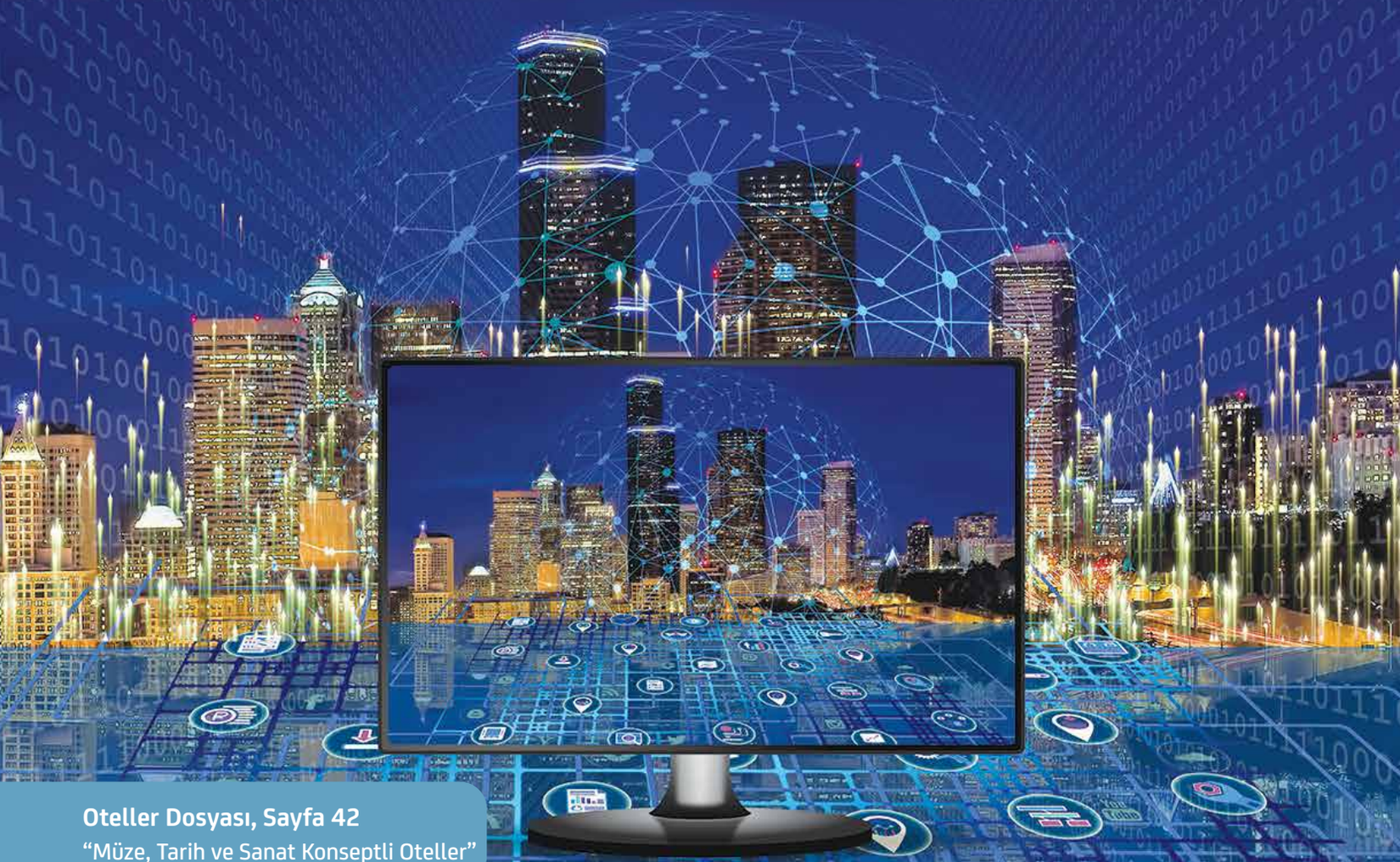
turizm proje
Sayı: 65 | Ekim 2026
Yatırım-Tedarik ve İşletme Dergisi

Turizm sektöründe yapay zekâ destekli yazılım uygulamaları, işletmelerin tüm operasyonel ve ticari süreçlerini uçtan uca dönüştüren, misafir sadakatini, gelirini, verimliliğini ve karar kalitesini artıran stratejik bir noktada konumlanıyor



Oteller Dosyası, Sayfa 42
"Müze, Tarih ve Sanat Konseptli Oteller"

Projeler Dosyası, Sayfa 62
"Yeni Termal Otel Projeleri"

exely

Zincir oteller ve otel yönetim şirketleri için tek platform, tüm portföyde %30'a varan doğrudan satış payı artışı

Çoklu Tesis - Merkezi Web Sitesi

Merkezi Portföy Web Sitesi ile tüm tesislerin görünürlüğünün ve doğrudan satış performansınızı güçlendirin

- Merkezi sistem üzerinden sadakat programıyla tekrar rezervasyonlar edinin
- Kanal performansını ve gelir verilerinin tek ekrandan takip edin
- Portföyünüzde daha düşük dağıtım maliyeti, daha yüksek gelir.

Portföyünüz İçin Daha Fazlasını Keşfedin



CERTIFICATE OF EXCELLENCE
HotelTechReport
RECOMMENDED BY HOTELIERS
2025

Hotel Tech Report Exely Yorum Özeti

Mükemmel
4.9 ●●●●◐ 190 yorum

Kullanım Kolaylığı	4.9/5
Müşteri Desteği	5.0/5
Yatırım Getirisi	4.9/5
Kurulum	4.9/5

Capterra 5 ★★★★★

Software Advice. ★★★★★ 5.0

GetApp USER REVIEWS ★★★★★ 5.0

Elektromarla

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



Yüksek Konfor & Düşük Elektrik Tüketimi

INVERTER MINIBAR

A+++ ECO

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

turizmproje

Yayın Merkezi
Turas Turizm Medya
Yayıncılık ve Ticaret
Ferah Mah. Taşlıbayır Sok. İlke 2 Sitesi
No:73 D.14 Üsküdar - İstanbul
0542 412 07 16 - 0543 838 25 28
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, Ekim 2026

2026 yılının ilk 8 ayında ülkemize gelen yabancı ziyaretçi sayısı yüzde 1,84 düşüşle 34 milyon 826 bin oldu

Turizm Proje Dergisi olarak **"Tedarikçiler"** dosyamızda **"Turizmde Yazılım Sistemleri"ni** inceledik. Konaklama, acente ve etkinlik ekosisteminin ön bürodan gelire, misafir iletişiminden saha operasyonlarına uzanan tüm süreçlerinde dijital dönüşümü gerçekleştiren teknoloji üreticilerimizin; yapay zekâ, otomasyon ve bulut tabanlı entegre platformlarla turizmin geleceğini yeniden şekillendirdiğine yer verdik. Sektörün bugününü, sorunlarını, çözüm önerilerini ve geleceğini haberleştirdik.

"Oteller" bölümümüzde **"Müze, Tarih ve Sanat Konseptli Oteller"** konusunu işledik. Müze, tarih ve sanat konseptiyle hizmet veren otellerimizin; özgün mimari yapıları ve geçmişten bugüne taşıdıkları atmosferleriyle bulundukları yerin enerjisini, tarihini, sanatını ve gündelik hayatını, konaklama deneyiminin bir parçası haline getirerek konukları için yaşayan birer kültür durağı olarak hizmet verdiklerini işledik. Tarihi binaları koruyarak yaşatmanın ve kültür merkezine dönüştürmenin getirdiği yüksek maliyetler göz önüne alındığında, kamu tarafından teşvik modellerinin geliştirilmesi ve prosedürlerin kolaylaştırılmasını bekleyen bu özel konseptli otellerimiz, bağımsız tesislerin ortak bir tanıtım ağı altında buluşmasının, sadece konaklama sektörünü değil, bulundukları bölgenin tüm ticari ve sosyal ekosistemini geleceğe taşımada kilit bir işlevi göreceğini açıklıyorlar.

Turizm Proje Dergisi olarak bu sayımızda **"Projeler"** dosyamızda son güncellemelerini yaptığımız yapımı devam eden "Yeni Termal Otel Projeleri"ne yer verdik. Türkiye genelinde yaptığımız araştırmalara göre 2026'da 7 yeni termal otel hizmete giriyor. 2027 yılı ve sonrasında ise 19 termal otel sektördeki yerini almaya hazırlanıyor. Böylece toplam 26 tesis, 11 bin 396 yatak sayısıyla termal turizmindeki yerini alacak.

"İstatistikler" bölümümüzde Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın son açıkladığı verilere göre 2026 yılının ilk 8 ayında (ocak- ağustos) 34 milyon 826 bin 677 yabancı ziyaretçi Türkiye'ye geldi. Yabancı ziyaretçi sıralamasında; ilk üç sırada, 4 milyon 717 bin 814 kişi ile Rusya, 4 milyon 391 bin 616 kişi ile Almanya, 2 milyon 714 bin 652 kişi ile İngiltere yer aldı. Geçtiğimiz yılın aynı döneminde gelen yabancı ziyaretçi sayısı ise 35 milyon 481 bin olmuştu. Buna göre 2026 yılının ilk 8 ayında yabancı ziyaretçi sayısında, geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre yüzde 1,84 düşüş yaşandı. Aylık bazda ise ağustos ayında gelen yabancı ziyaretçi sayısı, geçen yılın aynı ayına göre yüzde 0,03 oranında bir düşüşle 6 milyon 963 bin oldu.

Beğenilerinize sunar, iyi okumalar dileriz.

İlan indeksi

ANFAŞ ..... Sayfa 87
Asimetrik Ses Işık Sist. ..... Sayfa 23
Berk Laminat ..... Sayfa 73
Bonna ..... Sayfa 47
Bosch ..... Sayfa 57
Butiksoft Teknoloji ..... Sayfa 15
Cambro MFG ..... Sayfa 53
Daikin ..... Sayfa 94
Delta Yapı ..... Sayfa 65
dormakaba ..... Sayfa 27
E.C.A ..... Sayfa 61
EF Teknoloji ..... Sayfa 3
Elektromarla ..... Sayfa 1
Exely ..... Ön K. İçi
Form Endüstri Ürünleri ... Sayfa 55
Grand Hyatt İzmir
İstinyePark ..... Sayfa 45
Hafele ..... Sayfa 31
Hantech ..... Sayfa 37
Heyhotel AI ..... Sayfa 13
Hostech by Tusid ..... Sayfa 83
HotelRunner ..... Sayfa 19
HotelTech Fuarı ..... Sayfa 79
İnotek ..... Sayfa 69
Kale Kilit ..... Sayfa 35
Navitas Spa ..... Sayfa 75
Odaline Tekstil ..... Arka K. İçi
Panasonic Electric ..... Sayfa 21
Proje Aydınlatma ..... Sayfa 67
Reçber Kablo ..... Sayfa 4 - 5
Senkron Tech ..... Sayfa 11
Som Elektronik ..... Sayfa 39
Turoops ..... Sayfa 91
Verta Tekno ..... Sayfa 49
Yatsan ..... Arka Kapak
Yıldız Şemsiye ..... Sayfa 29

haber indeksi

Tedarikçiler Dosyası ..... Sayfa 6
Oteller Dosyası ..... Sayfa 42
Projeler Dosyası ..... Sayfa 62

3T Bilişim ..... Sayfa 32
Antik Hotel İstanbul ..... Sayfa 56
Arkadyas Bilişim ..... Sayfa 33
Birdenbire Yazılımevi ..... Sayfa 34
Butiksoft Teknoloji ..... Sayfa 14
Canopy by Hilton İst. Taksim ..... Sayfa 50
DİA Yazılım ..... Sayfa 22
Divan Çukurhan ..... Sayfa 48
Elektraweb ..... Sayfa 9
Etkinlikler ..... Sayfa 92
Heyhotel AI ..... Sayfa 12
Hotel Linkage ..... Sayfa 25
HotelRunner ..... Sayfa 18
ICITECH Teknoloji ..... Sayfa 16
Inno Consept Business ..... Sayfa 51
İstatistikler ..... Sayfa 93
Kobi Kolay Yazılım ..... Sayfa 30
MEG Mavi Yazılım ..... Sayfa 22
Mehmet Ali Ağa Konağı ..... Sayfa 54
Orientbank Hotel İst. ..... Sayfa 46
Otel Yorgo Seferis ..... Sayfa 56
Otelist ..... Sayfa 26
Pera Palace Hotel ..... Sayfa 44
Pricing Coach ..... Sayfa 24
Protel ..... Sayfa 8
Senkron Tech ..... Sayfa 10
Silk Road Museum ..... Sayfa 44
SP Turizm Yazılım ..... Sayfa 28
Veboni ERP ..... Sayfa 20
WeBee ..... Sayfa 17
Wyndham Tarsus St. Paul ..... Sayfa 52
Yatsan ..... Sayfa 41

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

MIWA Elektronik Otel Kilitleri



Seperate (M) type



Slim (S) Type



Wide (W) type

- Güçlü Şifreleme (AES) Gelişmiş RFID Teknolojisi
- ANSI 156.25 Sınıf 1 Sertifikalı
- UL10C Yangın Güvenliği Sertifikalı
- Kayıp misafir ve personel kartlarının devre dışı bırakılması
- Kapsamlı sorgulama – 3.000 olaya kadar
- Online çalışma özelliği (Wireless) Not: Ek ağ geçidi gereklidir

RFID Opsiyonları



Kartlar



Bileklik



Fob



Telefon ile kontrol



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.

REÇBER

Kablolar sadece veri taşımaz, güvenliği de taşır.

B2ca sınıfı yangın dayanımına sahip **Koaksiyel, Fiber, Data, KNX, Yangın Alarm, Sinyal ve Kumanda** kablolarımız ile yangında oluşabilecek riskleri en aza indirin, **yapılarınızı güven altına alın!**



Yapılarda yangın güvenliği tercih değil, zorunluluktur.

Yapılarda güvenlik söz konusu olduğunda kabloların yalnızca elektriksel ve mekanik performansı değil, yangın anındaki davranışları da büyük önem taşımaktadır. Yangın sırasında kablolar; alevin yayılması, yoğun duman oluşumu, görüş mesafesinin azalması, yanıcı damlacıkların meydana gelmesi ve aşındırıcı gazların açığa çıkması gibi risklere katkıda bulunabilir. Bu nedenle yapılarda kalıcı olarak kullanılan kabloların yangına tepki performansının belirli standartlara göre sınıflandırılması, güvenli yapı tasarımının önemli unsurlarından biridir.

CPR (Construction Products Regulation – Yapı Malzemeleri Yönetmeliği, AB 305/2011), Avrupa Birliği'nde piyasaya sunulan yapı malzemelerinin performanslarının ortak kriterler doğrultusunda değerlendirilmesini ve şeffaf biçimde beyan edilmesini amaçlamaktadır. Kablolar açısından CPR uygulaması, 1 Temmuz 2017 itibarıyla yapılarda kalıcı olarak kullanılan enerji, kontrol ve haberleşme kablolarını da kapsamaktadır.

Kabloların yangına tepki performansı EN 13501-6 standardına göre Aca'dan Fca'ya kadar uzanan Euroclass sistemiyle sınıflandırılır. Ana sınıflandırmanın yanında kablonun yangın sırasında oluşturduğu duman (s1, s2, s3), yanan damlacık ve parçacıklar (d0, d1, d2) ile yanma sonucu oluşan gazların asitlik ve iletkenlik özellikleri (a1, a2, a3) de değerlendirilir. Böylece kablonun yangın anındaki davranışı daha ayrıntılı şekilde tanımlanabilir. Örneğin Cca-s1,d1,a1 gibi bir ifade, kablonun ana yangına tepki sınıfının yanı sıra duman, damlacık ve asitlik performansını da göstermektedir.

Bu performansların belirlenmesi amacıyla farklı test standartlarından yararlanılmaktadır. EN 50399 kapsamında yangının büyümesi, alev yayılımı, açığa çıkan ısı ve duman üretimi; EN 60332-1-2 ile tek kablonun düşey alev yayılımı; EN 61034-2 ile duman yoğunluğu ve ışık geçirgenliği; EN 60754-2 ile yanma sonucu ortaya çıkan gazların asitlik ve iletkenlik özellikleri değerlendirilir. Böylece bir kablonun yangın koşullarındaki performansı yalnızca tek bir kriter üzerinden değil, farklı risk unsurları birlikte dikkate alınarak belirlenir.

CPR'ın önemli unsurlarından biri de Performans Beyanı (DoP – Declaration of Performance) ve CE işaretlemesidir. Üretici, CPR kapsamındaki ürünün beyan edilen performansına ilişkin DoP belgesini düzenler ve ilgili şartları karşılayan ürünü EN 50575 doğrultusunda CE işaretiyle piyasaya sunar. Ürün etiketlerinde üretici ve ürün bilgilerinin yanı sıra DoP referansı, kullanım amacı ve yangına tepki sınıfı gibi bilgiler yer alarak ürünün performansının ve izlenebilirliğinin takip edilebilmesine imkân sağlar.

Reçber Kablo, kablo çözümlerinde yangın güvenliğini ürün performansının temel bileşenlerinden biri olarak ele almakta; ilgili CPR gereklilikleri ve standartları doğrultusunda ürünlerinin performansını test, sınıflandırma ve belgelendirme süreçleriyle ortaya koymaktadır. Doğru CPR sınıfına sahip kablonun doğru uygulama alanında tercih edilmesi, yalnızca mevzuata uyum açısından değil; yangının yayılımının sınırlandırılması, tahliye koşullarının korunması ve daha güvenli yapıların oluşturulması açısından da kritik önem taşımaktadır.



www.recber.com.tr | info@recber.com.tr | /recberkablo

tedarikçiler

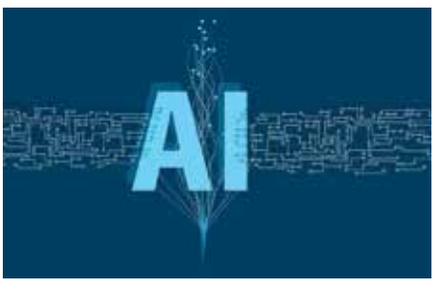


Turizm sektöründe yapay zekâ destekli yazılım uygulamaları, işletmelerin tüm operasyonel ve ticari süreçlerini uçtan uca dönüştüren, misafir sadakatini, gelirini, verimliliğini ve karar kalitesini artıran stratejik bir noktada konumlanıyor

Konaklama, acente ve etkinlik ekosisteminin ön bürodan gelire, misafir iletişiminden saha operasyonlarına uzanan tüm süreçlerinde dijital dönüşümü gerçekleştiren teknoloji üreticileri; yapay zekâ, otomasyon ve bulut tabanlı entegre platformlarla turizmin geleceğini yeniden şekillendiriyor.

Turizm sektöründe öne çıkan yapay zekâ uygulamaları; dünyanın dört bir yanından gelen misafirlere kendi anadillerinde 7/24 hizmet vererek, canlı müsaitlik kontrolü ve doğrudan rezervasyon satışı yapan otonom asistanlardan, pazar trendlerini izleyerek ortalama günlük oda gelirini (ADR) ve kârlılığı artıran akıllı fiyatlama algoritmalarına, karmaşık teknik paneller yerine günlük konuşma diliyle yöneltilen soruları stratejik kararlara dönüştüren yeni nesil raporlama arayüzlerinden, misafir davranışlarını analiz ederek oda dışı gelirleri büyüten kişiselleştirilmiş ek satış (upsell) sistemlerine ve dev organizasyonlarda hatasız yerleşim senaryoları sunan karmaşık eşleştirme modellerine kadar geniş bir alanda bir otelin tüm operasyonel ve ticari süreçlerini uçtan uca dönüştürüyor. Turizm teknolojileri üreticileri, ana uzmanlık alanları olan konaklama, seyahat acenteliği, yeme-içme ve etkinlik yönetiminin yanı sıra; SPA, golf, wellness ve genel KOBİ/ERP alanlarına da esnek çözümler sunuyor. Türkiye'nin dinamik, operasyonel olarak yoğun ve değişken pazar koşullarında geliştirdikleri yerli yazılımları, stratejik bir avantaja dönüştürerek global ölçekte de rekabet gücü kazanıyorlar. Yazılım üreticileri, yapay zekâyı (AI) pazarlama odaklı





bir terim olmanın ötesine geçirerek, otel ve acentelerin doğrudan ticari ve operasyonel süreçlerine entegre ediyor. **Sektördeki genel yaklaşım, insan gücünü tamamen ikame etmek yerine; karmaşık veri yığınlarını analiz eden, tekrarlayan rutin işleri devralan ve yöneticilere stratejik kararlarda rehberlik eden bir "dijital danışman" altyapısı kurmaya odaklanıyor.** Sektör profesyonelleri günümüz misafirinin temel beklentisini, "daha fazla teknoloji görmek" değil, "teknolojinin sağladığı hız ve zahmetsizliği yaşamak" olarak tanımlıyor. Bankacılık ve e-ticaret gibi alanlarda anlık işlem yapmaya alışan modern seyahatsever; resepsiyonda uzun formlar doldurmak yerine dijital ön kayıt, WhatsApp üzerinden 7/24 kendi dilinde anında iletişim, QR kodla hizmete erişim ve mobil ödeme kolaylığı talep ediyor. Ancak sektör temsilcileri için iyi teknoloji, insan temasını tamamen ortadan kaldıran değil, tam aksine rutin angaryaları devralarak otel personelinin misafire daha fazla vakit ayırmasını sağlayan "görünmez" bir altyapıyı ifade ediyor. CRM ve veri platformlarıyla desteklenen kurumsal hafıza sayesinde, misafirin geçmiş tercihlerini hatırlayan, talepleri mobil sistemlerde ilgili departmana atayarak sahipsiz bırakmayan ve dijital kolaylığı sıcak bir misafirperverlikle harmanlayan işletmeler, uzun vadeli marka sadakatini de doğrudan inşa etmiş oluyor.

