik Ekipman ve Malzemeleri İhtisas Fuarı	Isıtma-Soğutma, Enerji, Aritma, Havuz, Aydınlatma, Yangın Sistemleri, Otomasyon, Asansör, Peyzaj, Zemin çatı kaplama sist. Vb. firmalar	Nest Kongre ve Fuar Merkezi - Belek / Antalya	Plan T Fuarcılık
	15 - 18 Aralık 2026	Worldfood İstanbul 2026 - 34. Uluslararası Gıda Ürünleri Teknolojileri Fuarı	Süt, Et, Şekerleme & Şekerli Mamuller, Konserve, İçecekler, Dondurulmuş Hazır Gıda, Temel Gıda	İstanbul Fuar Merkezi	Ica Fuarcılık Anonim Şirketi
YURTDIŞI FUARLAR	Tarih	Fuarın Adı	Konusu	Yeri	Düzenleyen
	03 - 05 Mart 2026	ITB Berlin	Almanya Turizm Fuarı	Almanya - Berlin	Messe Berlin
	03 - 05 Mart 2026	Sirha Budapeşt 2026	Uluslararası Horeca Fuarı	Macaristan - Budapeşte	Messe Turkey Fuarcılık
	11- 13 Mart 2026	MITT Moscow	Moskova Turizm Fuarı	Rusya - Moskova	ITE Group
	02 - 04 Nisan 2026	Intourmarket 2026	Uluslararası Seyahat Fuarı	Rusya - Moskova	Expotour Ltd.
	08 - 12 Nisan 2026	MAROCOTEL 2026	Fas Horeca Fuarı	Fas - Al Jadid	Anotolia Expo Ulusl. Fuarcılık
	04 - 07 Mayıs 2026	HORECA LIBYA 3.Uluslararası Otelcilik Fuarı	Otel gıda, ekipman, mobilya vb. tedarik fuarı	Libya - Bingazi	Messe Turkey Fuarcılık
	11 - 13 Mayıs 2026	Caféx	12.Uluslararası Kafe ve Restoran Ekipmanları, Ağırılama Teknolojileri fuarı	Mısır - Kahire	Expotim - Ladin
	02 - 04 Haziran 2026	The Hotel Show	26.Uluslararası otel, restoran, mutfak, dekorasyon malzeme ve ekipmanları fuarı	BAE - Dubai	TG Expo
	09 - 11 Haziran 2026	Food Beverage West Africa	7.Uluslararası Gıda ve İçecek Fuarı	Nijerya - Lagos	TG Expo
	15 - 17 Haziran 2026	Saudi Sleep & Textile Show 2026	Otel Tedarik	Suudi Arabistan - Cidde	True Expo
	16 - 18 Haziran 2026	Hospitality East Africa	Otel, Restoran, Mutfak, Banyo, Dekorasyon, Tekstil, Malzeme ve Ekipmanları	Tanzanya - Darüsselam	TG Expo
	15 - 17 Temmuz 2026	SIGEP ASIA 2026	Gıda - Otelcilik ve Restorant	Singapur	Messe Turkey Fuarcılık
	13 - 15 Eylül 2026	Hotel & Hospitality Expo Saudi Arabia		Suudi Arabistan - Riyad	dmg & KAOUN Ltd
	16 - 18 Eylül 2026	HoReCa 2026	Uluslararası Hotel Ekipmanları ve Hizmetleri Fuarı	Kazakistan - Astana	Messe Turkey Fuarcılık
	07 - 10 Ekim 2026	IRAQ Home & Hotel Expo	Uluslararası Otel Malzemeleri ve Mobilya Fuarı	Irak - Bağdat	GET Events
	02 - 05 Kasım 2026	Equiphotel Paris	Uluslararası Turizm Fuarı	Fransa - Paris	RX Global
	07 - 10 Ekim 2026	IRAQ Home & Hotel Expo	Uluslararası Otel Malzemeleri ve Mobilya Fuarı	Irak - Bağdat	GET Events

TOPLANTI ve KONGRELER

Tarih	Toplantı/Kongrenin Adı	Konusu	Yeri	Düzenleyen
10 - 11 Şubat 2026	Tourism Investment Forum (Turizm Yatırım Forumu) - TIF 2026	Yaklaşık 12 trilyon dolarlık küresel turizm ekosisteminin tüm paydaşlarını buluşturacak	Four Seasons Hotel İstanbul at The Bosphorus	TTYD
12 - 13 Şubat 2026	Uluslararası Turizm, Gastronomi Yatırımları ve Ağırılama Zirvesi FSummit Konferans & Fuarı	Sektörün önde gelen ulusal ve uluslararası paydaşlarını bir araya getiren bir etkinlik	Antalya NEST Kongre Merkezi	Sözen Group
10 - 11 Eylül 2026	GlobeMeets	Seyahat acenteleri ve hizmet sağlayıcılarını bir araya getiren etkinlik	Rixos Tersane İstanbul	GlobeMeets
19 Kasım 2026	16.Uluslararası Resort Turizm Kongresi	Turizm Profesyonellerinin katılacağı bir kongre	Antalya	AKTOB Akeniz Turistik Otelciler Birliği

2026 yılının ilk ayında ülkemize gelen yabancı ziyaretçilerin sayısı %3,48 artışla 2 milyon 246 bin oldu

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın son açıkladığı verilere göre 2026 yılının ocak ayında 2 milyon 246 bin 639 yabancı ziyaretçi Türkiye'ye geldi. Yabancı ziyaretçi sıralamasında; ilk üç sırada, 225 bin 205 kişi ile İran, 220 bin 160 kişi ile Rusya, 171 bin 687 kişi ile Bulgaristan yer aldı. Geçtiğimiz yılın aynı ayında gelen yabancı ziyaretçi sayısı ise 2 milyon 171 bin 118 olmuştu. Buna göre 2026 yılının ocak ayında yabancı ziyaretçi sayısında, geçtiğimiz yılın aynı ayına göre yüzde 3,48 artış yaşandı.