Yazılım seçiminin yalnızca bir arayüz veya lisans tercihi olmadığını vurgulayan sektör profesyonelleri, otel ve acente yöneticilerine "tedarikçi" değil, kriz anında sorumluluk alabilen "uzun vadeli teknoloji partneri" seçmelerini tavsiye ediyor

Sektör temsilcileri teknoloji partneri seçimlerinde baz alınması gereken kriteleri şu şekilde sıralıyor: **Sadece Özellik Listesine Değil, Somut Sonuca İnanın:** Uzun özellik listeleri yerine sistemin iş gücünden ne kadar tasarruf sağladığına, kârlılığı nasıl etkilediğine ve gerçek operasyonel problemleri nasıl çözdüğüne odaklanın. **Açık Mimari ve Kesintisiz Entegrasyon Kabiliyeti:** Seçeceğiniz yazılımın PMS, POS, CRM ve kanal yöneticileriyle çift yönlü ve gerçek zamanlı konuşabildiğinden emin olun; elle veri aktarımı gereken her noktanın zamanla operasyonel bir hataya dönüşeceğini unutmayın. **Demoyla Yetinmeyin, Gerçek Saha Senaryolarında Test Edin:** Ürünü kusursuz sunum ekranlarında değil; yoğun giriş günleri, iptaller, kısmi iadeler veya internet kesintisi gibi kriz anlarında kendi senaryolarınızla pilot uygulamada deneyin. **7/24 Kesintisiz Destek ve Sektörel Saha Tecrübesi:** Sadece iyi kod yazan değil, turizmin canlı operasyon yapısını bilen ekiplerle çalışın. Gece yarısı yaşanan bir sorunda doğrudan ulaşabileceğiniz bir muhatabın varlığını ve yanıt sürelerini baştan netleştirin. **Veri Sahipliği ve Üst Düzey Güvenlik (PCI DSS / Tokenizasyon):** Hassas misafir ve kart verilerini kendi sisteminizde tutmayan, PCI DSS standartlarında saklayan, KVKK ve mevzuata tam uyumlu altyapıları seçin; ayrıca olası bir sistem değişiminde verilerinizi eksiksiz dışarı aktarma hakkınızı sözleşmeyle güvenceye alın. **Geleceğe Dönük Ölçeklenebilirlik:** Kararlarınızı yalnızca bugünün bütçesine göre değil, "Bu altyapı 3 ila 5 yıl sonra tesisim büyüdüğünde veya pazar koşulları değiştiğinde benimle birlikte gelişebilir mi?" sorusuna yanıt arayarak verin.

Sektör temsilcileri, yazılım firmalarının ortak veri standartlarında ve açık API mimarilerinde buluşacağı şeffaf bir ekosistemin kaçınılmaz olduğunu vurguluyor

Sektör profesyonelleri, turizm teknolojilerindeki en temel verimlilik engelinin "birbiriyle konuşamayan kapalı sistemler" ve "veri adacıkları" olduğuna dikkat çekiyor. PMS, POS, CRM, kanal yöneticisi ve finans yazılımlarının bağımsız çalışması; manuel veri tekrarlarına, zaman kaybına ve hatalı raporlamalara yol açıyor. Teknoloji sağlayıcıları sahada tespit ettikleri en kritik aksaklıklardan birinin de çalışma biçimini değiştirmeden dijitalleşmeye çalışmak olduğunu; işletmelerin yerleşik alışkanlıkları ve standartlaştırılmamış verileri doğrudan yazılıma taşımasının problemi çözmediğini, yalnızca var olan karmaşayı dijital ortama aktardığını vurguluyorlar. Bu durumun çözümünün; dijital dönüşümü





sadece bir yazılım altyapısı yenilemesi olarak değil, süreç analizi ve çalışan adaptasyonunu kapsayan bütüncül bir "değişim yönetimi" olarak ele almaktan geçtiğini açıklıyorlar. Sektörün bir diğer büyük engelinin ise açık API ve ortak veri standartlarının eksikliği olduğunu belirtiyorlar. Sistemler arası entegrasyonların projenin sonunda düşünülmesinin ve yazılımların kapalı mimarilerinin hem maliyetleri hem de operasyonel riskleri yükselttiğine dikkat çekiyorlar. Sektör temsilcileri, yazılım firmalarının birbirini rakip görmek yerine ortak veri standartlarında ve açık API mimarilerinde buluşacağı şeffaf bir ekosistemin kaçınılmaz olduğunu vurguluyor. Öte yandan, tesislerde süreç sahipsizliğinin ve hatalı veri eşleşmelerinin rezervasyon krizlerine sebep olduğunu; oda tipleri, pansiyon kodları ve fiyat planlarının sistemler arasında farklı tanımlanmasının, verinin yanlış aktarılmasına yol açtığını söylüyorlar. Bu aksaklıkları önlemek için ise kurulum öncesinde verinin titizlikle temizlenmesinin, işletme bünyesinde projeyi sahiplenecek tek bir süreç sorumlusunun belirlenmesinin ve entegrasyonların gerçekleştirilmeden önce iptal ile kesinti senaryolarıyla test edilmesinin kritik önem taşıdığına dikkat çekiyorlar. Ayrıca yapay zekânın ürettiği her çıktıyı doğrudan doğru kabul etmediklerini, bilgi kirliliği ve güvenlik gibi konuların farkında olarak, AI çıktılarının deneyimli ekipleri tarafından kontrol edilmesini ve gerektiğinde doğrulanmasını önemsediklerini belirtiyorlar. Yaklaşımlarının**, "İnsanın yerine Yapay Zeka" değil, "Yapay Zeka ile güçlendirilmiş insan"** modeli olduğunu önemle vurguluyorlar. Sektör profesyonelleri, önümüzdeki dönemde de yalnızca işletmelerin dijital dönüşümüne katkı sağlayan değil, turizmin geleceğini teknolojiyle şekillendirmeye devam eden bir yapı olacaklarını, Türkiye'deki güçlü konumlarını korurken, uluslararası büyümeyi hızlandırmayı hedeflediklerini belirtiyorlar.



Cenk Temiz / Protel Holding / Genel Müdür

Protel Holding olarak 37 yıldır konaklama ve yeme içme işletmelerinin teknoloji ihtiyaçlarına odaklanıyor, Protel ve Simpra markalarımızla küresel iş ortaklıklarını, Türkiye'de geliştirdiğimiz yazılımları ve saha deneyimimizi bir araya getiriyoruz

Protel Holding olarak 37 yıldır konaklama ve yeme içme işletmelerinin teknoloji ihtiyaçlarına odaklanıyoruz. Protel ve Simpra markalarımızla küresel iş ortaklıklarını, Türkiye'de geliştirdiğimiz yazılımları ve saha deneyimimizi bir araya getiriyoruz. Otel yönetimi, restoran operasyonu, stok ve maliyet kontrolü, misafir iletişimi, ödeme ve elektronik belge süreçlerinde çözümler sunuyoruz. Bu alanların birlikte çalışması, ekiplerin işini kolaylaştırırken yöneticilerin güncel verilerle karar almasını sağlıyor. Protel, VUK 507 kapsamında GİB tarafından yetkilendirilmiş işletici kuruluşlardan biri. Bu yetkiyle satış, ödeme ve elektronik belge süreçlerini aynı dijital akışta buluşturuyoruz. Bu bütünlük manuel işlem yükünü azaltırken ödeme ve belgelendirmenin güvenli, mevzuata uygun biçimde yürütülmesine yardımcı oluyor. İhtiyacın belirlenmesinden kurulum ve entegrasyona, eğitimden 7/24 desteğe kadar sorumluluk alıyoruz. Amacımız, işletmelerin büyürken hizmet kalitesini koruması ve teknoloji yatırımlarından uzun vadeli yarar görmesi. Temel uzmanlığımız konaklama ve yeme içme sektörleri. Zincir ve resort otellerden bağımsız ve butik tesislere; tek şubeli restoranlardan çok şubeli yapılara, kafe, otel restoranı ve plaj işletmelerine kadar farklı ölçeklerde hizmet veriyoruz. Son dönemde rezervasyon yönetimi çözümümüzü padel kortları gibi rezervasyonla çalışan işletmelere de taşıdık. Her işletmenin ihtiyacı farklı: Bir otel grubunda merkezi yönetim ve tesisler arasında ortak standartlar öne çıkarken, küçük işletmeler sınırlı ekiple verimli çalışmaya odaklanıyor. Ölçek kadar işletmenin hizmet modeli ve büyüme planı da teknoloji seçimini belirliyor. Protel'in uluslararası teknoloji ortaklıklarını Simpra'nın Türkiye'de geliştirdiği modüler ürünlerle birleştirerek çözümü bu ihtiyaçlara göre seçiyoruz. Yazılım ihracatı yapıyoruz; Simpra teknolojilerini uluslararası müşterilere sunuyoruz. Almanya ve Norveç'teki büyüme çalışmalarımızda yerel ihtiyaçları anlayan hizmet ve destek yapısı kurmayı önemsiyoruz. Yazılım, yalnızca rezervasyon ve operasyonu yürütmek için değil, gelirin nerede oluştuğunu ve kayıpların nerede başladığını görmek için de gerekli. OPERA Cloud ve Cloudbeds otel yönetimini, satış kanalları ve acentelerle bilgi akışını destekliyor. Restoranda Simphony ve Simpra siparişten satışa uzanan süreci ele alırken Simpra Inventory satın alma, stok, reçete ve maliyet verilerini birleştiriyor. Böylece çok satan bir ürünün maliyeti yükseldiğinde yönetici fiyatı veya satın alma tercihini zamanında değerlendirebiliyor. OPERA Cloud'un güncel rezervasyon, müsaitlik ve misafir verileri de entegre yapay zeka uygulamalarına zemin hazırlıyor. Yapay zeka bu veriyi öngörüye dönüştürüyor: Cloudbeds Signals talep tahmini ve fiyatlandırmaya katkı sunuyor; HeyHotel AI telefon ve dijital kanallardaki talepleri farklı dillerde karşılayıp entegre sistemlerle rezervasyon süreçlerini tamamlayabiliyor. Talepleri ilgili operasyon ekiplerine de aktarabiliyor. Sonucu, yanıt süresi, ekiplerin kazandığı zaman ve misafir talebine verilen karşılık üzerinden ölçüyoruz. Güvenilir veri, doğru entegrasyon ve gerektiğinde insan müdahalesi şart. Misafirlerin temel beklentisi anlaşılmak ve iyi hizmet almak. Değişen dijital alışkanlıklar, bu hizmete günün her saatinde ve seçtikleri kanaldan ulaşmak istemelerine yol açıyor. Gece iletilen bir sorunun yanıtlanması veya otele varıldığında daha önce paylaşılan bir talebin hatırlanması, deneyimi doğrudan etkiliyor. Dijital uygulamalar talebi doğru ekibe ulaştırıp tamamlanana kadar izleyebilir; mobil işlemleri kolaylaştırabilir ve restoran siparişinin mutfağa eksiksiz aktarılmasını sağlayabilir. Kişiselleştirme, misafirin paylaştığı tercihlerin sonraki hizmete uygun biçimde yansımasıdır; bu sırada güvene ve iletişim tercihine saygı korunmalı. Tekrarlayan işler azaldığında çalışanların misafire ayıracağı zaman artar. Gerektiğinde bir insana kolayca ulaşabilmek de önemlidir. Sadakati güçlendiren, bu özenin her ziyarette tutarlı biçimde sunulacağına duyulan güvendir.

Yazılım partneri seçiminde en önemli kriterler olarak yatırımın çözeceği sorunu ve başarı ölçütünü netleştirmek gerekir. Çözümün mevcut sistemlerle uyumuna, büyümeye elverişliliğine, kullanım kolaylığına ve veri güvenliğine bakılmalı. Ürünü yalnızca sunumda görmek yetmez; yoğun giriş günü, sipariş iptali veya bağlantı kesintisi gibi gerçek iş akışlarında denemek gerekir. Teknoloji partnerinin geçişi yönetme ve ekibi eğitme kapasitesi de belirleyicidir. Oteller kesintisiz çalıştığı için 7/24 teknik destek ve benzer işletmelerdeki referanslar özellikle incelenmelidir

Yazılım partneri seçiminde önce yatırımın çözeceği sorunu ve başarı ölçütünü netleştirmek gerekir: Rezervasyon dönüşümü mü artacak, maliyet sapmaları mı görünür olacak, yoksa çok tesisli yapı mı merkezi yönetilecek? Ardından çözümün mevcut sistemlerle uyumuna, büyümeye elverişliliğine, kullanım kolaylığına ve veri güvenliğine bakılmalı. Ürünü yalnızca sunumda görmek yetmez; yoğun giriş günü, sipariş iptali veya bağlantı kesintisi gibi gerçek iş akışlarında denemek gerekir. Teknoloji partnerinin geçişi yönetme ve ekibi eğitme kapasitesi de belirleyicidir. Gece yaşanan sorunda kime ulaşılacağı ve çözümün kim tarafından koordine edileceği önceden anlaşılmalı. Oteller kesintisiz çalıştığı için 7/24 teknik destek ve benzer işletmelerdeki referanslar özellikle incelenmeli. Maliyet hesabına lisansın yanında kurulum, entegrasyon, eğitim, bakım ve olası kesintiler de girmeli. Verinin başka sisteme taşınabilmesi de baştan güvenceye alınmalı. Turizmde farklı sistemler arasındaki uyumsuzluk, verimliliği ve misafir deneyimini doğrudan etkiliyor. Rezervasyon, restoran, ödeme ve muhasebe süreçlerinde verinin farklı biçimlerde tutulması, ekipleri tekrar veri girmeye ve bilgileri elle kontrol etmeye yöneltebiliyor. Bu nedenle ortak standartlar ve açık entegrasyon mimarileri kritik önem taşıyor. Oracle Hospitality Integration Platform (OHIP), OPERA Cloud'un farklı otel uygulamalarıyla API'ler üzerinden bağlantı kurmasını sağlayarak mevcut çözümlerin korunmasını ve yeni teknolojilerin daha kolay devreye alınmasını destekliyor. Tutarlı ve güncel veri akışı da otomasyon, analitik ve yapay zeka için güçlü bir temel oluşturuyor. Otel ve yeme içme operasyonlarını birlikte tanımamız, bağlantıları işletmenin bütünü açısından değerlendirmemizi sağlıyor. Protel'de entegrasyonu yalnızca kurulum olarak değil; ihtiyaç analizi, eğitim ve sürekli destekle birlikte ele alıyoruz. Başarıyı ise azalan manuel iş yükü, daha erken fark edilen hatalar ve hizmet sürekliliğiyle değerlendiriyoruz. 2026-2027 döneminde önceliğimiz, bulut tabanlı otel ve restoran yönetimini farklı ölçeklerde daha fazla işletmeyle buluşturmak. Bağımsız ve butik otellerden resort tesislere, tek şubeli restoranlardan zincirlere kadar geniş portföyümüzü büyütürken çözümlerimizin birlikte çalışma kabiliyetini ve kullanım kolaylığını geliştireceğiz. Binlerce konuk ağırlama işletmesinin her gün stoklarını, maliyetlerini ve kârlılığını yönetmek için kullandığı Simpra Inventory'yi yaygınlaştırarak satın alma, stok, reçete ve maliyet verilerini karlılık kararlarında daha etkin kullandırmayı hedefliyoruz. Diğer yandan pilot uygulamasına başladığımız Simpra Market tedarikçi portalı, işletmelerle tedarikçileri aynı dijital platformda buluşturacak; stok yönetiminde görülen ihtiyaçların fiyat ve ürün alternatifleri karşılaştırılarak siparişe dönüşmesini amaçlıyoruz. Tedarikçilere de Simpra ekosisteminde yeni müşterilere ulaşabilecekleri bir dijital satış kanalı sunmayı hedefliyoruz. Yapay zeka alanında misafir iletişimi ve operasyonel iş yükü gibi somut sorunlara odaklanırken, operasyonlarımızı coğrafyamızın dışına taşıyoruz: Almanya uluslararası büyümede öncelikli pazarımız olurken, Norveç'teki mevcut varlığımızı da geliştirerek Türkiye'de edindiğimiz sektör bilgisini yurt dışına taşıyoruz.



Kemal Oral / Elektraweb / CEO

30 yılı aşkın yazılım geliştirme deneyiminin turizm teknolojilerine yansıması olan Elektraweb olarak, bugün 5.000'in üzerinde tesiste kullanılan, web tabanlı ve bulut teknolojileriyle çalışan kapsamlı bir otel yönetim platformuyuz

Elektraweb, 30 yılı aşkın yazılım geliştirme deneyiminin turizm teknolojilerine yansıması olarak ortaya çıkmış bir teknoloji şirketi. Bugün 5.000'in üzerinde tesiste kullanılan, web tabanlı ve bulut teknolojileriyle çalışan kapsamlı bir otel yönetim platformuyuz. Ön bürodan muhasebeye, restoran ve POS yönetiminden online rezervasyona, kanal yönetiminden CRM'e, insan kaynaklarından kalite yönetimine kadar otelin farklı departmanlarının ihtiyaçlarını tek bir platform üzerinde karşılıyoruz. Aynı zamanda mobil teknolojiler, yapay zekâ ve otomasyon alanlarında yeni çözümler geliştiriyoruz. Ana odağımız turizm ve konaklama sektörü. Bunun yanında restoran, kulüp ve sağlık işletmelerine yönelik çözümlerimiz de bulunuyor. Yurt dışı bizim için artık önemli bir büyüme alanı. Elektraweb bugün 35 ülkede kullanılıyor ve yazılım ihracatı gerçekleştiriyoruz. Azerbaycan, Gürcistan, Yunanistan, Rusya ve Avrupa ülkeleri başta olmak üzere farklı pazarlarda büyümeye devam ediyoruz. Bugün turizm alanında yapay zekâdan söz ederken çoğunlukla sohbet botları veya otomasyon çözümleri akla geliyor. Oysa bizce asıl dönüşüm, yapay zekânın otel yönetiminde karar destek mekanizmalarının ayrılmaz bir parçası hâline gelmesiyle yaşanacak. Çünkü yapay zekânın başarısını belirleyen en önemli unsur, doğru, güncel ve bütünleşik veridir. Otelin tüm süreçlerini tek bir platformda yöneten sistemler, yapay zekânın anlamlı analizler üretmesi için en güçlü zemini oluşturur. Biz, yapay zekayı otel yöneticilerinin yerine karar veren bir teknoloji olarak değil; karar kalitesini artıran güçlü bir dijital danışman olarak görüyoruz. Elektraweb bugün de entegre veri yapısı ve gelişmiş analiz altyapısıyla yöneticilerin gelir yönetimi, doluluk analizleri, operasyonel performans, stok takibi, maliyet kontrolü ve misafir memnuniyeti gibi kritik alanlarda daha hızlı ve veriye dayalı kararlar almasını destekliyor. Günümüz misafirleri standart hizmetten çok, kendilerini tanıyan ve beklentilerini anlayan deneyimler bekliyor. Yapay zekâ sayesinde geçmiş konaklamalar, tercih ve davranışlar analiz edilerek her misafire özel öneriler geliştirilebilir. Oda tercihleri, iletişim dili, ek hizmet teklifleri ve kampanyalar kişiselleştirilirken, misafir memnuniyeti artıyor, aksiyonlar da proaktif olarak önerilebiliyor. Böylece teknoloji, standart hizmet anlayışından tamamen kişiselleştirilmiş deneyimlere dönüşüyor. Örneğin Elektraweb CRM ve Sadakat Yönetimi ile misafirin geçmiş konaklamalarını, tercihlerini, taleplerini ve ilişkisini takip edebiliyor; özel avantajlar, kampanyalar ve puan sistemleriyle misafirin otelle olan bağını konaklama sonrasında da sürdürebiliyoruz. Misafir Uygulaması ise bu ilişkinin doğrudan misafirin cebine taşınmasını sağlıyor. Misafir otel ve çevresi hakkında bilgi alabiliyor, taleplerini iletebiliyor, hizmet ve aktiviteleri planlayabiliyor, hatta ek hizmetleri mobil olarak satın alabiliyor. Böylece otelle iletişim kurmak için her seferinde resepsiyona ihtiyaç duymuyor. Ancak bizim için önemli olan yalnızca talebi almak değil, talebin gerçekten yerine getirilmesini sağlamak. Görev Yönetimi ile misafirin talep veya şikâyeti ilgili departmana ve personele görev olarak aktarılıyor, süreç mobil cihazlardan takip edilebiliyor. Böylece 'misafir söyledi, birileri ilgilenir' anlayışından, 'talep kayıt altında, sorumlusu belli ve süreç takip ediliyor' anlayışına geçiyoruz. Diğer taraftan İtibar Yönetimi ile misafirlerin dijital platformlarda otel hakkında yaptığı yorumları analiz edebiliyor, geri bildirimleri departman ve konu bazında değerlendirebiliyoruz. Yapay zekâ destekli analizler sayesinde otelin güçlü ve geliştirilmesi gereken yönlerini daha hızlı görebilmek mümkün. Dolayısıyla bizim için teknoloji, misafire daha fazla teknoloji göstermek değil; misafiri daha iyi tanımak, taleplerine daha hızlı cevap vermek, deneyimini kişiselleştirmek ve onu tekrar kazanacak bir ilişki kurmak demek.

Sektördeki en büyük sorunlardan biri, otellerin farklı ihtiyaçları için birbirinden bağımsız çok sayıda sistem kullanması. Bu sistemler birbirleriyle yeterince konuşmadığında veri tekrarları, bilgi kayıpları ve operasyonel iş yükü ortaya çıkıyor. Biz bu nedenle mümkün olduğunca bütünleşik bir yapı kurmaya çalışıyoruz. Ön büro, muhasebe, POS, CRM, kanal yönetimi, online rezervasyon, insan kaynakları ve diğer operasyonların aynı veri yapısı içerisinde çalışması önemli. Bunun yanında entegrasyon sadece teknik bir konu değil. Sektörün ortak veri standartlarına, güvenli API yapılarına ve doğru süreç tasarımına ihtiyacı var

Öncelikle yalnızca bugünkü ihtiyaca değil, işletmenin gelecekteki ihtiyaçlarına bakmak gerekiyor. Bir yazılımın kaç özelliği olduğundan çok, bu özelliklerin birbiriyle ne kadar iyi çalıştığı önemli. İkinci konu entegrasyon kabiliyeti. Otelin kullandığı farklı sistemlerin birbirleriyle konuşabilmesi gerekiyor. Üçüncüsü ise veri güvenliği, bulut altyapısı, destek hizmetleri ve yazılım sağlayıcının sektörü gerçekten tanıması. Ben özellikle şu sorunun sorulmasını öneriyorum: "Bu yazılım bugün işimi çözüyor mu?" değil, "Beş yıl sonra benimle birlikte büyüyebilir mi?" Sektördeki en büyük sorunlardan biri, otellerin farklı ihtiyaçları için birbirinden bağımsız çok sayıda sistem kullanması. Bu sistemler birbirleriyle yeterince konuşmadığında veri tekrarları, bilgi kayıpları ve operasyonel iş yükü ortaya çıkıyor. Biz bu nedenle mümkün olduğunca bütünleşik bir yapı kurmaya çalışıyoruz. Ön büro, muhasebe, POS, CRM, kanal yönetimi, online rezervasyon, insan kaynakları ve diğer operasyonların aynı veri yapısı içerisinde çalışması önemli. Bunun yanında entegrasyon sadece teknik bir konu değil. Sektörün ortak veri standartlarına, güvenli API yapılarına ve doğru süreç tasarımına ihtiyacı var. Elektraweb'in "tek platform" yaklaşımıyla da doğrudan örtüşüyor. 2026 ve sonrasında bizim için üç ana başlık öne çıkıyor: ölçeklenebilir büyüme, yurt dışı pazarlar ve yapay zeka. Mevcut müşterilerimize sunduğumuz katma değeri artırırken, özellikle yurt dışı pazarlardaki büyümemizi hızlandırmak istiyoruz. Bunun yanında yapay zekâ destekli ürün ve servislerimizi genişletmeye, altyapımızı ve siber güvenlik yatırımlarımızı güçlendirmeye devam edeceğiz. Biz teknoloji geliştirmeyi yalnızca yeni özellik eklemek olarak görmüyoruz. Amacımız, otelcinin daha az operasyonel yükle daha fazla veriye ulaşabildiği, daha hızlı karar verebildiği ve misafirine daha iyi hizmet sunabildiği bir yapı oluşturmak. Kısacası önümüzdeki dönemde Elektraweb'i sadece bir otel yönetim yazılımı değil, otelin tüm dijital operasyonunu yöneten bir teknoloji platformu haline getirme hedefimiz var.



Erdal Özkan / Senkron Tech / CEO

30 yıllık deneyimimizle turizmde teknolojiyi geliştiriyor, yapay zeka ve entegrasyonlarla kesintisiz misafir deneyimine odaklanıyoruz

Senkron Tech olarak 1996 yılından bu yana farklı sektörlerin ihtiyaçlarına yönelik yazılım ve teknoloji çözümleri geliştiriyoruz. 30 yıllık deneyimimizle; turizm ve otelcilikten tesis ve insan kaynakları yönetimine, müşteri verisi yönetiminden akıllı teslimat sistemlerine kadar farklı alanlarda işletmelerin dijital dönüşüm süreçlerine katkı sağlıyoruz. Turizm ve otelcilikte özellikle Flyby markamızla güçlü bir konuma sahibiz. **Flyby**; otellerin SPA, wellness, fitness, golf ve aquapark gibi hizmet alanlarında üyelik, rezervasyon, CRM, POS, online satış ve raporlama başta olmak üzere farklı operasyonları tek bir sistem üzerinden yönetmelerine olanak sağlıyor. Turizm sektörüne yönelik çözümlerimiz arasında Senkron HR ve Senkron CDM de bulunuyor. **Senkron HR** ile personel bütçe ve özlük yönetiminden işe alım, izin, puantaj ve performansa kadar insan kaynakları süreçlerini dijitalleştiriyoruz. **Senkron CDM** ile ise farklı kanallarda oluşan müşteri verilerinin merkezi ve güvenli şekilde yönetilmesini sağlayarak işletmelerin misafirlerini daha iyi tanımalarına ve bu veriyi etkin şekilde kullanmalarına destek oluyoruz. Senkron Tech çatısı altında Senkron ve Flyby'ın yanı sıra Senyonet ve Kargopark markalarımız da yer alıyor. **Senyonet,** Türkiye'nin ilk site ve tesis yönetimi yazılımı olarak operasyonların dijitalleşmesini sağlarken; **Kargopark**, Türkiye'nin ilk yerli akıllı kargo dolabı üreticisi olarak teslimat süreçlerine yönelik hızlı ve güvenli çözümler geliştiriyor. Yazılım sistemlerinin rolü artık süreçleri dijitalleştirmenin ötesinde. Geliştirdiğimiz çözümlerle işletmelerin operasyonlarını merkezi ve verimli bir yapıda yönetmelerine, veriye dayalı karar alma kabiliyetlerini güçlendirmelerine odaklanıyoruz.

Turizmde yapay zeka

Yapay zekanın turizm sektöründe önemli bir dönüşüm yaratacağına inanıyoruz ve bu teknolojiyi otel dikeyine yönelik ürünlerimize entegre ediyoruz. Örneğin bir otel yöneticisi ihtiyaç duyduğu raporu yazılım içerisinde kendi ifadeleriyle tarif ettiğinde, yapay zeka bu talebi uygun SQL sorgusuna dönüştürerek ilgili verileri analiz ediyor ve raporu kullanıcıya sunuyor. Böylece yöneticilerin teknik sorgulama bilgisine ihtiyaç duymadan veriye daha hızlı ulaşmasını sağlıyoruz. Yapay zekanın talep tahmini, misafir davranışlarının analizi, kişiselleştirilmiş hizmetler ve kaynak planlamasında da önemli potansiyel taşıdığını düşünüyoruz. Bizim için yapay zekanın gerçek değeri, veriyi daha hızlı anlamlandırarak karar ve aksiyona dönüştürebilmekte yatıyor.

Turizm işletmelerinin yazılım seçerken yalnızca bugünkü ihtiyaçlarına değil, çözüm sağlayıcının sektörel deneyimine, entegrasyon yetkinliğine ve uzun vadede sunacağı desteğe de odaklanmaları gerektiğine inanıyoruz

Günümüz misafiri hızlı, kolay ve kişiselleştirilmiş bir deneyim bekliyor. Rezervasyondan hizmet kullanımına ve ödemeye kadar tüm süreçlerin mümkün olduğunca zahmetsiz ilerlemesi gerekiyor. Bizce teknolojinin buradaki en önemli rolü, arka plandaki karmaşık yapıyı misafire hissettirmeden kesintisiz bir deneyim sunabilmek. Bugün bir misafir, konakladığı otelin mobil uygulaması üzerinden restoran rezervasyonu yapabildiği gibi SPA hizmetleri veya tesis içerisindeki spor ve aktivite alanları için de rezervasyon oluşturabiliyor. Burada önemli olan, misafirin her hizmet için farklı bir uygulama kullanmak zorunda kalmaması. Flyby da otelin mobil uygulamasıyla entegre çalışarak bu deneyimin bir parçası oluyor. Örneğin SPA hizmetleri ile tenis kortu gibi spor ve aktivite alanlarının rezervasyonlarının Flyby üzerinden yönetildiği bir otelde misafir, otelin kendi uygulaması üzerinden uygunluk durumunu görüntüleyip rezervasyonunu gerçekleştirebiliyor; sistemler arasındaki veri akışı ise arka planda kesintisiz şekilde ilerliyor.

Dijital misafir deneyimi

Misafirin hizmetlere kolay erişebilmesi, işlem adımlarının azalması ve her temas noktasında tutarlı bir deneyim yaşaması memnuniyeti doğrudan etkiliyor. Turizm işletmelerinde bugün çok sayıda farklı yazılım ve sistem aynı anda kullanılıyor. Entegrasyon süreçlerinde karşılaştığımız temel sorunlardan biri, bu sistemlerin her zaman birbiriyle aynı standartlarda iletişim kuramaması. Özellikle farklı birimlerde oluşan verinin birbirinden kopuk yapılarda tutulması, aynı bilginin birden fazla kez işlenmesine, operasyonel zaman kaybına ve sağlıklı raporlama yapılmasının zorlaşmasına neden olabiliyor. Bu nedenle sektörde açık entegrasyon altyapılarının ve ortak veri standartlarının giderek daha kritik hale geleceğini düşünüyoruz. Yazılımların birbirinden bağımsız çalışan sistemler yerine, işletmenin teknoloji ekosisteminin bir parçası olarak tasarlanması gerekiyor. Flyby'da da bu yaklaşımla Opera ve Fidelio gibi otel yönetim sistemleriyle entegrasyonu önemsiyor; farklı hizmet noktaları arasındaki veri akışının kesintisiz ilerlemesini hedefliyoruz. İşletme süreçlerinin doğru analiz edilmesi, entegrasyon ihtiyaçlarının projenin başında belirlenmesi ve kullanıcıların yeni sisteme uyumunun sağlanması, verimliliği artıran önemli adımlardır. Teknoloji, doğru süreç ve doğru veri bir araya geldiğinde gerçek anlamda verimlilik yaratıyor. Sistemler arası güvenli veri akışının ve güçlü entegrasyon standartlarının turizm işletmelerine önemli operasyonel avantajlar sağlayacağına inanıyoruz.

2026 - 2027 büyüme hedefleri

2026-2027 döneminde büyüme stratejimizin önemli başlıklarından biri, uluslararası pazarlardaki konumumuzu daha da güçlendirmek olacak. Bugün 30'un üzerinde ülkede müşteri ve iş ortaklarımızla çalışıyoruz. Önümüzdeki dönemde özellikle Avrupa, Orta Doğu ve Türki Cumhuriyetler'deki hedef pazarlarımızda derinleşmeyi, daha geniş bir müşteri kitlesine ulaşmayı ve sürdürülebilir büyümemizi devam ettirmeyi hedefliyoruz. Ürün yatırımlarımızda ise sahadan gelen ihtiyaçlar ve değişen kullanıcı beklentileri belirleyici olmaya devam edecek. Flyby'ı sürekli gelişen, sektörün ihtiyaçlarına göre güncellenen dinamik bir yazılım olarak konumlandırıyoruz. Turizm sektörünün operasyonlarını sadeleştirecek, farklı hizmet alanları arasındaki entegrasyonu güçlendirecek ve verinin daha etkin kullanılmasını sağlayacak geliştirmelere yatırım yapmayı sürdüreceğiz. 30 yıllık deneyimimizi uluslararası saha tecrübemizle birleştirerek hem Türkiye'deki konumumuzu güçlendirmeyi hem de hedef pazarlarımızda uzun vadeli büyümemizi sürdürmeyi amaçlıyoruz.



SENKRON | HR

OTELİNİZİN İNSAN KAYNAKLARI SÜREÇLERİ TEK PLATFORMDA

Tekrarlayan operasyonları Senkron HR ile dijitalleştirin;
çalışan, zaman ve performans yönetiminde kontrolü elinize alın.

- HR Temel Modüller
- HR Mobil (Yönetici - Personel)
- HR Bütçe
- Full Entegrasyon (Api Desteği)
- Puantaj, Biyometrik/Mobil PDKS
- HR Yetenek Değerlendirme (9 Box Grid)
- Çalışan Değerlendirme
- Eğitim Yönetimi (QR Mobil Destekli)
- Mobil Talep ve Onay Yönetimi
- İşe Alım (QR Aday Başvuru)



SENKRON
A Senkron Tech Company

www.senkron.net



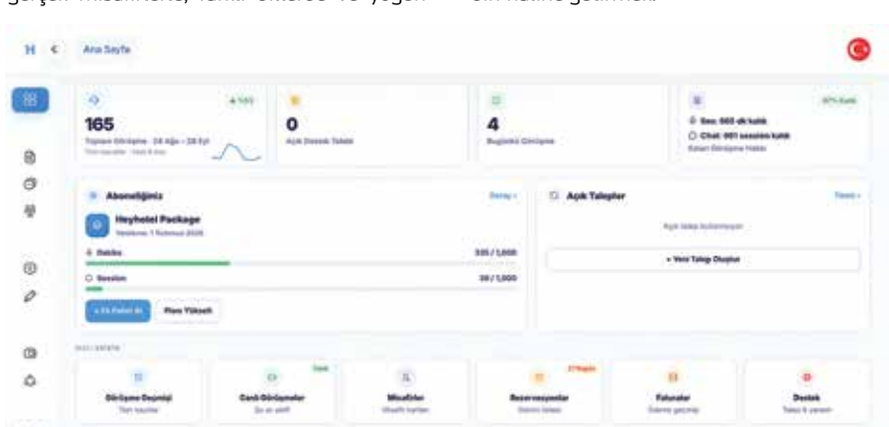
Ahmet Göker / Heyhotel AI / Founder & CEO

Otel ve restoranlara özel geliştirdiğimiz yapay zeka tabanlı misafir iletişimi ve operasyon platformu olan Heyhotel AI ile temel amacımız, misafir ile işletme arasındaki iletişimi yalnızca cevaplanan bir konuşma olmaktan çıkarıp gerçek bir aksiyona dönüştürmektir

Heyhotel AI, otel ve restoranlara özel geliştirdiğimiz yapay zeka tabanlı misafir iletişimi ve operasyon platformu. Temel amacımız, misafir ile işletme arasındaki iletişimi yalnızca cevaplanan bir konuşma olmaktan çıkarıp gerçek bir aksiyona dönüştürmek. Telefon, WhatsApp, Instagram, Telegram ve web gibi farklı kanallardan gelen iletişimi yapay zeka ajanlarımızla 7/24 ve 35'ten fazla dilde yönetiyoruz. Rezervasyon öncesindeki bilgi ve müsaitlik taleplerinden rezervasyonun tamamlanmasına, konaklama sırasında oda servisi, teknik servis veya housekeeping taleplerinden restoran ve diğer hizmet rezervasyonlarına kadar misafir yolculuğunun farklı noktalarında aktif rol alıyoruz. Biz tamamen hospitality odaklı bir teknoloji şirketiyiz. Oteller, otel grupları, resortlar, restoranlar ve farklı konaklama ve ağırlama işletmeleri temel çalışma alanımızı oluşturuyor. Bu dikey uzmanlaşmayı özellikle önemsiyoruz; çünkü hospitality operasyonları genel amaçlı bir yapay zeka çözümünden çok daha farklı ihtiyaçlara sahip. Bugün Türkiye'nin yanı sıra İspanya, Bulgaristan, Kıbrıs, Yunanistan ve Mısır gibi farklı pazarlarda aktif olarak çalışıyoruz. Uluslararası büyümede şu an ana odağımız Avrupa; özellikle İspanya ve DACH bölgesinde çalışmalarımızı hızlandırıyoruz. Bunun yanında EMEA genelinde kapsamlı yeni projeler üzerinde çalışıyoruz ve yakın dönemde farklı ülkelerde yeni canlı kullanımlarımız başlayacak. Bence yapay zekadaki asıl dönüşüm, sistemlerin artık yalnızca bilgi vermek yerine işlem yapabilmesiyle gerçekleşiyor. Bir misafir oteli arayıp belirli tarihler için oda sorduğunda yapay zeka otelin sistemlerine bağlanarak gerçek zamanlı müsaitliği ve fiyatı kontrol edebilmeli, uygun seçenekleri sunabilmeli ve rezervasyonu tamamlayabilmeli. Aynı yaklaşım konaklama sırasındaki talepler için de geçerli. Heyhotel'i mevcut otel teknolojilerinin yerine geçen bir sistem olarak değil, bunları birbirine ve misafir iletişimine bağlayan akıllı bir katman olarak konumlandırıyoruz. Bugün global ve yerel ölçekte kullanılan birçok büyük PMS, CRS ve CRM sistemiyle entegre çalışabiliyoruz. Böylece yapay zeka yalnızca konuşan değil, otelin mevcut teknoloji altyapısı üzerinden aksiyon alan bir yapıya dönüşüyor. Bugünün misafiri hangi kanaldan iletişime geçerse geçsin hızlı, doğru ve mümkünse kendi dilinde cevap bekliyor. Ancak teknolojinin misafir deneyimindeki rolünün insan temasını ortadan kaldırmak olduğunu düşünmüyorum. Tam tersine teknoloji, ekiplerin sürekli telefon cevaplamak veya aynı soruları tekrar tekrar yanıtlamak yerine tesisteki misafire daha fazla zaman ayırmasını sağlamalı. Bizim için başarılı otomasyon, misafirin teknoloji kullandığını hissettiği değil, ihtiyacının hızlı ve doğru şekilde çözüldüğü otomasyondur. Heyhotel'in farklı iletişim kanallarını tek yapıda yönetmesinin temelinde de bu yaklaşım bulunuyor.

Geleceğin hospitality teknoloji altyapısının, tek bir sistemin her şeyi yaptığı yapılardan değil, farklı uzman sistemlerin gerçek zamanlı ve güvenli biçimde birlikte çalıştığı ekosistemlerden oluşacağını düşünüyorum

Yazılım partneri seçiminde bence en önemli kriterlerden biri entegrasyon kabiliyeti. Hospitality'de tek başına çalışan bir yazılımın yaratabileceği değer sınırlı. Seçilen çözümün işletmenin mevcut PMS, CRS, CRM ve diğer operasyon sistemleriyle gerçek zamanlı çalışabilmesi gerekiyor. Bunun yanında ölçeklenebilirlik, veri güvenliği, çoklu dil desteği ve satış sonrasında sunulan destek mutlaka değerlendirilmeli. Yapay zeka tarafında ise en önemli tavsiyem, etkileyici demolardan çok gerçek otel operasyonlarında çalışan sistemlere bakılması. Bir çözümün gerçek misafirlerle, farklı dillerde ve yoğun operasyon altında nasıl performans gösterdiği bence en önemli kriterlerden biri. En büyük problemlerden biri sektörde hala birbirinden kopuk çalışan çok sayıda sistem bulunması. Bir otelde PMS, CRS, CRM, restoran, çağrı merkezi ve farklı operasyon sistemlerinin aynı anda kullanıldığını görüyoruz. Bu sistemlerin kapalı yapıda olması hem entegrasyon sürelerini uzatıyor hem de işletmelerin yeni teknolojileri devreye alma hızını düşürüyor. Açık ve standart API yapılarının yaygınlaşması burada çok önemli. Biz Heyhotel'de global ve yerel teknoloji sağlayıcılarıyla kurduğumuz entegrasyon ekosistemini bu nedenle stratejik bir alan olarak görüyoruz. Geleceğin hospitality teknoloji altyapısının, tek bir sistemin her şeyi yaptığı yapılardan değil, farklı uzman sistemlerin gerçek zamanlı ve güvenli biçimde birlikte çalıştığı ekosistemlerden oluşacağını düşünüyorum. 2026 ve 2027 döneminde iki ana odağımız var: uluslararası büyüme ve ürünümüzü daha ileri bir agentic AI platformuna dönüştürmek. Coğrafi olarak şu anda önceliğimiz Avrupa. Özellikle İspanya'daki yapılanmamızı büyütüyor, DACH bölgesindeki çalışmalarımızı hızlandırıyoruz. Bunun yanında EMEA genelinde kapsamlı projeler yürütüyoruz ve yakın dönemde farklı pazarlarda yeni canlı kullanımlarımız başlayacak. Ürün tarafında ise yapay zeka ajanlarının yalnızca misafirle konuştuğu değil, otelin sistemleriyle ve diğer ajanlarla koordineli çalışarak süreçleri baştan sona yönettiği bir yapı kuruyoruz. Uzun vadeli hedefimiz, bugün hospitality sektöründe kurduğumuz bu teknoloji ve operasyon katmanını global ölçekte büyütmek; Heyhotel'i farklı pazarlarda otellerin yapay zeka tabanlı misafir iletişimi ve operasyonlarında temel platformlardan biri haline getirmek.