TÜRKİYE'YE GELEN YABANCI ZİYARETÇİ SAYILARI* (2023 - 2024 - 2025)					
MİLLİYET	2024	2025	2026	Değişim %	
				2025 / 2024	2026 / 2025
İran	211 801	240 643	225 205	13,62	-6,42
Rusya Fed.	230 579	203 733	220 160	-11,64	8,06
Bulgaristan	162 414	165 792	171 687	2,08	3,56
Almanya	142 825	150 558	160 757	5,41	6,77
Gürcistan	97 296	93 115	88 387	-4,30	-5,08
İngiltere (Birleşik Krallık)	70 532	72 356	73 037	2,59	0,94
Irak	50 071	60 982	69 821	21,79	14,49
Amerika Birleşik Devletleri	38 813	46 509	64 047	19,83	37,71
Azerbaycan	54 508	66 166	58 899	21,39	-10,98
Yunanistan	57 185	59 219	54 513	3,56	-7,95
Suudi Arabistan	33 893	41 630	45 899	22,83	10,25
Romanya	50 942	48 197	44 938	-5,39	-6,76
Fransa	40 751	42 645	42 899	4,65	0,60
Özbekistan	34 246	45 334	42 018	32,38	-7,31
Ukrayna	41 875	40 341	41 714	-3,66	3,40
İtalya	28 868	40 108	41 680	38,94	3,92
Hollanda	35 516	36 373	39 254	2,41	7,92
Endonezya	21 546	29 384	30 418	36,38	3,52
Çin Halk Cumhuriyeti	29 303	26 505	29 471	-9,55	11,19
Kazakistan	21 611	29 795	27 946	37,87	-6,21
Cezayir	22 302	24 715	27 768	10,82	12,35
Polonya	19 417	21 688	26 354	11,70	21,51
Kuveyt	15 572	20 016	24 847	28,54	24,14
İspanya	18 033	18 833	19 754	4,44	4,89
Belçika	13 763	17 860	19 521	29,77	9,30
Güney Kore	15 481	17 886	18 176	15,54	1,62
Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti	15 617	17 174	18 070	9,97	5,22
Libya	13 847	14 324	17 938	3,44	25,23
Avusturya	13 161	14 628	17 898	11,15	22,35
Kuzey Makedonya Cumhuriyeti	19 797	17 244	16 214	-12,90	-5,97
Fas	15 209	16 463	15 844	8,25	-3,76
Diğer	410 253	430 902	451 505	5,03	4,78
YABANCI TOPLAMI	2 047 027	2 171 118	2 246 639	6,06	3,48

TÜRKİYE'YE GELEN YABANCI ZİYARETÇİLERİN YILLARA VE AYLARA GÖRE DAĞILIMI*					
AYLAR	YILLAR			DEĞİŞİM %	
	2024	2025	2026	2025 / 2024	2026 / 2025
OCAK	2 047 027	2 171 118	2 246 639	6,06	3,48
ŞUBAT	2 294 579	2 171 942		-5,34	
MART	2 701 244	2 346 403		-13,14	
NİSAN	3 611 244	3 900 546		8,01	
MAYIS	5 130 119	5 037 447		-1,81	
HAZİRAN	5 860 446	5 772 328		-1,50	
TEMMUZ	7 333 812	7 116 096		-2,97	
AĞUSTOS	6 825 403	6 965 343		2,05	
EYLÜL	6 054 431	6 087 374		0,54	
EKİM	5 448 459	5 683 717		4,32	
KASIM	2 733 663	2 804 705		2,60	
ARALIK	2 588 856	2 718 036		4,99	
TOPLAM	52 629 283	52 775 055		0,28	
1 AYLIK TOPLAM	2 047 027	2 171 118	2 246 639	6,06	3,48

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı
* Yurtdışında ikamet eden vatandaş ziyaretçiler dahil edilmemiştir.



Evinizin Simsıcak Kalbi Daikin Akıllı Kombi ile Kontrol Sizde!

Karşınızda yeni nesil akıllı kombi Daikin NDJ Smart

Üstün ısıtma performansı ile, akıllı tasarruf teknolojisi ile ve uzaktan kontrol edilebilme özelliği ile, bu kış da ısıtmanın en akıllı hali, Daikin Akıllı Kombi.



250 m - 25 km

Konum Algılama ve
Sıcaklık Kontrolü



Uzaktan
Kontrol

PROFESYONEL ENDÜSTRİYEL
TEMİZLİK ÜRÜNLERİ



forest jaxpel setrax alcov
lopex target cappel^{BIO} ante

- Günsu Profesyonel, müşterilerini odak noktasına alarak sürekli gelişen ve yenilikçi yapısıyla kurumsal alanların tüm temizlik ve hijyen ihtiyaçlarını karşılar.
- Çamaşır, Mutfak, Banyo ve Genel Hijyen grubu ürünlerimiz ve yüksek hizmet kalitemizle müşterilerine profesyonel çözümler sunar.





Yatsan'ı tercih eden seçkin otelleri
incelemek için QR kod'u okutabilirsiniz.

yatsan®

Misafir deneyiminin sessiz imzası: Yatsan.
Kaliteli uyku, dünya otellerinde Yatsan tecrübesiyle hayat buluyor.