Heyhotel.ai

Rezervasyondan misafir taleplerine, her konuşmayı **operasyona dönüştürür**.

Son 30 Günde

60,000

benzersiz misafir

4M+
mesaj/oturum

1M+
dakika görüşme



Sesli Asistan

7/24 AI Destekli İletişim

Misafir Talepleri

Tiktok Messenger

Rezervasyon

WhatsApp

Operasyon

Instagram

Şimdi Dene

www.heyhotel.ai



Yasin Bıkmazer / Butiksoft Teknoloji A.Ş. / Kurucu Ortak ve CEO

Butiksoft, başta butik oteller olmak üzere küçük ve orta ölçekli konaklama tesislerinin günlük operasyonlarını kolaylaştıran bulut tabanlı otel yönetim yazılımları geliştiriyor ve tesislerin acenteler ile çevrim içi satış kanallarıyla entegre çalışmasını sağlıyor

Butiksoft Teknoloji A.Ş. olarak Kapadokya Teknopark'ta, konaklama işletmelerinin günlük operasyonlarını kolaylaştıran bulut tabanlı yazılımlar geliştiriyoruz. Özellikle butik otellerin sınırlı ekiplerle yürüttüğü yoğun iş süreçlerine odaklanıyoruz. Rezervasyon, ön büro, ön muhasebe, kanal yönetimi ve raporlamayı aynı platformda bir araya getiriyoruz. Mobil erişim sayesinde işletmeciler tesislerini bulundukları her yerden takip edebiliyor. Ürün geliştirmede temel yaklaşımımız, otel çalışanlarının kolayca kullanabildiği ve sahadaki ihtiyaçlara doğrudan karşılık veren çözümler sunmak. Ana faaliyet alanımız turizm ve konaklama sektörü. Butik oteller başta olmak üzere küçük ve orta ölçekli tesislere hizmet veriyor, otellerin acenteler ve çevrim içi satış kanallarıyla bağlantılı süreçlerini destekliyoruz. Yurt dışına da yazılım ihracatı yapıyoruz. Balkanlarda başlayan ihracat yolculuğumuz Avusturya ile devam etti. Butiksoft Pro'nun farklı dil, para birimi ve yerel entegrasyon ihtiyaçlarına uyum sağlayan yapısıyla uluslararası kullanımını genişletmeyi hedefliyoruz. Turizmde yazılım, operasyonun tutarlı verilerle yürütülmesini sağlıyor. Butiksoft'ta rezervasyondan tahsilata kadar uzanan süreçleri birleştiriyor; fiyat ve müsaitlik dağıtımını, e-Fatura ve kimlik bildirimi gibi entegrasyonlarla birlikte yönetiyoruz. Yapay zekâ tarafında, işletmecilerin günlük dille soru sorarak otel verilerine ulaşmasını ve desteklenen işlemleri gerçekleştirmesini sağlayan entegrasyonlar geliştiriyoruz. Örneğin, yaklaşan girişleri sorgulamak veya belirli tarihlerdeki doluluğu değerlendirmek daha erişilebilir hâle geliyor. Gelir yönetimi çözümleriyle entegrasyon çalışmalarımız da fiyat kararlarını verilerle desteklemeyi amaçlıyor. Yapay zekânın değerini zaman tasarrufu, erken fark edilen sorunlar ve daha bilinçli kararlarla ölçüyoruz. Bunun için doğru veri, kullanıcı yetkileri ve kritik işlemlerde insan onayı temel önemde. Misafirler rezervasyon sırasında gördükleri bilgiyle tesiste karşılaştıkları hizmetin tutarlı olmasını, taleplerine hızlı yanıt verilmesini bekliyor. Dijital ön kayıt, hızlı giriş işlemleri ve departmanlar arasında güncel bilgi paylaşımı bu beklentiyi destekliyor. Örneğin, ön büronun odanın hazır olduğunu zamanında görmesi beklemeyi azaltıyor. Misafir tercihlerini uygun izinlerle hatırlamak da sonraki konaklamayı kişiselleştirebiliyor. Teknolojinin çalışanlara kazandırdığı zamanı misafirle iletişime ayırmak, memnuniyetin kalıcı bir ilişkiye dönüşmesine katkı sağlıyor.

Turizm işletmeleri ve acentelere yazılım partneri seçerken tavsiyemiz, kararı gerçek senaryolarla yürütülen bir pilot uygulamaya ve benzer tesislerin deneyimlerine dayandırmalarıdır. Yazılımın işletmenin gerçek iş akışına uygunluğu önemlidir

Turizm işletmeleri ve acenteler yazılım partneri seçerken ilk kriter, yazılımın işletmenin gerçek iş akışına uygunluğu olmalı. Oteller ve acenteler; rezervasyon değişikliği, iptal, tahsilat ve yoğun dönem senaryolarını kendi ekipleriyle denemeli. Kullanım kolaylığı, entegrasyonların kapsamı, veri güvenliği, yedekleme ve desteğin erişilebilirliği birlikte değerlendirilmeli. Lisans bedeli kadar kurulum, eğitim, ek modül ve entegrasyon maliyetleri de açık olmalı. Ayrıca işletmenin verilerini dışarı aktarabilmesi ve sağlayıcı değişikliğinde izlenecek sürecin sözleşmede tanımlanması önemli. Tavsiyemiz, kararı gerçek senaryolarla yürütülen bir pilot uygulamaya ve benzer tesislerin deneyimlerine dayandırmak. Sektörde başlıca sorunlar, sistemlerin aynı bilgiyi farklı biçimlerde tutması ve değişikliklerin zamanında aktarılamaması. Oda tipi eşleştirmeleri, fiyat planları, iptal koşulları ve para birimi farklılıkları hatalara yol açabiliyor. Aynı bilginin birden fazla sisteme elle girilmesi de bu riski artırıyor. Çözüm için her verinin hangi sistemde yönetileceği baştan belirlenmeli; ortak veri tanımları ve belgelenmiş bağlantı arayüzleri kullanılmalı. Entegrasyonlar iptal, değişiklik ve bağlantı kesintisi gibi senaryolarla test edilmeli. Aktarım hatalarının görünür olması ve ekiplerin eğitilmesi de gerekli. Böylece sorunlar misafire yansımadan tespit edilip giderilebilir. 2026'nın kalanında ve 2027'de önceliğimiz, Butiksoft Pro'nun kullanımını yaygınlaştırmak ve Avrupa pazarındaki büyümemizi sürdürmek. Ürün yatırımlarımızda yapay zekâ destekli sorgulama ve yönetici raporları, gelir yönetimi entegrasyonları ve otel-acente iş akışlarının geliştirilmesi öne çıkıyor. Misafirin giriş işlemlerini dijital ortamda tamamlayabildiği self check-in çözümleri de geliştirme gündemimizde. Çok dilli yapının ve ülkelere özgü entegrasyonların geliştirilmesi, uluslararası büyüme planımızın önemli bir parçası. Büyürken kullanım kolaylığını korumayı ve otellerin günlük iş yükünü azaltmayı esas alıyoruz.



Butiksoft
Otel Yönetim Sistemi

butiksoft.com
0 (384) 214 0 444
7/24 destek

BULUT TABANLI OTEL YÖNETİM SİSTEMİ

Bilgisayarınızda, cebinizde, kolunuzda.

Otelinizin tamamı. Tek sistemde.

Ön bürodan satış kanallarına, tüm otel operasyonunuzu bulut tabanlı Butiksoft ile tek merkezden yönetin.

İşinizin her adımında.

Operasyon

- Ön büro yönetimi
- POS ve restoran
- Ön muhasebe ve stok yönetimi
- Gelir ve gider yönetimi
- Kimlik bildirim sistemi
- Pasaport ve kimlik okuyucu

Satış ve dağıtım

- Kanal yönetimi
- Rezervasyon motoru
- Metasearch
- Yerel acente portalı
- Dinamik fiyatlandırma
- Rakip otel analizi

Entegrasyonlar

- E-Fatura
- TGA
- TÜİK raporu
- ChatGPT / Claude
- Hotspot
- POS
- API
- MCP entegrasyonu

Bilgisayar, tablet ve telefonunuzda yanınızda ayrıca artık kolunuzda.



Apple Watch'ta da yanınızda.

Oda durumları, girişler ve çıkışlar artık bileğinizde.

Bileğinizi kaldırın ve saatinize söyleyin, rezervasyonu anında oluştursun.

Butiksoft'a her yerden erişin.

GET IT ON Google Play | Download on the App Store | Download for Apple Watch



Sami Eskenazi / ICITECH Teknoloji / Pazarlama Direktörü

Yazılım geliştirme, yapay zekâ ve dijital dönüşüm alanlarında çözümler geliştiriyor, turizm tarafındaki en önemli ürünümüz ICIBOT'la bir otelin misafiriyle iletişime geçtiği bütün noktaları dijital olarak yönetebilmesini hedefliyoruz

ICITECH Teknoloji olarak yazılım geliştirme, yapay zekâ ve dijital dönüşüm alanlarında çözümler geliştiriyoruz. Turizm ise uzun yıllardır üzerinde çalıştığımız ve ciddi bir sektörel deneyim biriktirdiğimiz alanların başında geliyor. Turizm tarafındaki en önemli ürünümüz ICIBOT. Ancak ICIBOT'u yalnızca bir chatbot veya dijital misafir rehberi olarak tanımlamak doğru olmaz. Bizim bakış açımız biraz farklı. Bir otelin misafiriyle iletişime geçtiği bütün noktaları; rezervasyon öncesinden başlayarak otele geliş, check-in, konaklama, otel hizmetlerinin kullanımı, ek satışlar ve konaklama sonrasına kadar dijital olarak yönetebilmesini hedefliyoruz. WhatsApp iletişimi, dijital check-in, QR çözümleri, dijital misafir rehberi, talep yönetimi, kampanya iletişimi, upsell ve cross-sell gibi farklı süreçleri tek bir yapı içerisinde bir araya getiriyoruz. Buradaki temel yaklaşımımız şu: "Teknoloji otelin işini zorlaştırmamalı; otelin daha az eforla daha iyi hizmet vermesini ve daha fazla gelir üretmesini sağlamalı." Farklı sektörlere yönelik yazılım ve teknoloji çözümleri geliştiriyoruz. Ancak turizm hem ürün geliştirme hem de sektörel uzmanlık açısından bizim için stratejik bir alan. ICIBOT'u geliştirirken yalnızca Türkiye'deki otellerin bugünkü ihtiyaçlarını değil, turizm sektörünün global olarak nereye gittiğini de dikkate alıyoruz. Çünkü otelcilikte yaşanan problemler ülkeden ülkeye tamamen değişmiyor. Misafir daha hızlı iletişim kurmak, beklememek, istediği bilgiye anında ulaşmak ve ihtiyaçlarını kolayca karşılamak istiyor. Bu nedenle ürünümüzü uluslararası pazarlara uygun şekilde geliştiriyoruz ve yurt dışı büyüme bizim 2026-2027 dönemindeki önemli hedeflerimizden biri. Ben Türkiye'nin yalnızca turizm hizmeti ihraç eden değil, turizm teknolojisi de ihraç eden bir ülke olması gerektiğine inanıyorum. Bence turizm sektöründe yapay zekâ konusunda bir kavram karmaşası yaşanıyor. Bir sisteme yapay zekâ eklemek ile yapay zekâyı gerçekten işin içerisine dahil etmek aynı şey değil. Bir chatbotun misafirin sorusuna cevap vermesi artık tek başına büyük bir teknoloji avantajı değil. Asıl değer, yapay zekânın misafiri anlaması, doğru bilgiyi doğru zamanda sunması ve otelin ticari süreçlerine katkı sağlamasıyla ortaya çıkıyor. Biz ICIBOT'ta yapay zekâyı bu bakış açısıyla değerlendiriyoruz. Misafirle doğal bir iletişim kurulması bizim için işin yalnızca başlangıç noktası. Bunun arkasında otelin hizmetlerini daha doğru tanıtmak, ek satış fırsatlarını artırmak, çalışanların üzerindeki rutin iletişim yükünü azaltmak ve misafir davranışlarından anlamlı veriler elde etmek var. Önümüzdeki dönemde yapay zekânın otellerdeki en önemli etkisinin "insanın yerini almak" değil, insanın yaptığı işi daha değerli hale getirmek olacağını düşünüyorum. Bugünün misafiri otelde teknolojiyi görmek istemiyor; teknolojinin sağladığı kolaylığı yaşamak istiyor. Misafirin beklentisi çok basit aslında: Beklemek istemiyor, tekrar tekrar aynı bilgiyi vermek istemiyor ve ihtiyacı olduğunda otelle kolayca iletişim kurmak istiyor. Bu nedenle dijital check-in, WhatsApp iletişimi, QR üzerinden hizmetlere ulaşma veya otel içerisinde ihtiyaç duyduğu bilgiye saniyeler içerisinde erişebilme gibi uygulamalar artık birer "lüks teknoloji" olmaktan çıkıyor. Ama burada önemli bir nokta var. Dijitalleşme insan temasını ortadan kaldırmamalı. Tam tersine, teknolojinin rutin işleri üstlenmesiyle otel çalışanının misafirle daha fazla ilgilenmesini sağlamalı. Örneğin misafir havlu talebini WhatsApp üzerinden kolayca iletebiliyorsa resepsiyonun bu taleple uğraşmak için zaman kaybetmesine gerek kalmaz. Çalışan o zamanı misafirin gerçekten insana ihtiyaç duyduğu başka bir noktada kullanabilir. Dolayısıyla benim için iyi teknoloji, insanın yerine geçen değil, insanın zamanını değerli hale getiren teknolojidir.

Ben geleceğin otel teknolojisini "çok sayıda yazılım" olarak görmüyorum. Birbirleriyle konuşabilen daha az sayıda ve daha akıllı sistem çok daha değerli olacak. Bu nedenle API'ler, entegrasyon kabiliyeti ve veri paylaşımı önümüzdeki dönemde otellerin yazılım seçiminde en önemli kriterlerden biri haline gelecek

Ben otel yöneticilerine yazılım satın alırken ilk olarak ürünün özelliklerine değil, sonucuna bakmalarını öneriyorum. Çünkü bugün birçok yazılım çok uzun özellik listeleri sunabiliyor. Ancak asıl soru şu: "Bu sistem benim otelime ne kazandıracak? Çalışan saatinden tasarruf sağlıyor mu? Misafir memnuniyetini artırıyor mu? Ek gelir yaratıyor mu? Veriyi daha kullanılabilir hale getiriyor mu? Mevcut sistemlerle entegre çalışabiliyor mu? Bunların cevapları net değilse çok fazla özelliğe sahip olmak tek başına bir avantaj değil. Bir diğer kritik konu da yazılım şirketinin ürünü geliştirme kapasitesi. Otel bugün bir yazılım satın alıyor ama teknoloji dünyası çok hızlı değişiyor. Dolayısıyla yazılım partnerinin iki yıl, üç yıl sonra nerede olacağını da değerlendirmek gerekiyor. Benim tavsiyem, otellerin yazılım şirketlerini yalnızca tedarikçi olarak değil, mümkün olduğunca teknoloji partneri olarak değerlendirmesi. Turizm sektöründeki en büyük problemlerden birinin, sistemlerin birbirleriyle yeterince konuşamaması olduğunu düşünüyorum. Bir otelde PMS başka bir sistem, CRM başka bir sistem, ödeme altyapısı başka bir sistem, misafir iletişimi başka bir sistem olabiliyor. Her sistem kendi içerisinde iyi çalışsa bile aralarında veri akışı yoksa otel aslında parçalı bir teknoloji altyapısıyla çalışıyor. Bu durum çalışanların iş yükünü artırıyor ve en önemlisi, otelin sahip olduğu verinin gerçek değerini ortaya çıkarmasını engelliyor. Ben geleceğin otel teknolojisini "çok sayıda yazılım" olarak görmüyorum. Birbirleriyle konuşabilen daha az sayıda ve daha akıllı sistem çok daha değerli olacak. Bu nedenle API'ler, entegrasyon kabiliyeti ve veri paylaşımı önümüzdeki dönemde otellerin yazılım seçiminde en önemli kriterlerden biri haline gelecek. ICIBOT'u geliştirirken de bu nedenle otelin mevcut teknoloji altyapısını tamamen değiştirmesini değil, mevcut sistemlerle mümkün olduğunca entegre çalışmasını önemsiyoruz. Çünkü otelin teknolojisini baştan aşağı değiştirmek yerine, mevcut teknolojinin üzerine değer yaratmak çok daha sürdürülebilir bir yaklaşım. 2026-2027 döneminde bizim için üç ana konu öne çıkıyor: yapay zekâ, ürün derinliği ve uluslararası büyüme. ICIBOT'u bir iletişim aracından çok daha ileri taşımak istiyoruz. Hedefimiz, misafirin otelle kurduğu dijital ilişkinin mümkün olduğunca büyük bölümünü yönetebilen; misafiri anlayan, otelin hizmetlerini doğru zamanda sunan, çalışanların operasyonel yükünü azaltan ve aynı zamanda otelin gelirlerini artırmaya yardımcı olan daha akıllı bir yapı oluşturmak. Özellikle yapay zekâ yatırımlarımızı bu doğrultuda artırıyoruz. Burada bizim için önemli olan "AI kullanıyoruz" demek değil. Yapay zekânın otelin günlük operasyonunda ölçülebilir bir fark yaratması. İkinci olarak mevcut müşterilerimizde ürün kullanımını derinleştirmek de önemli bir hedefimiz. Bir otelin yalnızca ICIBOT satın alması değil, sistemin otelin günlük operasyonunun doğal bir parçası haline gelmesi bizim için daha değerli. Üçüncü alan uluslararası pazar. İngiltere ve Belçika'daki fiziksel ofislerimiz sayesinde Türkiye'de geliştirdiğimiz turizm teknolojilerini farklı ülkelerdeki otellere başarıyla ihraç ediyor olmak ve bu başarının ciromuza güçlü bir şekilde yansıdığını görmek, bizim için son derece gurur verici. Çünkü Türkiye'nin turizmde çok güçlü bir bilgi birikimi var. Bu deneyimi teknolojiyle birleştirdiğimizde global ölçekte rekabet edebilecek ürünler ortaya çıkartabildiğimize inanıyorum. Ben önümüzdeki dönemde otel teknolojilerinde asıl rekabetin "kim daha fazla özellik sunuyor?" sorusundan çıkıp "kim otelin daha fazla gelir elde etmesine, çalışanlarının zamanını daha verimli kullanmasına ve misafirini daha iyi anlamasına yardımcı oluyor?" noktasına geleceğini düşünüyorum. ICIBOT'un hedefi de tam olarak bu değişimin içerisinde yer almak.



Dr. Özgür Zan / WeBee / Kurucu Ortak ve CEO

Türkiye'nin ilk mobil yazılım şirketi olarak, 2017'den bu yana WeBee markamızla otellerin misafir memnuniyetini artırmak, operasyonları verimli hale getirmek ve oda dışı gelirlerini büyütmek alanlarında değer üretmeyi hedefliyoruz

Firmamız, 1999 yılında kurulan Türkiye'nin ilk mobil yazılım şirketi olup, 2017 yılından bu yana WeBee markası ile konaklama sektörünün dijital dönüşümüne odaklanmıştır. Oteller ile misafirleri arasında dijital bir köprü kuruyoruz. Oteller için geliştirdiğimiz çözümlerle; misafirlerin konaklama öncesinden çıkış sonrasına kadar otelle kurduğu etkileşimi daha hızlı, kişiselleştirilmiş ve ölçülebilir hale getiriyoruz. Otellerin hizmetlerini daha geniş bir misafir grubuna tanıtarak, online satın alınabilen hizmet ve ürünler ile gelirlerini artırmasına olanak sağlıyoruz. Otel içindeki operasyonların, hızlı, kesintisiz yönetimi için otel çalışanlarının görev ve iş süreçlerini kolaylaştıran operasyon yönetim çözümü sağlıyoruz. İleri yapay zeka uygulamaları ile otellerdeki iletişim ve otomasyon sistemlerini kuruyoruz. Temel hedefimiz üç alanda değer üretmek: misafir memnuniyetini artırmak, operasyonları verimli hale getirmek ve otellerin oda dışı gelirlerini büyütmek. Bugünkü odağımız turizm ve özellikle konaklama sektörü. WeBee doğrudan SaaS modeliyle ihraç edilen bir Türk teknoloji ürünü. 26 ülkede faaliyet gösteriyor; Avrupa, Orta Doğu, Afrika ve farklı turizm pazarlarında global zincirler ve bağımsız oteller tarafından kullanılıyor. Accor, Kempinski, Wyndham ve Radisson gibi uluslararası markalarla çalışmış olmamız, Türkiye'den geliştirilen bir turizm teknolojisinin global ölçekte rekabet edebileceğini gösteriyor. Capterra kullanıcı değerlendirmelerinde 4.9/5 puana ulaşmamız da bizim için özellikle önemli; çünkü teknolojide gerçek başarıyı müşterinin elde ettiği değer belirliyor. Yazılım çözümlerimizi turizm işletmelerinin arka plandaki destek sistemi değil; doğrudan misafir deneyimini, verimliliği ve geliri etkileyen stratejik altyapı olarak konumlandırıyoruz. Yapay zekâ ise bu dönüşümü hızlandırıyor. Misafir sorularına anında yanıt verme, geri bildirimleri analiz etme, davranışları anlamlandırma, kişiselleştirilmiş teklif üretme, doğru zamanda doğru upsell önerisini sunma ve çalışanların tekrarlayan işlerini azaltma gibi alanlarda ciddi fayda yaratıyoruz. Bizce asıl fırsat, "insanın yerine Yapay Zeka" değil, "Yapay Zeka ile güçlendirilmiş insan" modelidir. Teknoloji rutin işleri üstlendikçe otel çalışanı misafire daha fazla zaman ve dikkat ayırabilir. Bu felsefeye yönelik web sitemizde de otellerin adaptasyonuna yönelik bir yazı dizisi başlattık. Serinin dördüncü makalesi de şu anda yayında. Bu yaklaşıma "Human Amplification Framework" adını verdik.

Dijitalleşmenin amacı insan temasını ortadan kaldırmak olmamalı. Tam tersine, otel ne kadar otomatikleşirse gerçek insan ilgisinin değeri o kadar artıyor. En başarılı deneyim, dijital kolaylık ile insani misafirperverliğin doğru birleşiminden doğuyor. Bu da memnuniyeti, tekrar konaklama eğilimini ve marka sadakatini güçlendiriyor

Bugünün misafiri hız, kolaylık, kişiselleştirme ve kontrol bekliyor. Bir hizmeti telefonla arayıp beklemek yerine birkaç dokunuşla talep etmek; kendi dilinde iletişim kurmak; restoran, spa veya aktivite rezervasyonunu anında yapmak istiyor. Ancak dijitalleşmenin amacı insan temasını ortadan kaldırmak olmamalı. Tam tersine, otel ne kadar otomatikleşirse gerçek insan ilgisinin değeri o kadar artıyor. En başarılı deneyim, dijital kolaylık ile insani misafirperverliğin doğru birleşiminden doğuyor. Bu da memnuniyeti, tekrar konaklama eğilimini ve marka sadakatini güçlendiriyor. Teknoloji seçiminde yalnızca özellik listesine veya fiyata bakılmamalı. Öncelikle çözümün gerçekten kullanılabilir olması ve personel tarafından benimsenmesi gerekir. İkinci kritik konu entegrasyon kabiliyetidir; PMS, POS, CRM ve diğer sistemlerle açık API'ler üzerinden konuşabilmelidir. Veri güvenliği, çok dillilik, ölçeklenebilirlik, satış sonrası destek, sektör referansları ve ürünün gelişim vizyonu da önemlidir. En kritik soru ise şudur: Bu teknoloji ölçülebilir hangi sonucu yaratacak? Daha yüksek memnuniyet mi, daha düşük operasyon maliyeti mi, daha fazla gelir mi? Yazılım yatırımı bu çıktılar üzerinden değerlendirilmelidir. Bizi seçen otel müşterilerimiz için ilk yaptığımız çalışma, otellerinin verilerini alarak onlara WeBee altyapısı ile gelirlerini ilk yıl ve takip eden dört yılda ne kadar ve hangi alanlarda artırabileceklerini göstermek oluyor. En büyük sorunlardan biri parçalı teknoloji yapısı. Bir otelde onlarca farklı sistem bulunabiliyor ve bu sistemler her zaman birbiriyle sağlıklı konuşmuyor. Kapalı sistemler, standart olmayan entegrasyonlar, mükerrer veri girişi ve farklı veri kaynakları hem operasyonu zorlaştırıyor hem de misafir deneyimini kesintiye uğratıyor. Diğer önemli konu değişim yönetimi; iyi teknoloji, çalışan tarafından benimsenmezse değer üretmiyor. Çözüm; açık API ve standartların yaygınlaşması, modüler mimari, verinin mümkün olduğunca tekilleştirilmesi ve teknolojinin ekiplerle birlikte, aşamalı biçimde devreye alınmasıdır. 2026-2027 döneminde ana odağımız global büyümeyi hızlandırırken WeBee'yi daha fazla yapay zekâ yeteneğiyle güçlendirmek. Avrupa ve Körfez pazarlarında büyümeyi ve yapay zekâ destekli mesajlaşma çözümlerimizi daha fazla tesise taşımayı hedefliyoruz. Aynı zamanda otellerin dijitalleşmesini haftalar süren kurulum projelerinden çıkarıp çok daha hızlı self-servis yapılara dönüştürecek içerik otomasyonu ve entegrasyon teknolojilerine yatırım yapıyoruz. Bir diğer çalışma alanımız, otel bilgisinin acenteler ve diğer turizm platformları tarafından standart API ve yapay zekâ arayüzleri üzerinden daha kolay kullanılabilmesi. Önümüzdeki dönemde rekabetin tek tek yazılımlardan çok, birbirleriyle konuşabilen akıllı ekosistemler arasında yaşanacağını düşünüyoruz.





Arden Agopyan / HotelRunner / Kurucu Ortak

Seyahat ve konaklama sektörünün dijital ve finansal altyapısını inşa eden küresel bir seyahat teknolojisi platformu olarak, 193 ülkede 65.000'i aşkın konaklama tesisi ve yüzlerce seyahat acentesi ekosistemimizde yer alıyor

HotelRunner, seyahat ve konaklama sektörünün dijital ve finansal altyapısını inşa eden küresel bir seyahat teknolojisi platformu. 2011'den bu yana, 15 yıldır sektörün dijital dönüşümünün aktif bir parçasıyız. Operasyon, satış, bağlantı ve gelir yönetimi alanlarını kapsayan entegre çözümlerimiz sayesinde binlerce konaklama işletmesi ve seyahat acentesinin karlı şekilde büyümesine ve veriye dayalı kararlar almasına yardımcı oluyoruz. Konaklama işletmelerine tesis ve rezervasyon yönetimi, kanal yönetimi, doğrudan rezervasyon, fiyatlama ve gelir yönetimi, online ödeme ve tahsilat, misafir iletişimi, itibar yönetimi, iş zekası ve yapay zeka destekli otomasyon çözümleri sunuyoruz. Aynı zamanda otelleri seyahat acenteleri, online seyahat platformları ve diğer dağıtım kanallarıyla buluşturan bağlantı altyapısını sağlıyor; seyahat acentelerine ise tedarik, dağıtım, rezervasyon ve B2B ticaret süreçlerini yönetebilecekleri teknoloji sunuyoruz. Böylece satışın oluşmasından rezervasyonun yönetilmesine, ödemenin alınmasından gelirin optimize edilmesine kadar turizm ticaretinin temel süreçlerini tek bir teknoloji ekosisteminde bir araya getiriyoruz. Yapay zeka, otomasyon ve gömülü finans teknolojileriyle seyahat işletmelerinin dünya genelinde nasıl bağlantı kurduğunu, işlem gerçekleştirdiğini ve ölçeklendiğini yeniden tanımlıyoruz. Resort otellerden butik işletmelere, tatil amaçlı kiralamalardan seyahat acentelerine kadar her ölçekten turizmin değer zincirinin farklı noktalarında faaliyet gösteren iş ortaklarımızın satış, operasyon, dağıtım ve tahsilat süreçlerini tek bir platformda birleştiriyoruz. Odak alanlarımız turizm ve konaklama. Bu iki sektörün temas ettiği satış, dağıtım ve ödeme ekosistemine teknoloji sağlıyoruz. Yazılım ihracatı bizim için tamamlayıcı bir faaliyet değil, iş modelimizin merkezinde. Bugün 193 ülkede 65.000'i aşkın konaklama tesisi ve yüzlerce seyahat acentesi ekosistemimizde yer alıyor; sistemlerimiz üzerinden her gün milyonlarca işlem gerçekleşiyor. Etstur, Setur, Tatilbudur.com, Jolly ve TatilSepeti.com gibi Türkiye'nin önde gelen seyahat platformlarının tercih edilen iş ortağıyız. Aynı zamanda Visa Tercih Edilen Stratejik İş Ortağı, Booking.com Premier Plus Bağlantı İş Ortağı ve En İyi Performans Gösteren İş Ortağı, Expedia Group Elite İş Ortağı, Airbnb Tercih Edilen Yazılım İş Ortağı, Agoda Stratejik İş Ortağı, Oracle, Hotelbeds, trivago ve Google Hotel Ads iş ortağıyız. Yapay zeka bizim için sonradan eklenen bir katman değil. Yıllardır veriyi yalnızca raporlamak için değil, otomatik karar ve aksiyon üretmek için kullanıyoruz. Ürünlerimizin tamamı sinyal odaklı bir karar mimarisi üzerine kurulu ve iş ortaklarımıza sektörde birçok ilk olan çözümü sunuyoruz. Ürünlerimizden Autopilot, fiyatlandırmayı, dağıtımı, ödemeyi ve günlük operasyonu otomatikleştiren yapay zeka destekli asistanımız. Doluluğu, talebi, rakip fiyatlarını ve envanteri sürekli izliyor, olay bazlı tetikleyicilerle bunları anında aksiyona dönüştürüyor. Autopilot'ı aktif kullanan tesislerde ortalama ADR artışı %7 seviyesine ulaşırken, tesis başına günlük otonom işlem sayısı 700'ün üzerine çıkıyor. Değerlendirme Merkezi ise misafir yorumlarını tek merkezden yönetiyor, anlık kişiselleştirilmiş yanıt üretiyor, 133 dilde çeviri yapıyor. Bugüne kadar sistem üzerinde 250 binin üzerinde yorum analiz edildi, 1 milyonu aşkın yanıt gönderildi. Tesislerin küresel acentelere bağlanma sürecini de tamamen otonom hale getirdik. AI Access programımızla bir sonraki aşamaya hazırlanıyoruz: tüketicilerin seyahatlerini yalnızca web siteleri ve mobil uygulamalar üzerinden değil, yapay zeka ajanları aracılığıyla planladığı bir dünyaya. Amacımız HotelRunner kullanan tesislerin bu yeni dağıtım kanalında da görünür, erişilebilir ve doğrudan rezervasyon alınabilir olmasını sağlamak. Bugün teknoloji yatırımının geri dönüşünü üç alanda görüyoruz: daha yüksek gelir, daha düşük operasyon maliyeti ve daha hızlı karar alma

Yazılım seçimi bir arayüz tercihi değil, altyapı tercihi. Entegrasyon derinliği, veri güvenliği, sistemin açık mimarisi, pazar ağının genişliği, ölçeklenebilirlik ve teknik destek başlıca kriterler olmalı

Misafir deneyimi aslında rezervasyon anında başlıyor; doğru fiyatın ve müsaitliğin sunulması, güvenli ödeme, hızlı iletişim ve konaklama sonrasındaki geri bildirim süreci birbirinden bağımsız değil. Misafirler artık yalnızca konaklama değil, uçtan uca bir deneyim satın alıyor. Beklenti hızlı yanıt, kişiselleştirilmiş hizmet ve pürüzsüz bir dijital akış yönünde. Sürdürülebilir büyümenin en kritik şartlarından biri de itibar yönetimi. Bunu yıllardır stratejik bir gelişim alanı olarak görüyoruz. İş ortaklarımız Değerlendirme Merkezi ile yorumlarını yapay zeka desteğiyle yanıtlıyor, Autopilot ile de bu süreci baştan sona otomasyona bağlıyor. Geri bildirime saatler yerine saniyeler içinde dönen işletmeler hem daha yüksek memnuniyet puanı hem daha sadık bir misafir kitlesi kazanıyor. Yazılım seçimi bir arayüz tercihi değil, altyapı tercihi. Entegrasyon derinliği, veri güvenliği, sistemin açık mimarisi, pazar ağının genişliği, ölçeklenebilirlik ve teknik destek başlıca kriterler olmalı. Bir nokta daha var: dünya genelinde yaygın bir ağa sahip olmak tek başına yeterli değil. İş ortağının yerel ihtiyaçları anlayabilmesi, pazarın işleyişini ve mevzuatını bilmesi ve bunlara yanıt üretebilmesi gerekiyor. İkisini birlikte sunabilen çözümler işletmeyi hem uluslararası pazarlara açıyor hem de günlük operasyonda yalnız bırakmıyor. Turizmde en temel sorunlardan biri, teknoloji altyapısının hala oldukça parçalı olması. Tesisler, seyahat acenteleri, dağıtım kanalları, ödeme sistemleri ve farklı operasyonel araçlar çoğu zaman birbirinden bağımsız çalışıyor. Bu da entegrasyon maliyetlerini artırıyor, manuel iş yükü yaratıyor, veri akışını yavaşlatıyor ve işletmelerin hızlı karar alma kabiliyetini sınırlıyor. Bir diğer önemli konu ise teknolojinin bazı işletmelerde hala stratejik bir yatırım yerine zorunlu bir maliyet olarak görülmesi. Oysa doğru teknoloji daha fazla yazılım kullanmak değil; daha az manuel iş, daha düşük hata oranı, daha hızlı karar alma ve daha fazla gelir üretmek anlamına geliyor. Burada yazılım şirketlerine de önemli bir sorumluluk düşüyor. Çözümlerin yalnızca güçlü olması değil, kolay uygulanabilir, birbirleriyle konuşabilen, ölçeklenebilir ve işletmenin mevcut yapısına hızla adapte olabilen sistemler olması gerekiyor. Biz çözümü açık ve entegre altyapılarda, otomasyonda ve giderek daha fazla otonom çalışan sistemlerde görüyoruz. Örneğin HotelRunner'da yeni bir satış kanalına bağlanma ve kurulum süreçlerini mümkün olduğunca otomatik hale getirerek haftalar sürebilecek operasyonların çok daha kısa sürede tamamlanmasını sağlıyoruz. Önümüzdeki dönemde sektörün rekabet gücünü belirleyecek temel unsur, daha fazla teknoloji kullanmak değil; farklı sistemleri tek bir akışta birleştiren ve veriyi doğrudan aksiyona dönüştürebilen altyapılara sahip olmak olacak. Önümüzdeki dönemde odağımız yalnızca mevcut süreçleri dijitalleştirmek değil, turizm ticaretinin nasıl gerçekleştiğini yeniden şekillendirmek. Yapay zeka ajanlarının seyahat planladığı, fiyatlama ve dağıtım kararlarının otonom verildiği, ödemenin ve finansal hizmetlerin doğrudan seyahat altyapısının içine gömüldüğü yeni bir döneme giriyoruz. Ekosistemin ihtiyaç ve beklentilerinin hızla değiştiği bu dönemde, stratejik iş ortaklarımızla turizm ticaretinin yeni standartlarını oluşturacak projeler üzerinde çalışıyoruz. Gömülü finans alanındaki yatırımlarımızı sürdürürken, iş ortaklarımıza yeni pazarlar ve yeni gelir kanalları açacak teknolojiler geliştirmeye devam ediyoruz. Pazar çeşitlendirmesini de jeopolitik ve ekonomik dalgalanmalara karşı turizm işletmelerinin dayanıklılığını artıran stratejik bir araç olarak görüyoruz. HotelRunner olarak bugün yeni nesil turizm ticaretinin küresel teknoloji ve finans altyapısını şekillendiriyoruz. Önümüzdeki dönemde de bu dönüşüme yön veren öncü konumumuzu daha da güçlendirmeye ve sektörün geleceğini stratejik iş ortaklarımızla birlikte şekillendirmeye devam edeceğiz.

HotelRunner

ELITE

Daha hızlı, daha karlı ve ayrıcalıklı HotelRunner Elite ile tanışın

Stratejik danışmanlık ve HotelRunner teknolojisini tek bir çatı altında birleştirerek maksimum verimlilik sağlayın ve işletmenizin tüm ihtiyaçlarını karşılayın

3,5 kata varan artış
GELİRLER

%125'e varan büyüme
REZERVASYONLAR

%150'ye varan yükseliş
ORTALAMA ODA FİYATI

%67'ye varan düşüş
İPTALLER

Oteliniz için bir "**health check**" yapalım, yol haritanızı birlikte çıkaralım

Görüşme talep edin





Emre Kurt / Veboni ERP / Satış Müdürü

Odağına turizm işletmelerini alan bir yazılım şirketi olarak, otellerde birçok süreci tek bir yapı içerisinde yönetebilecekleri Veboni ERP platformunu geliştiriyor, otel, acente, tur operatörü ve bunların etrafındaki teknoloji ekosistemini bir bütün olarak görüyoruz

Veboni, yaklaşık 25 yıllık turizm teknolojileri tecrübesinin üzerine inşa edilmiş, odağına turizm işletmelerini alan bir yazılım şirketi. Otellerin ön bürodan muhasebeye, satıştan insan kaynaklarına, stok ve satın almadan CRM'e kadar birçok sürecini tek bir yapı içerisinde yönetebilecekleri Veboni ERP platformunu geliştiriyoruz. İşin bir de acente tarafı var. Konaklama sektöründeki deneyimimizi seyahat acenteleri ve tur operatörlerinin operasyonlarına taşıyan çözümlerimiz bulunuyor. Dolayısıyla turizme sadece "otel yazılımı" penceresinden bakmıyoruz. Otel, acente, tur operatörü ve bunların etrafındaki teknoloji ekosistemini bir bütün olarak görüyoruz. Ana uzmanlık alanımız turizm. Özellikle otelcilik, seyahat acenteleri ve tur operatörleri bizim en güçlü olduğumuz alanlar. Türkiye çok büyük ve aynı zamanda oldukça zor bir turizm pazarı. Binlerce odalı yapılardan şehir otellerine, resort operasyonlarından acentelere kadar birbirinden çok farklı ihtiyaçlarla karşılaşıyoruz. Bu aslında ciddi bir avantaj sağlıyor; burada geliştirdiğiniz teknoloji doğal olarak farklı pazarlara da uyarlanabilecek bir kabiliyet kazanıyor. Yurt dışı bizim için önemli bir büyüme alanı. Hedefimiz yalnızca Türkiye'de kullanılan bir ürün olmak değil, Türkiye'nin turizm teknolojilerindeki bilgi birikimini farklı pazarlara da taşıyabilmek. Yapay zeka şu anda doğal olarak herkesin gündeminde. Fakat biz konuya biraz daha farklı yaklaşıyoruz. Sırf üzerinde "AI" yazıyor diye yeni bir ürün çıkarmanın tek başına değer yarattığını düşünmüyorum. Biraz da "Bizde de yapay zeka var" deme yarışına dönüştü açıkçası. Bizim önceliğimiz, yapay zekayı mevcut operasyonların içine yerleştirerek insanların işini gerçekten kolaylaştırmak. Bir raporun daha hızlı yorumlanması, yöneticinin önemli bir veriyi yüzlerce satır arasında aramaması, tekrar eden işlerin azaltılması, karar süreçlerinin desteklenmesi. Yani önce teknoloji değil, problem. Yapay zeka o problemi daha iyi çözüyorsa orada kullanacağız. Çünkü otel yöneticisinin sabah uyandığında ihtiyacı yeni bir AI ekranı görmek değil; "Bugün neye dikkat etmeliyim?" sorusunun cevabını daha hızlı alabilmek. Bugünün misafiri dijital dünyadaki hızını otelden de bekliyor. Bankacılık işlemini saniyeler içinde yapan birine resepsiyonda uzun süre form doldurtmak artık pek makul değil. Ama burada ince bir çizgi var. Dijitalleşme misafir ile otel arasındaki insan temasını ortadan kaldırmamalı; gereksiz işlemleri ortadan kaldırmalı. İyi teknoloji mümkün olduğunca görünmezdir. Misafir teknolojiyi düşünmez; sadece işlemin hızlı olduğunu, talebinin unutulmadığını ve otelin kendisini tanıdığını hisseder. Bence gerçek misafir deneyimi de burada başlıyor.

Bence sektörümüzün en önemli problemlerden biri entegrasyonların hâlâ zaman zaman projenin sonunda konuşulması. Oysa artık entegrasyon, projenin kendisinin bir parçası. Bir diğer konu yatırım yaklaşımı. En ucuz çözüm ilk gün avantajlı görünebilir ama birkaç yıl içerisinde operasyonel kayıp, entegrasyon problemi, veri dağınıklığı ve insan kaynağı maliyeti olarak çok daha pahalı hale gelebilir. Doğru teknolojiye yapılan yatırım zaman içerisinde işletmeye daha fazla kazandırdığı gibi çok daha sağlıklı bir altyapı da oluşturuyor

Turizm işletmeleri ve acenteler yazılım partneri seçerken ilk kriter kesinlikle sektör bilgisidir. Çünkü turizm yazılımı yalnızca kod yazmakla oluşmuyor. Otelin veya acentenin operasyonunu anlamıyorsanız çok iyi bir teknoloji geliştirseniz bile sahada zorlanabilirsiniz. İkinci konu entegrasyon kabiliyeti. Artık hiçbir sistem tek başına yaşamıyor. Üçüncüsü ise sürdürülebilirlik. İşletmeler yalnızca bugünkü ihtiyaçlarını değil, birkaç yıl sonra nereye gitmek istediklerini de düşünmeli. Yazılım sağlayıcısını tedarikçi değil, uzun vadeli teknoloji partneri olarak değerlendirmek gerekiyor. Bir de mümkünse sadece demo ekranına bakmayın. Sistemin gerçek operasyon içerisinde nasıl çalıştığını ve arkasındaki ekibin sizi ne kadar anlayabildiğini sorgulayın. Bence en önemli problemlerden biri entegrasyonların hâlâ zaman zaman projenin sonunda konuşulması. Oysa artık entegrasyon, projenin kendisinin bir parçası. Bir diğer konu yatırım yaklaşımı. Turizm işletmelerinin doğru teknoloji için doğru bütçeyi ayırması gerektiğini düşünüyorum. En ucuz çözüm ilk gün avantajlı görünebilir ama birkaç yıl içerisinde operasyonel kayıp, entegrasyon problemi, veri dağınıklığı ve insan kaynağı maliyeti olarak çok daha pahalı hale gelebilir. Doğru teknolojiye yapılan yatırım zaman içerisinde işletmeye daha fazla kazandırdığı gibi çok daha sağlıklı bir altyapı da oluşturuyor. Burada yazılım firmalarına da görev düşüyor. İşletmeleri onlarca farklı program arasında bırakmak yerine, mümkün olduğunca ihtiyaçları tek ve bütünleşik bir yapı içerisinde çözebilmek gerekiyor. Çünkü sistem sayısı arttıkça veri bütünlüğünü korumak ve yapıyı yönetmek de zorlaşıyor. Tabii bu, her şeyi mutlaka tek başınıza yapmanız gerektiği anlamına gelmiyor. Gerçekten uzmanlık gerektiren alanlarda farklı teknolojilerin doğru şekilde sisteme dahil edilmesi işletmeye ciddi avantaj sağlayabiliyor. Önemli olan dengeyi kurmak: Gereksiz yere 15-20 farklı sistem yaratmadan, ihtiyaç olduğunda doğru uzmanlığı yapıya dahil edebilmek. 2026-2027 döneminde odağımız mevcut teknolojilerimizi daha ileri taşımak, yapay zekayı operasyonların doğal bir parçası haline getirmek, acente tarafındaki yetkinliklerimizi büyütmek ve uluslararası pazarlardaki varlığımızı artırmak. Teknolojik altyapı tarafında da yaklaşımımız net: Turizm işletmelerinin mümkün olduğunca az sayıda sistemle, daha bütünleşik ve yönetilebilir bir yapıya sahip olması gerektiğine inanıyoruz. Kendi çözümlerimizi bu doğrultuda geliştirmeye devam ederken, ihtiyaç duyulan uzmanlık alanlarında mevcut teknolojilerle sağlıklı entegrasyonlar kurabilmek de bunun bir parçası. Yani hedefimiz daha fazla sistemi yan yana getirmek değil; mümkün olduğunca sade, güçlü ve gerçekten bütünleşik bir yapı oluşturmak. Bugüne kadar geliştirdiğimiz teknolojilerle turizm sektöründeki birçok değişimin ve dönüşümün içerisinde olduk. Önümüzdeki dönemde de yalnızca işletmelerin dijital dönüşümüne katkı sağlayan değil, geliştirdiğimiz teknolojilerle sektörün dönüşümüne yön veren ve turizmin geleceğini teknolojiyle şekillendirmeye devam eden bir yapı olacağız. Biraz iddialı mı? Evet. Ama 25 yıl teknoloji geliştirince insanın çıtayı biraz yukarı koyası geliyor.

Panasonic



Kablolamanın Zor Olduğu Alanlarda **Güvenlikten Ödün Vermeyin!**

Restorasyon projelerinde ve mevcut tarihi yapılarda kablolama her zaman mümkün olmayabilir. Panasonic Kablosuz Yangın Algılama Sistemleri esnek mimarisiyle; otel, restoran, müze ve tarihi yapılar gibi farklı pek çok mekâna uyum sağlar. Kablolama ihtiyacını azaltırken yangın güvenliğinden ödün vermeden güvenilir bir çözüm sunar.

Yapınızın özgün dokusuna zarar vermeden maksimum koruma için Panasonic Kablosuz Yangın Algılama Sistemleri'yle tanışın.



Suha Onay / DİA Yazılım / Genel Müdür

DİA Yazılım olarak farklı ölçek ve sektörlerdeki işletmelerin iş süreçlerini dijitalleştiren, bulut tabanlı ERP çözümleri geliştiriyor, turizm sektöründe bir otelin temel süreçlerini tek bir bulut platformunda yönetilebilir hale getiriyoruz

DİA Yazılım olarak 2004 yılından bu yana işletmelerin iş süreçlerini dijitalleştiren, bulut tabanlı ERP çözümleri geliştiriyoruz. Muhasebe ve finans yönetiminden stok depo, üretim, satış, CRM, e-ticaret, insan kaynakları ve e-belge süreçlerine kadar işletmelerin uçtan uca yönetim ihtiyaçlarına cevap veriyoruz. Bugün 15 bini aşkın üye firmamız, 75 bini aşkın kullanıcımız ve Türkiye genelindeki geniş iş ortağı ağımızla, farklı ölçek ve sektörlerdeki işletmelerin daha verimli, daha hızlı ve daha özgür çalışmasına katkı sağlıyoruz. DİA olarak tek bir sektöre odaklanmak yerine, farklı sektörlerin kendine özgü ihtiyaçlarına cevap verebilen esnek ve modüler bir ERP altyapısı sunuyoruz. Üretimden perakendeye, toptan ticaretten hizmet sektörüne, e-ticaretten turizme kadar çok geniş bir müşteri kitlesine hizmet veriyoruz. Ar-Ge kabiliyetimizi sürekli geliştirirken TÜBİTAK ve Avrupa Birliği destekli uluslararası Ar-Ge projelerinde de yer alıyoruz. Turizmde operasyonun hızı kadar, doğru veriye doğru zamanda ulaşmak da kritik hale geldi. DİA Otel çözümümüzle rezervasyondan ön büroya, acente ve kontrat yönetiminden kat hizmetleri, stok, finans ve raporlamaya kadar otelin temel süreçlerini tek bir bulut platformunda yönetilebilir hale getiriyoruz. Yapay zekâ tarafında ise bizim için temel hedef, teknolojiyi yalnızca bir yenilik olarak sunmak değil, işletmenin karar alma süreçlerine gerçek değer katmasını sağlamak. Doluluk, satış, acente performansı, gelir ve müşteri davranışları gibi verilerin daha etkin analiz edilmesi; tahminleme, operasyonel planlama ve kişiselleştirme gibi alanlarda turizm işletmelerinin daha hızlı ve veriye dayalı kararlar almasına önemli katkı sağlayacaktır. Bugünün misafiri hızlı, kolay ve kişiselleştirilmiş bir deneyim bekliyor. Bu nedenle dijitalleşmeyi yalnızca işletmenin arka plandaki operasyonlarını hızlandıran bir araç olarak değil, doğrudan misafir deneyimini geliştiren bir unsur olarak görüyoruz. Rezervasyon ve check-in süreçlerinin kolaylaştırılması, taleplerin hızlı karşılanması, memnuniyetin ölçümlenmesi ve elde edilen verilerin sonraki hizmet süreçlerinde kullanılabilmesi, misafirin tanındığını ve ihtiyaçlarının önemsendiğini hissetmesini sağlıyor. Bunun doğal sonucu da memnuniyetin ve uzun vadeli müşteri bağlılığının güçlenmesi oluyor.

Turizmde farklı sistemlerin birbirinden bağımsız çalışması, verinin farklı platformlarda dağılması ve sistemler arasındaki entegrasyonların yeterince güçlü olmaması en önemli verimlilik sorunları arasında yer alıyor. Bu durum hem operasyonel yükü artırıyor hem de yöneticilerin doğru ve güncel veriye ulaşmasını zorlaştırıyor. Çözümün, mümkün olduğunca bütünleşik ve açık entegrasyon kabiliyetine sahip platformlar kullanmak olduğunu düşünüyorum

Bir yazılım çözümünü değerlendirirken yalnızca bugünkü ihtiyaca değil, işletmenin gelecekteki büyümesine de bakılması gerektiğini düşünüyorum. Kullanım kolaylığı, güvenlik, bulut altyapısı, entegrasyon kabiliyeti, raporlama gücü, sektörel deneyim ve satış sonrası destek birlikte değerlendirilmelidir. Özellikle turizm gibi operasyonun çok hızlı değişebildiği bir sektörde yazılımın esnek ve ölçeklenebilir olması büyük önem taşıyor. Benim işletmelere tavsiyem, yazılımı yalnızca bir maliyet kalemi olarak değil, operasyonel verimlilik ve karar alma süreçlerine doğrudan katkı sağlayan uzun vadeli bir teknoloji yatırımı olarak değerlendirmeleri. Turizmde farklı sistemlerin birbirinden bağımsız çalışması, verinin farklı platformlarda dağılması ve sistemler arasındaki entegrasyonların yeterince güçlü olmaması en önemli verimlilik sorunları arasında yer alıyor. Bu durum hem operasyonel yükü artırıyor hem de yöneticilerin doğru ve güncel veriye ulaşmasını zorlaştırıyor. Çözümün, mümkün olduğunca bütünleşik ve açık entegrasyon kabiliyetine sahip platformlar kullanmak olduğunu düşünüyorum. DİA olarak da otel yönetiminden muhasebeye, acente süreçlerinden stok ve finans yönetimine kadar farklı operasyonların aynı veri yapısı üzerinde çalışmasına önem veriyoruz. Böylece işletmelerin veri tekrarını azaltmasını, süreçlerini hızlandırmasını ve daha sağlıklı kararlar almasını hedefliyoruz. 2026-2027 döneminde temel odağımız, DİA'nın güçlü ERP altyapısını yapay zekâ, mobilite, e-ticaret ve gelişmiş veri analitiği gibi alanlardaki yeni teknolojilerle daha da ileri taşımak olacak. Ürünlerimizi yalnızca mevcut ihtiyaçlara cevap veren çözümler olarak değil, işletmelerin gelecekteki iş yapış biçimlerini şekillendiren platformlar olarak geliştirmeyi hedefliyoruz. Bunun yanında müşteri deneyimini, iş ortağı ağımızı ve sektörel çözüm derinliğimizi güçlendirerek Türkiye'deki büyümemizi sürdüreceğiz. Bizim için önümüzdeki dönemin ana başlıkları; daha akıllı, daha entegre, daha erişilebilir ve işletmelere daha fazla özgürlük sağlayan bir DİA ekosistemi oluşturmak olacak.



Turgay Papakçı / MEG Mavi Elma Yazılım / Firma Sahibi

BiayS Pro, yeni yürürlüğe giren düzenlemeyle, otel, kafe ve gıda işletmeleri için daha önemli hale gelen besin analizi ve reçete yönetimini, dijital ortama taşıyor ve denetlemeden geçmeyi sağlıyor

MEG Mavi Elma Grup'un hizmete sunduğu Besin İçerik Analiz Yazılım Sistemi BiayS Pro, restoran, otel, kafe ve gıda işletmeleri için geliştirilmiş profesyonel besin analiz ve reçete yönetim yazılımıdır. 1 Temmuz'da yürürlüğe giren düzenlemelerle birlikte gıda işletmelerinde besin değerleri, alerjen bilgileri ve ürün içeriklerinin doğru, güncel ve düzenli şekilde yönetilmesi her zamankinden daha önemli hale geldi. Oteller, restoranlar, kafeler, yemek üretim firmalarına ilişkin, yeni genelge ile beraber denetimlerin başladığı bu günlerde, bilimsel verilerden oluşan besin değerleri ve alerjen besinlerin tespitini yapan, işletmenin yiyecek ve içeceklerdeki besin değerlerini pratik yönetip, raporlayıp, arşivlemesini sağlayan BiayS Pro, aynı zamanda, çoklu dil desteği de sunuyor. BiayS Pro yazılım programı: Alerjen besinlerin listesi, Besinlerin, besin öğesi makro-mikro değerleri, Hazır +800 yemek tarifleri, Sınırsız yemek tarifi (reçete) girişi, Sınırsız menü planı, Tariflerde Alerjenlerin belirtilmesi, Menülerde Alerjenlerin belirtilmesi, Etiket ve diğer yazdırma opsiyonları, Kolay kullanım arayüzü, QR menü uygulaması, QR menü hizmeti aldığınız yere API entegre hizmeti, Yabancı dil desteği ve daha fazla özelliklerle geniş kapsamlı bir hizmet yelpazesinden oluşuyor. Besin analizi ve reçete yönetimini dijital ortama taşıyan BiayS Pro, işletmelerin süreçlerini daha kontrollü ve sistematik bir yapıya dönüştürürken, zamandan tasarruf edilmesini sağlıyor, rakiplere karşı farklılık yaratıyor, veri yönetimini kolaylaştırıyor, iş süreçlerini tek platformda topluyor ve denetlemeden geçmeyi sağlıyor.



TEK SİSTEM. TAM KONTROL.

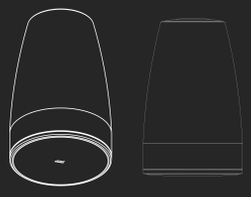
Veritas 2160BL, DesignMax Luna ve **FreeSpace FS4** ile restoran, otel, mağaza ve çok bölgeli ticari alanlarda dengeli kapsama, net anons ve güvenilir ses yönetimi tek bir sistemde buluşur.



VERITAS 2160BL

Power & Control

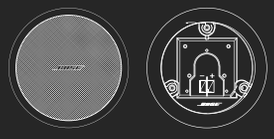
Sistemin güç ve kontrol merkezi. Müzik, anons ve farklı kullanım senaryolarını tek yapı üzerinden yönetir.



DESIGNMAX LUNA

Open Spaces

Açık tavanlı ve geniş hacimli alanlarda güçlü, dengeli ve geniş kapsama sunar.



FREESPACE FS4

Background Music & Paging

Destek alanlarında arka plan müziği ve anons için net, dengeli ve güvenilir ses sağlar.

BİRBİRİNİ TAMAMLAYAN BU ÜÇ ÇÖZÜM, FARKLI ALANLARIN İHTİYAÇLARINI
TEK BİR PROFESYONEL SES ALTYAPISINDA BULUŞTURUR.
DAHA SADE, TUTARLI VE YÖNETİLEBİLİR BİR SİSTEM SUNAR.

BOSE PROFESSIONAL İLE TÜM MEKÂNDA UYUMLU VE BÜTÜNLÜKLÜ SES.

Asimetrik

Asimetrik Ses Işık ve Görüntü Sistemleri
info@asimetrik.com.tr +90 (212) 212 80 75 www.asimetrik.com.tr

boseprofessional.com



Cavit Çolak / Pricing Coach /
CEO – Kurucu Ortak

Otellerin gelirlerini ve kârlılıklarını artırmak amacıyla geliştirilmiş, yapay zekâ destekli bir revenue management ve fiyat optimizasyon platformu olarak, yalnızca bir yazılım sunmayı değil; otellerin ticari karar alma süreçlerini teknolojiyle güçlendirmeyi amaçlıyoruz

Pricing Coach, otellerin gelirlerini ve kârlılıklarını artırmak amacıyla geliştirilmiş, yapay zekâ destekli bir revenue management ve fiyat optimizasyon platformudur. Otellerin geçmiş performanslarını, pazar verilerini, talep eğilimlerini ve rekabet koşullarını analiz ederek doğru fiyatı, doğru zamanda belirlemelerine yardımcı oluyoruz. Bugün farklı pazarlarda yüzlerce otelle çalışan Pricing Coach, özellikle revenue management süreçlerini daha erişilebilir, otomatik ve veri odaklı hale getirmeye odaklanıyor. Amacımız yalnızca bir yazılım sunmak değil; otellerin ticari karar alma süreçlerini teknolojiyle güçlendirmek. Ana odağımız turizm ve özellikle konaklama sektörü. Bununla birlikte geliştirdiğimiz teknoloji; fiyatlama, talep tahmini ve ticari optimizasyonun önemli olduğu farklı sektörlere de uyarlanabilecek bir altyapıya sahip. Pricing Coach bugün Türkiye dışında da farklı ülkelerde kullanılan bir çözüm. Önümüzdeki dönemde özellikle Avrupa ve yakın coğrafyalardaki varlığımızı artırarak teknoloji ihracatımızı büyütmeyi hedefliyoruz. Turizmde artık yazılım kullanmak tek başına bir rekabet avantajı değil, operasyonun temel parçalarından biri haline geliyor. Asıl farkı yaratan ise farklı sistemlerden gelen verinin anlamlandırılması ve ticari kararlara dönüştürülmesi. Yapay zekânın burada çok önemli bir rolü var. Özellikle fiyatlama ve talep tahmini gibi sürekli değişen alanlarda, insanın saatlerce analiz ederek ulaşabileceği sonuçları çok daha hızlı şekilde ortaya koyabiliyor. Ancak bizim yaklaşımımız "insanın yerine yapay zekâ" değil; "insanın daha doğru karar vermesini sağlayan yapay zekâ." Revenue ekiplerinin uzmanlığını teknolojiyle birleştirmek en güçlü model. Misafir artık yalnızca iyi bir oda veya iyi bir hizmet beklemiyor; tüm seyahat deneyiminin hızlı, kişiselleştirilmiş ve mümkün olduğunca zahmetsiz olmasını bekliyor. Dijital sistemler doğru kullanıldığında misafirin ihtiyaçlarını daha iyi anlamayı ve ona daha kişiselleştirilmiş teklifler sunmayı sağlıyor. Ancak burada teknoloji tek başına yeterli değil. Misafir deneyiminde teknoloji görünür olmak yerine doğru noktada devreye girmeli. Sadakati yaratan temel unsur hâlâ misafirin kendisini tanınmış ve değerli hissetmesi.

Yazılım partneri seçerken en önemli kriterler; entegrasyon kabiliyeti, veri güvenliği, kullanım kolaylığı, ölçülebilir ticari çıktı ve sağlayıcının turizm sektörünü ne kadar iyi tanıdığı. Ayrıca yazılım partnerinin ürün geliştirme hızını ve uzun vadeli vizyonunu da değerlendirmek gerekiyor. Benim tavsiyem, satın alma kararından önce küçük bir pilot çalışma yapılması ve sonucun gerçek ticari KPI'lar üzerinden ölçülmesi

Turizm işletmeleri ve acenteler yazılım partneri seçerken öncelikle yazılımın gerçekten hangi problemi çözdüğüne bakılmalı. Sadece özellik listesine veya teknolojinin ne kadar "yeni" olduğuna odaklanmak doğru değil. En önemli kriterler; entegrasyon kabiliyeti, veri güvenliği, kullanım kolaylığı, ölçülebilir ticari çıktı ve sağlayıcının turizm sektörünü ne kadar iyi tanıdığı. Ayrıca yazılım partnerinin ürün geliştirme hızını ve uzun vadeli vizyonunu da değerlendirmek gerekiyor. Benim tavsiyem, satın alma kararından önce küçük bir pilot çalışma yapılması ve sonucun gerçek ticari KPI'lar üzerinden ölçülmesi. Sektörün en önemli problemlerinden biri, verinin farklı sistemlerde dağınık olması. PMS, channel manager, CRM, booking engine, rate shopping ve finansal sistemler çoğu zaman birbirinden bağımsız çalışıyor. Bu nedenle gelecekte daha açık API altyapıları, standartlaştırılmış veri yapıları ve sistemlerin birbiriyle daha kolay konuşabilmesi kritik olacak. Turizm şirketlerinin de teknoloji yatırımlarında yalnızca bugünkü ihtiyacı değil, gelecekteki entegrasyon ihtiyacını da düşünmesi gerekiyor. 2026-2027 döneminde Pricing Coach için ana hedefimiz, Türkiye'deki güçlü konumumuzu korurken uluslararası büyümeyi hızlandırmak. Bunun yanında yapay zekâ tabanlı revenue management ürünümüzü geliştirmeye ve özellikle resort otellerin ihtiyaçlarına yönelik çözümlerimizi derinleştirmeye devam ediyoruz. Buradaki hedefimiz yalnızca daha fazla otelle çalışmak değil; Pricing Coach'u otellerin günlük ticari kararlarının merkezinde yer alan bir teknoloji platformuna dönüştürmek. Uzun vadede ise fiyatlamadan başlayıp gelir yönetimi, ticari optimizasyon ve müşteri davranışını kapsayan daha geniş bir hospitality intelligence ekosistemi oluşturmak istiyoruz.







Erhan Kaya / Hotel Linkage / CEO

Otellerin daha akıllı satış yaparak kârlılığını artırmasına odaklanan bir teknoloji, hizmet ve danışmanlık şirketi olan Hotel Linkage olarak, otelin satış ve operasyon süreçlerinin tamamını tek bir ekosistem içinde topluyoruz

Hotel Linkage, 16 yıldır otellerin daha akıllı satış yaparak kârlılığını artırmasına odaklanan bir teknoloji, hizmet ve danışmanlık şirketidir. Otelin satış ve operasyon süreçlerinin tamamını tek bir ekosistem içinde topluyoruz. Kanal yöneticimizle otel envanterini tüm satış kanallarında tek noktadan yönetiyor, kendi rezervasyon motorumuz Linkage Direct ile oteli komisyon baskısından kurtarıp misafiri kendi kanalına çekiyoruz. Ödeme altyapımız Linkage Pay tahsilat süreçlerini güvenli biçimde yürütürken, gelir yönetimi çözümümüz Linkage Revenue fiyatlama kararlarını veriye dayandırıyor. Dijital resepsiyonistimiz RecepAI misafir iletişimini karşılıyor, performans odaklı dijital pazarlama ekibimiz ise otelin kendi kanalına talep yaratıyor. Buna web sitesi tasarımından danışmanlığa uzanan hizmetlerimiz eşlik ediyor. Bunları birbirinden bağımsız ürünler olarak değil, aynı veriyi paylaşan tek bir bütün olarak kuruyoruz. Otelin karşısına beş ayrı panel ve beş ayrı muhatap çıkmasın istiyoruz. Ağırlığımız turizmde, bunun yanında otomasyon ihtiyacı olan başka sektörlere de proje bazlı çalışıyoruz. Bugün dünya genelinde 17.000'i aşkın otel ve konaklama tesisine hizmet veriyoruz. Amerika, İspanya, Polonya ve Hindistan başta olmak üzere geniş bir coğrafyaya yayıldık ve yazılımlarımızı yurt dışındaki iş ortaklarımız aracılığıyla ihraç ediyoruz. Türkiye'de geliştirilen bir ürünün Madrid'deki ya da Varşova'daki bir otelin günlük operasyonunun parçası olması, bizim için ciro kaleminden fazlasını ifade ediyor. Yazılım turizmde artık bir tercih değil, işin kendisi. Yapay zekâ için de aynı yolun açıldığını görüyoruz, ama bunu bir gelecek öngörüsü olarak değil, sahadaki kurulumlarımızda bugün yaşadığımız için söylüyoruz. Meseleye geniş açıdan bakınca insan için en kıymetli şey zaman. Yapay zekânın turizmdeki asıl katkısı da burada başlıyor. RecepAI, otele gelen soruların önemli bölümünü kendi yanıtlıyor, talepleri doğru departmana yönlendiriyor ve rezervasyonu tamamlıyor. Resepsiyonun telefonda geçen saatleri, misafirle gerçekten ilgilenmeye kalıyor. Bir otel yöneticisinin gününü dolduran şey çoğu zaman büyük kararlar değil, tekrar eden küçük işlerdir; yapay zekânın devraldığı da tam olarak bu kısım. Bunun çalışabilmesi entegrasyona bağlı. RecepAI kanal yöneticimiz ve rezervasyon motorumuzla aynı veriyi okuduğu için müsaitliği görüyor, fiyatı biliyor ve konuşmayı rezervasyona kadar götürebiliyor. Aradaki fark, bir asistan ile bir personel arasındaki fark kadar büyük. Acente tarafında da mantık aynı. operasyonel yük azaldıkça ekipler iş geliştirmeye ve misafir ilişkisine odaklanabiliyor. Bugünün misafiri, otelden de her gün kullandığı diğer dijital hizmetlerin hızını bekliyor. Gece yarısı sorduğu soruya sabah cevap alıyorsa, o otelin hizmet kalitesiyle ilgili kararını çoktan vermiş oluyor. Anında ve kendi dilinde yanıt almak artık bir ayrıcalık değil, temel beklenti. Bu beklentiyi karşılamak için otellerin üç konuda net olması gerekiyor. Birincisi erişilebilirlik: misafirin sorusu saat kaçta gelirse gelsin karşılık bulmalı. İkincisi dil: bir otelin her dilde ve her saatte personel bulundurması mümkün değil, ama misafir bunu bilmek zorunda da değil. Üçüncüsü hafıza: misafirin daha önce ne istediği, nerede kaldığı ve nelerden hoşlandığı tek bir çalışanın hatırlamasına bırakılmamalı. Bu üçü sağlandığında ortaya çıkan şey teknolojik bir üstünlük değil, misafirin kendini sahipsiz hissetmemesi. Sadakat kısmı ise daha az konuşuluyor ama bize göre daha kıymetli. Bir misafir otele aracı bir platform üzerinden geldiğinde, o misafirin ilişkisi otelle değil platformla kuruluyor; ikinci rezervasyonunda da aynı yere dönüyor. Oysa otelin kendi kanalından gelen misafir, otelin misafiri oluyor. Tercihleri, geçmiş konaklamaları ve iletişim izni otelde kalıyor. Sadakatin kurulabilmesi için misafirle otel arasında aracısız bir bağ gerekiyor; teknolojinin görevi de o bağı kurmak ve sürdürmek. Biz bu üç başlığı dijital resepsiyonistimiz RecepAI ile karşılıyoruz. Misafir hangi saatte ve hangi dilde yazarsa yazsın karşısında bir muhatap buluyor, konuşulan her şey otelin kendi hafızasında birikiyor ve o veri bir platformda değil otelde kalıyor.

Sektörde yaşanılan sorunları çözmek bağlamında tavsiyemiz; kurulum öncesi otelin veri yapısını tek tek doğrulamak, projeye otel tarafından bir süreç sahibi atanmasını şart koşmak ve açık API'yi bir lütuf değil standart olarak kabul etmektir

Bir yazılım seçerken aslında birkaç yıl birlikte çalışacağınız ekibi seçiyorsunuz, bu yüzden demoya bakmadan önce birkaç şeyi sormanızı tavsiye ederim. Yeni sistem elinizdeki PMS ve muhasebe programıyla sorunsuz konuşabiliyor mu? Elle veri aktarımı gereken her nokta, er ya da geç bir hataya dönüşür. Karşınızdaki firma kendi portföyünden rakam verebiliyor mu? Direkt rezervasyon payı ne oldu, komisyon gideri ne kadar düştü, resepsiyonun yükü azaldı mı? Bu soruların en dürüst cevabını referans oteller verir. Destek ekibine kendi dilinizde ve gece yarısı ulaşabiliyor musunuz, size ne kadar sürede döneceklerini baştan söylüyorlar mı? Otelin elindeki en hassas varlık misafirin kart bilgisidir. Bu veriyi bir rezervasyon notunda, e-postada ya da Excel dosyasında taşıyan her sistem, otel için açık bir risktir. Doğru partner kart verisini otelin sisteminde hiç tutmaz. PCI DSS uyumlu altyapıda tokenizasyonla saklar, 3D Secure'u istisna değil standart olarak sunar. Sorulacak soru gayet nettir: kart verisi tam olarak nerede duruyor ve kime açık? Son olarak, sektör hızla otonom operasyona gidiyor. Seçeceğiniz platform "yakında geliyor" demek yerine bugün çalışan bir yapay zekâ katmanını masaya koyabilmeli. Sektörde en sık karşılaştığımız sorun teknik değil, tanımla ilgili. İki sistem birbirine bağlanırken otelin oda tipleri, pansiyon tipleri ve fiyat planları çoğu zaman farklı isimlendirilmiş oluyor. Bağlantı kuruluyor ama veri yanlış eşleşiyor, hata rezervasyon geldiğinde ortaya çıkıyor. İkinci sorun, entegrasyonun bir proje gibi değil bir işlem gibi ele alınması. Otel tarafında süreci sahiplenen bir isim belirlenmediğinde, herkesin sorumlu olduğu iş kimsenin işi haline geliyor. Üçüncüsü, kapalı yazılımlar. Veriyi paylaşmayı rekabet avantajı sanan her sistem, aslında müşterisinin elini kolunu bağlıyor. Çözüm tarafında üç şey işe yarıyor. Kurulum öncesi otelin veri yapısını tek tek doğrulamak, projeye otel tarafından bir süreç sahibi atanmasını şart koşmak ve açık API'yi bir lütuf değil standart olarak kabul etmek. Bunlar yapıldığında entegrasyon haftalar süren bir çileden çıkıp öngörülebilir bir işe dönüşüyor. Önümüzdeki iki yılda ana yatırımımız yapay zekâ üzerinde olacak. Bugüne kadar yazılım, otelciye ne yapması gerektiğini gösteren bir araçtı; ekranı açıyor, veriyi okuyor, kararı siz veriyordunuz. Bizim hedefimiz bu sırayı tersine çevirmek. Sistem kararın büyük bölümünü kendi alsın, otelci yalnızca yön versin istiyoruz. Bu yolda önemli bir mesafe aldık. RecepAI bugün otelin birden fazla departmanında çalışan bir ekip arkadaşı gibi görev yapıyor; misafir talebini karşılıyor, soruları yanıtlıyor, doğru departmana yönlendiriyor, rezervasyonu tamamlıyor ve konaklama sonrası iletişimi aynı sistem içinde sürdürüyor. Aynı yaklaşımı Linkage Revenue tarafında fiyatlama kararlarına, Linkage Pay tarafında ödeme ve tahsilat süreçlerine taşıdık. Önümüzdeki dönemde yatırımımız bu yapıyı daha ileri götürmek, sistemin karar alma payını genişletmek üzerinde olacak. Yapay zekânın bir otelde gerçekten işe yaraması için o otelin verisini görmesi gerekiyor. Bizim on altı yıldır kurduğumuz şey de tam olarak bu veri bütünlüğüydü; yapay zekâ o zemin üzerine oturuyor. Bunun için yalnızca yazılım geliştirmiyoruz. Otel ekiplerinin bu sistemleri doğru kullanabilmesi için eğitim ve sertifikasyon programları da yürütüyoruz. Yurt dışında büyümeyi ise doğrudan değil, bölgesel iş ortaklarımız üzerinden kurguluyoruz; bir otelin kendi dilinde ve kendi saat diliminde muhatap bulabilmesi bizim için satışın kendisi kadar önemli. 2026-2027 hedefimiz, bugün 17.000'i aşkın tesise ulaşan portföyümüzü büyütmenin yanında, hizmet verdiğimiz her otelde ekosistemimizin daha fazla parçasını devreye almak. Bizim için asıl büyüme, otel sayısındaki artıştan çok o otelle kurduğumuz ilişkinin derinleşmesi.

27 yıldan bu yana turizm sektörünün içinde yer alan Otelist olarak, küçük ve orta ölçekli konaklama tesislerine danışmanlık, eğitim ve yazılım hizmeti veriyoruz



Umut Germeyan / Otelist / Yönetici Ortak - İş Geliştirme

Otelist, konaklama işletmelerine danışmanlık, eğitim ve yazılım hizmeti veriyor. 1999'dan bu yana turizmin içindeyiz; işimizin tamamı küçük ve orta ölçekli konaklama tesisleri üzerine kurulu. Danışmanlık tarafında tesisin işleyişini bütün olarak ele alıyoruz: operasyon kurgusu, maliyet yönetimi, analiz ve raporlama, stok kontrolü, sürdürülebilir turizm uygulamaları ve yasal uyumluluk. Eğitim tarafında işletme sahibi ve ekipler için programlar hazırlıyoruz. 2015'ten bu yana SabeeApp'in Türkiye temsilciliğini yürütüyoruz. OtasBox, StayBee.App ve Hotel DigiCare Rapor Sistemi ise kendi ürünlerimiz. Yazılım tarafına danışmanlıktan geldik; her ürün sahada tekrar tekrar karşımıza çıkan bir ihtiyaçla başladı. İki ekibimiz aynı masada çalışıyor: ihtiyacı sahayı bilen tanımlıyor, çözümü danışman ve yazılımcı birlikte kuruyor. Konaklama üzerine yoğunlaşıyoruz: butik konaklama tesisleri, apart ve pansiyonlar, glamping işletmeleri. Genel amaçlı bir ürünü turizme uyarlamak yerine baştan bu alan için yazıyoruz; sektörün ayrıntısı bunu gerektiriyor. Yurt dışı tarafında 2 yönlü çalışıyoruz: uluslararası yazılım şirketlerinin Türkiye pazarına, yerel kanallara ve mevzuata uyumlanmasını sağlıyoruz; ayrıca yurt dışındaki tesislere hizmet veriyoruz. Her pazarın kendi satış kanalları, ödeme alışkanlıkları ve mevzuatı var; küresel sistemler hepsine tek başına yetişemiyor. Bu boşluğu Türkiye'de doldurduk, aynı işi başka ülkelerde de yapabiliriz. Yazılımın konaklama tesisindeki rolü değişti. 10 yıl önce bir sistemden beklenen olan biteni eksiksiz kaydetmesiydi; bugün beklenen karara ortak olması. Hangi tarihte fiyatın yükseltileceğini, hangi kanalın komisyondan sonra gerçekte ne bıraktığını, hangi rezervasyonun iptale gideceğini artık sistemin söylemesi bekleniyor. Acentelerde de aynı kayma yaşanıyor. Yazılım orada da rezervasyonu kaydeden bir araç olmaktan çıktı; hangi ürünün hangi tedarikçiyle ve hangi fiyatla satıldığında kâr bıraktığını, hangi satışın iptal ve iade sonrasında zarara döndüğünü gösteren yer hâline geldi. Yapay zekâ tam bu noktada anlam kazanıyor. Sektörde konuşulanın büyük kısmı misafirle sohbet eden asistanlar üzerine kurulu; oysa ölçülebilir kazanç tahmin ve veri yorumlama tarafında. İşletmenin kendi verisinden çıkarılmış bir talep eğilimi, birkaç gün içinde fiyat kararına ve gelire dönüşüyor. Bunun şartı şu: yapay zekâ ancak altındaki veri düzgünse işe yarıyor. Oda tipleri, fiyat planları ve kanal eşleşmeleri hatalıysa üstüne konan model hatayı hızlandırmaktan başkasını yapmıyor. Asıl avantaj da burada: büyük zincirlerin yıllardır sahip olduğu analiz gücü, doğru kurulduğunda ve yapay zekâ desteğiyle 20 odalı bir tesis için de erişilebilir hâle geliyor. Bu yalnızca bir örnek; gelir yönetiminden stok takibine, enerji tüketiminden misafir iletişimine kadar yüzlerce alan var. Hotel DigiCare Rapor Sistemi'ni bu yüzden geliştirdik: tesisin kendi verisinden ileriye dönük tahmin üreten, kullandığı PMS'ten bağımsız çalışan bir analiz katmanı. Sistemi danışman ve yazılım ekiplerimiz birlikte, 2 yılda kurdu; piyasadaki birçok PMS'i ve ürettikleri raporları inceleyerek bir konaklama tesisinin karar alırken gerçekte hangi raporlara ihtiyaç duyduğunu belirledik.

En sık karşılaştığımız aksaklık, tarafların birbirinin işini bilmemesi: yazılımcı tesisin operasyonunu, işletmeci verinin nasıl aktığını bilmiyor. Arada duran biri olmayınca proje uzuyor, çoğu zaman yarım kalıyor. İkincisi standart eksikliği: yerel kanalların her biri kendi yöntemiyle çalıştığı için her bağlantı ayrı bir projeye dönüşüyor. Üçüncüsü veri kalitesi; oda tipleri ve fiyat planları baştan düzgün tanımlanmadığında ortaya çıkan hata, entegrasyonun değil kurulumun hatasıdır. Önerimiz bu sırayla: ortak standart, devreye almadan önce veri temizliği ve iki tarafı anlayan bir proje sorumlusu

Değişen beklenti hız değil, süreklilik. Misafir, rezervasyonunu da sorusunu da memnuniyetsizliğini de mobil cihazından iletiyor ve hangi kanaldan yazarsa yazsın kendisini tanıyan, önceki yazışmayı bilen bir muhatap bekliyor. Dijital uygulamaların katkısı burada görünüyor: anında teyit edilen rezervasyon, doğru zamanda giden bilgilendirme, girişte kaybedilmeyen 10 dakika. Sadakat tarafı hafızayla ilgili. Misafirin hangi odada kaldığını, neyi sorduğunu, neye takıldığını bilen tesis ikinci gelişte bunu hissettiriyor; bilgiyi tutmayan tesis her seferinde sıfırdan başlıyor. Akıllı sistemlerin işi insan ilgisinin yerini almak değil, ekibe o ilgiyi gösterecek vakti ve bilgiyi bırakmak. Turizm işletmeleri ve acenteler yazılım partneri seçerken 5 başlık öne çıkıyor. Entegrasyon: ürün Türkiye'deki satış kanallarıyla, ödeme altyapılarıyla ve KBS gibi yükümlülüklerle gerçekten çalışıyor mu. Destek: sorun çıktığında karşınızda kim var, hangi saatte. Veri sahipliği: veri işletmeye mi ait, ayrılırken dışarı alınabiliyor mu. Toplam maliyet: aylık bedel kadar komisyon ve kurulum da hesaplanmalı. Son olarak yol haritası; karar bugüne değil 3 yıl sonrasına bakarak verilmeli. Tavsiyem, kararı demo ekranına değil aynı ölçekteki bir işletmeye sorarak vermek. Asıl soru ürünün neler yapabildiği değil, bunların ne kadarının günlük işte kullanılacağı. En sık karşılaştığımız aksaklık, tarafların birbirinin işini bilmemesi: yazılımcı tesisin operasyonunu, işletmeci verinin nasıl aktığını bilmiyor. Arada duran biri olmayınca proje uzuyor, çoğu zaman yarım kalıyor. İkincisi standart eksikliği: yerel kanalların her biri kendi yöntemiyle çalıştığı için her bağlantı ayrı bir projeye dönüşüyor. OtasBox'ı bu yüzden kurduk; tek tek köprüler yerine ortak bir geçiş noktası gerekiyordu. Üçüncüsü veri kalitesi; oda tipleri ve fiyat planları baştan düzgün tanımlanmadığında ortaya çıkan hata, entegrasyonun değil kurulumun hatasıdır. Önerimiz bu sırayla: ortak standart, devreye almadan önce veri temizliği ve iki tarafı anlayan bir proje sorumlusu. Otelist olarak hedefimiz, yeni alan yerine mevcut ürünleri derinleştirmek. OtasBox tarafında Google Hotel Ads ve Trivago entegrasyonlarını tamamladık; testlerin ardından yakın bir süre içinde yayına alacağız. Buradaki asıl fayda, kendi başına böyle bir bağlantı kuramayacak tesislerin çalıştıkları PMS ya da kanal yöneticisi üzerinden bizim altyapımızla bu kanallarda yer alabilmesi. StayBee.App'te rezervasyon motorunu ve ödeme tarafını genişletmeye devam ediyoruz. Hotel DigiCare Rapor Sistemi'nde ise kullanıcı sayımız her geçen gün artıyor; sistemi farklı PMS'lerle çalışan bağımsız bir analiz platformuna dönüştürüyoruz. Bugün farklı ürünlerimizde yurt içinde ve yurt dışında 500'e yakın müşterimiz var; hedefimiz bu sayıyı 2 katına çıkarmak. Büyüme planımız 2 yönlü: çalıştığımız ülke sayısını artırmak ve aynı köprü mantığını o pazarların yerel kanallarına taşımak; bir yandan da yurt dışındaki farklı sistemleri Türkiye pazarına kazandırmak. 2027'de bu 3 ürünün birbirini besleyen tek bir yapı hâline gelmesini hedefliyoruz.



Güvenli, ekonomik ve pratik.

Misafir deneyimi ve güvenlikten taviz vermeden, pratik ve ekonomik bir çözüm mümkün. dormakaba'nın yeni otel kilidi, otel projelerinin tüm ihtiyaçlarına cevap vermek üzere tasarlandı.

T +90 212 332 00 00 | **info.tr@dormakaba.com**

AIDO
dormakaba Group



Serdar Perçin / SP Turizm Yazılım - Resminer / Kurucu

Turizm sektöründeki ihtiyaçlara yönelik teknoloji, operasyon ve hizmet çözümleri geliştiriyor, SP çatısı altında farklı alanlarda konumlandırdığımız markalarımızla sektöre uçtan uca çözümler sunmayı hedefliyoruz

SP Turizm Yazılım olarak turizm sektöründeki farklı ihtiyaçlara yönelik teknoloji, operasyon ve hizmet çözümleri geliştiren bir yapı olarak faaliyet gösteriyoruz. SP çatısı altında farklı alanlarda konumlandırdığımız markalarımızla sektöre uçtan uca çözümler sunmayı hedefliyoruz. Cesur Filo markamızla işletmelerin uzun dönem operasyonel araç kiralama ihtiyaçlarına çözüm sunarken, Resminer markamızla otel ve acentelerin rezervasyon, satış ve operasyon süreçlerini dijitalleştiren gelişmiş bir yazılım altyapısı sağlıyoruz. Cappucinno Travel markamızla ise grup ve münferit seyahat organizasyonları başta olmak üzere yurt içi ve yurt dışındaki turizm hizmetlerinin operasyonunu gerçekleştiriyoruz. Farklı alanlarda faaliyet gösteriyor olsak da turizm alanındaki çalışmalarımızın ve bu alandaki gelişimimizin bizim için ayrı bir yeri var. Yazılım tarafında ağırlıklı olarak turizm sektörüne yönelik çözümler geliştiriyoruz. Resminer ile otel ve acentelerin rezervasyon, satış ve operasyon süreçlerini dijitalleştiren bir altyapı sunuyoruz. Mevcut partnerlerimizin tamamı Türkiye merkezli olmakla birlikte, Resminer çoklu dil desteği ve farklı pazar modellerine uyarlanabilir yapısı sayesinde uluslararası kullanıma uygun olarak geliştirildi. Önümüzdeki dönemde özellikle Türkiye Cumhuriyetlerinde Resminer'i konumlandırmayı hedefliyoruz. Otel ve acentelerde yazılım sistemlerinin yalnızca operasyonları kolaylaştıran araçlar olmaktan çıkıp, karar alma süreçlerinin de önemli bir parçası haline geldiğini düşünüyoruz. Resminer tarafında rezervasyon, satış, CRM, sadakat ve anket gibi farklı süreçlerin dijital olarak yönetilmesini sağlarken, bu süreçlerden oluşan verilerin daha anlamlı hale getirilmesinde yapay zekâdan da yararlanıyoruz. Yapay zekânın özellikle verilerin analiz edilmesi, müşteri davranışlarının anlaşılması ve işletmelerin daha hızlı aksiyon alması konusunda önemli avantajlar sunduğuna inanıyoruz. Ancak yapay zekânın ürettiği her çıktıyı doğrudan doğru kabul etmiyoruz. Bilgi kirliliği ve güvenlik gibi konuların farkında olarak, AI çıktılarının deneyimli ekibimiz tarafından kontrol edilmesini ve gerektiğinde doğrulanmasını önemsiyoruz. Bizim yaklaşımımız, yapay zekâyı insan deneyiminin yerine koymak değil, doğru kullanıldığında bu deneyimi güçlendiren bir araç olarak konumlandırmak. Günümüzde misafirler, konaklama deneyiminin yalnızca tesis içerisindeki hizmet kalitesiyle değil, dijital kanallardaki deneyimleriyle de bir bütün olarak değerlendirilmesini bekliyor. Bu nedenle dijital sistemlerin doğru kullanılması, misafirin ihtiyaç ve beklentilerinin daha iyi anlaşılması açısından önemli bir avantaj sağlıyor. Resminer içerisinde CRM, sadakat programı ve anket sistemleri bu yaklaşım doğrultusunda aktif olarak kullanılıyor. Bu sistemlerden elde edilen verilerin yapay zekâ desteğiyle değerlendirilmesi, işletmelerin misafir geri bildirimlerini ve davranışlarını daha anlamlı şekilde analiz etmesine yardımcı oluyor. Buradaki asıl değer ise elde edilen verinin yalnızca raporlanması değil, işletmenin bu çıktıları operasyonlarına ve müşteri ilişkilerine yansıtabilmesi. Böylece daha kişiselleştirilmiş bir deneyim sunulması ve uzun vadeli müşteri sadakatinin desteklenmesi mümkün hale geliyor.

Turizm sektöründe özellikle farklı yazılım sağlayıcılarının entegrasyon süreçlerinde veri paylaşımı, API erişimi ve teknik iletişim konusunda zaman zaman ciddi zorluklarla karşılaşılabiliyor. Sektörel verimliliğin artması için yazılım firmalarının birbirini rakip olarak görmek yerine, belirli standartlar çerçevesinde birlikte çalışabilmesi gerekiyor. Açık API yapıları, standart veri paylaşımı ve daha şeffaf entegrasyon süreçleri hem yazılım firmalarının hem de turizm işletmelerinin önünü açacaktır. Yapay zekâ ve yeni teknolojilerin de bu dönüşümü hızlandıracağına inanıyorum

Öncelikle yazılımın işletmenin gerçek ihtiyaçlarına ne ölçüde cevap verdiğine bakılmalı. Bir yazılımın çok fazla özellik sunması, o işletme için doğru çözüm olduğu anlamına gelmiyor; önemli olan mevcut operasyon yapısına uyum sağlayabilmesi ve ihtiyaç duyulduğunda geliştirilebilir bir altyapıya sahip olması. Bunun yanında yazılım sağlayıcının sektörel deneyimi, referansları, teknik altyapısı, veri güvenliği ve siber güvenlik yaklaşımı mutlaka değerlendirilmelidir. Özellikle turizm sektöründe ciddi miktarda müşteri ve rezervasyon verisi işlendiği için verilerin nerede ve nasıl barındırıldığı da göz ardı edilmemeli. Tavsiyem, yalnızca fiyat veya özellik listesi üzerinden bir yazılım partneri seçmemeleri; firmanın geçmişini, teknik yeterliliğini, destek yaklaşımını ve uzun vadede işletmenin büyümesine ne kadar eşlik edebileceğini birlikte değerlendirmeleri olacaktır. Farklı sektörlerde yaptığımız entegrasyonlarda, sistemlerin birbiriyle konuşabilmesi için gerekli teknik altyapının ve bilgi paylaşımının daha açık şekilde yürütülebildiğini görüyoruz. Turizm sektöründe ise özellikle farklı yazılım sağlayıcılarının entegrasyon süreçlerinde veri paylaşımı, API erişimi ve teknik iletişim konusunda zaman zaman ciddi zorluklarla karşılaşılabiliyor. Bir yazılım geliştirici olarak, yıllardır sektörde kullanılan bazı sistemlerle iletişim kurmanın veya entegre olmanın hâlâ zor olmasını önemli bir gelişim alanı olarak görüyorum. Bunun sektördeki firmaların birbirinden bağımsız hareket etmesinden ziyade, ortak standartların ve daha açık entegrasyon yaklaşımlarının henüz yeterince oluşmamasından kaynaklandığını düşünüyorum. Sektörel verimliliğin artması için yazılım firmalarının birbirini rakip olarak görmek yerine, belirli standartlar çerçevesinde birlikte çalışabilmesi gerekiyor. Açık API yapıları, standart veri paylaşımı ve daha şeffaf entegrasyon süreçleri hem yazılım firmalarının hem de turizm işletmelerinin önünü açacaktır. Yapay zekâ ve yeni teknolojilerin de bu dönüşümü hızlandıracağına inanıyorum. 2026-2027 döneminde her markamızın kendi alanındaki büyüme dinamiklerine göre ilerlemeyi planlıyoruz. Cesur Filo tarafında bugüne kadar büyük ölçekli pazarlama çalışmalarından ziyade müşteri memnuniyeti ve tavsiyeler üzerinden organik bir büyüme gerçekleştirdik. Bu yaklaşımı koruyarak gelen talepler doğrultusunda büyümeye devam etmeyi hedefliyoruz. Resminer tarafında ise ürün geliştirme çalışmalarımız hız kesmeden devam ediyor. Arayüz ve yeni versiyon çalışmalarının yanı sıra, mevcut müşterilerimizin ihtiyaçları ve yeni müşteri beklentileri doğrultusunda platformu geliştirmeyi sürdürüyoruz. Tatilsepeti ve Duja Hotels gibi önemli markaların da aralarında bulunduğu referanslarımızın beklentilerini karşılamanın ötesine geçerek, onlara sürekli yeni ve değer yaratan çözümler sunmak önceliklerimiz arasında. Turizm tarafındaki önemli hedeflerimizden biri de uzun süredir üzerinde çalıştığımız B2C markamızı 2027 yılında, farklı kanal yöneticileriyle entegrasyonunu tamamlayarak hayata geçirmek. Bu yapıyı yalnızca yeni bir satış kanalı olarak değil, turizm alanındaki teknoloji ve operasyon tecrübemizi doğrudan tüketiciye ulaştırabileceğimiz yeni bir büyüme alanı olarak görüyoruz.

YILDIZ ŞEMSİYE



MORE THAN SHADE

www.yildizsemsiye.com.tr

ADANA FABRİKA
Turhan Cemal Beriker Bulv.
Mersin Yolu 14. Km. No: 732
Seyhan / ADANA
T. (0322) 441 10 21
F. (0322) 441 10 61
siparis@yildizsemsiye.com.tr

ANTALYA FABRİKA & SHOWROOM
Y. Kocayatak Mah.
Gebiz Yol Kavşağı
No: 5 Serik / ANTALYA
T. (0242) 312 27 47
F. (0242) 566 20 93
siparis@yildizsemsiye.com.tr

YILDIZ ŞEMSİYE



Onurhan Şeker / Kobi Kolay Yazılım Şirketi (acenteyazilim.com) / Kurucu Ortak

Acente Yazılım olarak havayolları, oteller ve seyahat acenteleri için yazılım geliştiriyor, B2B, B2C, kurumsal seyahat ve turizm muhasebesi çözümlerimizle satıştan rezervasyona, tahsilattan maliyet takibine kadar işletmelerin günlük işlerini kolaylaştırıyoruz

Acente Yazılım olarak havayolları, oteller ve seyahat acenteleri için yazılım geliştiriyoruz. Dijitalpark Teknokent'te faaliyet gösteren şirketimizin arkasında, ortaklarımızın 20 yıllık turizm operasyon deneyimi var. Yani bu sektörü sadece dışarıdan gözlemleyerek değil, işin içinde çalışarak tanıdık. Burada ortağım Murat Yaral'ın hakkını da özellikle teslim etmek isterim. Kendisi bu işin mimarı; fikirlerin ürüne dönüşmesinde ve bugün geldiğimiz noktada çok büyük emeği var. B2B, B2C, kurumsal seyahat ve turizm muhasebesi çözümlerimizle satıştan rezervasyona, tahsilattan maliyet takibine kadar işletmelerin günlük işlerini kolaylaştırıyoruz. Otel, uçak bileti, tur, transfer ve araç kiralama gibi farklı ürünlerin satışını ve takibini bu anlayışla ele alıyoruz. Bizim için mesele yalnızca güzel bir ekran hazırlamak değil; o ekranı kullanan kişinin işini kolaylaştırmak, işletme sahibinin de kazancını ve risklerini görebilmesini sağlamak. En büyük avantajımız, bir acentenin talebini dinlerken o ihtiyacın sahada neden ortaya çıktığını anlayabilmemiz. Odağımız turizm; seyahat acenteleri, oteller ve havayolları. Her sektöre yazılım yapmaya çalışmak yerine, bildiğimiz işte daha iyi olmayı tercih ediyoruz. Çünkü bu alanda küçük görünen bir ayrıntı, günlük operasyonda ciddi bir soruna dönüşebiliyor. Yurt dışına da yazılım hizmeti sunuyoruz. Hatta şirketimizi kurduğumuzda ilk iki müşterimiz, Hollanda pazarında çalışan seyahat acenteleriydi. Bu başlangıç bizim için çok değerliydi; farklı pazarlardaki ihtiyaçları daha ilk günden görme fırsatı bulduk. Bizce yurt dışına yazılım satmak, ekranları başka bir dile çevirmekten ibaret değil. Oradaki acentenin nasıl satış yaptığını, müşterisine nasıl hizmet verdiğini ve işini nasıl takip ettiğini de anlamanız gerekiyor. Yazılımın görevi yalnızca rezervasyon almak değil, o rezervasyonun devamını da yönetebilmek. Satış yapıldıktan sonra tahsilat, değişiklik, iptal ve muhasebe süreçleri geliyor. Biz çözümlerimizi bu işlerin birbirinden kopmadan yürüyebilmesi için geliştiriyoruz. İşletme sahibi sadece ne kadar satış yaptığını değil ne kadar kazandığını da görebilmeli. Yapay zekâya da bu gözle bakıyoruz. Bizim için asıl değer, çalışanın saatlerini alan bir işi kolaylaştırması. Bir faturayı ilgili kayıtla karşılaştırması, tahsilattaki farkı göstermesi veya gözden kaçabilecek bir işlemi işaretlemesi anlamlı kullanım alanları. Ancak önce verinin doğru olması gerekiyor. Yapay zekâyı insanın yerine karar veren değil, insanın daha doğru ve hızlı karar almasına yardımcı olan bir destek olarak görüyoruz. Ben misafir memnuniyeti konusuna şöyle bakıyorum: İşletmenin işi kolaylaşırken misafirin işi de kolaylaşıyor mu? Kişisel bilgileri korunuyor mu? Bu üçü aynı anda sağlanıyorsa doğru bir iş yapılmış demektir. Yoksa işletmenin iş yükünü misafirin telefonuna taşımış oluruz. Misafir aynı bilgiyi tekrar tekrar vermemeli, basit bir talep için menüler arasında dolaşmamalı. Dijital uygulama beklemeyi azaltmalı ve ihtiyacı olduğunda bir çalışana ulaşmasını kolaylaştırmalı. Ayrıca herkes her şeyi telefonundan yapmak istemeyebilir; bu tercihe de saygı duymalıyız. Bizce sadakati yaratan, tesiste kaç akıllı sistem bulunduğu değil, misafirin kendisini ne kadar rahat ve önemsenmiş hissettiği. Teknoloji hizmeti kolaylaştırmalı, insan temasını ortadan kaldırmamalı.

Acentelere tavsiyem, demoda sadece satış yaptırmasınlar. Bir iptal, kısmi iade veya ödeme sorunu yaşandığında sistemin nasıl çalıştığını da görsünler. Destek ekibine ulaşabiliyorlar mı, kendi verilerini gerektiğinde dışarı aktarabiliyorlar mı, sonradan hangi ek maliyetler çıkabilir; bunları baştan konuşsunlar. Yazılım partnerini yalnızca fiyatına veya ekranlarına göre değil, işin zorlaştığı anda sağlayacağı desteğe göre seçsinler

İyi yazılımcı olmak başka, turizme uygun yazılım geliştirmek başka. Bu işte kod kadar operasyonu da bilmek gerekiyor. Örneğin biletleme çözümü geliştiren bir ekibin, GDS terminalinde biletin nasıl kesildiğini, değişiklik ve iadenin nasıl yapıldığını bilmesini beklerim. Müşterinin söylediğini yapmak yetmez; henüz karşılaşmadığı sorunu da öngörebilmelisiniz. Acentelere tavsiyem, demoda sadece satış yaptırmasınlar. Bir iptal, kısmi iade veya ödeme sorunu yaşandığında sistemin nasıl çalıştığını da görsünler. Destek ekibine ulaşabiliyorlar mı, kendi verilerini gerektiğinde dışarı aktarabiliyorlar mı, sonradan hangi ek maliyetler çıkabilir; bunları baştan konuşsunlar. Yazılım partnerini yalnızca fiyatına veya ekranlarına göre değil, işin zorlaştığı anda sağlayacağı desteğe göre seçsinler. Bazen sistemler birbirine bağlanıyor ama iş hâlâ elle takip ediliyor. Rezervasyon bir yerde, tahsilat başka yerde, muhasebe ayrı bir yerde kalınca çalışan aynı bilgiyi tekrar tekrar girmek zorunda kalıyor. Bu da zaman kaybına ve hataya kapı açıyor. Örneğin bir rezervasyonun iade bilgisi muhasebeye ulaşmıyorsa, yalnızca rezervasyon aktarımının çalışması yeterli değil. Başlangıçta hangi bilginin nereden alınacağı, değişikliklerin nereye yansıyacağı ve sorun çıktığında kimin ilgileneceği netleştirilmeli. Testlerde de sadece başarılı satışa bakılmamalı; iptal, kesinti ve mükerrer işlem gibi durumlar denenmeli. Entegrasyonun yayına alındıktan sonra da düzenli takip edilmesi gerekiyor. Amaç, çalışanı ekranlar arasında bilgi taşımaktan kurtarıp asıl işine odaklayabilmek. 2026-2027 döneminde büyümeyi iki yönde planlıyoruz: Yurt dışında yeni pazarlara açılmak ve turizmde uzmanlaştığımız alanları güçlü ürün markalarına dönüştürmek. Hollanda'da başlayan yazılım ihracatımızı Avrupa'da yeni iş ortaklıklarıyla büyütmek istiyoruz. Amacımız yalnızca yazılım satmak değil, Türkiye'de edindiğimiz turizm tecrübesini de ürünlerimizle birlikte dünyaya taşımak. Ürün tarafında, turizme özel muhasebe çözümümüzü ayrı bir marka altında pazara sunmak önceliklerimiz arasında. Kurumsal seyahatte de büyümeyi hedefliyoruz. Acentelerin şirket müşterilerine seyahat politikaları, bütçe kontrolü ve yönetici onaylarıyla hizmet verebildiği bu alanı önemli bir büyüme fırsatı olarak görüyoruz. Yapay zekâ yatırımlarımızı ise yalnızca belge okuyan veya sorulara cevap veren uygulamalarla sınırlamak istemiyoruz. İşletmenin gözden kaçırdığı tahsilatları, maliyet farklarını ve kârlılığı etkileyen sorunları daha erken fark etmesine yardımcı olacak çözümler geliştirmeyi hedefliyoruz. Kısacası, müşterilerimizin sadece mevcut işini yöneten değil, yeni işler kazanmasına ve kazandığını korumasına da katkı sağlayan bir yazılım markası olmak istiyoruz.



HÄFELE

Yaşam alanlarına
birlikte değer
katıyoruz.



Umut Tuzkaya / 3T Bilişim Teknolojileri A.Ş. / Kurucu ve Genel Müdür

Konaklama ve yiyecek-içecek işletmelerine yönelik yazılım çözümleri geliştiriyor; kendimizi yalnızca bir yazılım firması olarak değil, tesislerin başarısını sahiplenen bir "danışman çözüm ortağı" olarak konumlandırıyoruz

3T Bilişim Teknolojileri A.Ş. olarak konaklama ve yiyecek-içecek işletmelerine yönelik yazılım çözümleri geliştiriyoruz. Amiral ürünümüz Adonis Otel Yönetim Sistemi; ön büro, rezervasyon, kanal yönetimi, e-fatura, ön muhasebe ve mobil erişimi tek platformda buluşturuyor. Restoran otomasyonumuz Poseidon ve bağımsız ön muhasebe çözümümüz Asistan ile ekosistemimizi genişletirken web sitesi, hosting ve donanım çözümleriyle işletmelere uçtan uca hizmet veriyoruz. Bugün Türkiye genelinde 1200'e yakın aktif müşteriye hizmet sunuyoruz. Kendimizi yalnızca bir yazılım firması olarak değil, tesislerin başarısını sahiplenen bir "danışman çözüm ortağı" olarak konumlandırıyoruz. Ana odağımız konaklama sektörü: butik oteller, pansiyonlar, şehir otelleri, apart oteller ve misafirhaneler. Poseidon ile restoran ve kafelere, Asistan ile turizm dışındaki KOBİ'lere de hizmet veriyoruz. Yurt dışı tarafında Yunanistan'da kurduğumuz şirketimiz aracılığıyla Adonis'i Yunan pazarına sunmaya başladık ve yerel satış-destek ekibimizi oluşturuyoruz. 2027'de farklı ülke pazarlarına açılmayı hedefliyoruz. Yazılım artık bir otelin sinir sistemi. Adonis'te rezervasyondan faturaya tüm süreçler tek veri üzerinde ilerliyor; kanal yöneticimiz sayesinde müsaitlik ve fiyatlar satış kanallarında anlık güncelleniyor, fazla satış riski azalıyor. Yeni sürümümüzde konaklama bilgileri tesisin bilgisayarında da yedekleniyor; internet ya da sunucu kesintisinde bile resepsiyon çalışmaya devam edebiliyor. Yapay zekâyı iki boyutta ele alıyoruz. Birincisi kendi geliştirme sürecimiz: YZ destekli geliştirme ile yeni modülleri çok daha hızlı hayata geçiriyor, sektörün taleplerine kısa sürede yanıt veriyoruz. İkincisi otellere sunduğumuz çözümler: web, WhatsApp ve telefon üzerinden misafir taleplerini 7/24 karşılayacak YZ resepsiyonist projemiz üzerinde çalışıyoruz. Bunu sabit aylık ücretle sunmayı planlıyoruz; çünkü küçük ve orta ölçekli tesisler için öngörülebilir maliyet en az teknolojinin kendisi kadar önemli. En büyük avantaj, rutin işlerin otomasyona devredilmesiyle personelin misafire daha fazla zaman ayırabilmesi. Bugünün misafiri hız, şeffaflık ve kesintisiz iletişim bekliyor. Online rezervasyonda anında onay, hızlı check-in, faturanın e-postaya anında ulaşması gibi küçük dokunuşlar memnuniyetin temelini oluşturuyor. Misafir tercihlerini hatırlayan bir sistem ise tekrar gelişin en güçlü aracı. Ancak teknoloji amaç değil araç. Dijital sistemler rutin işleri üstlendiğinde personel misafirle gerçek bir bağ kurabiliyor; sadakati asıl yaratan da bu insani dokunuş.

3T Bilişim Teknolojileri olarak otellere tavsiyemiz, yazılımı hazır bir demoda değil, kendi senaryolarınızla deneyin ve mevcut kullanıcılarla konuşun. En çok özelliği sunanı değil, kurulumdan sonra da işletmenizi sahiplenen partneri seçin

Turizm işletmeleri ve acenteler yazılım partneri seçerken öncelikle sektörü gerçekten tanıyan bir ekip aranmalı. Yerel mevzuata tam uyum (e-fatura, konaklama vergisi, kimlik bildirimi), kanal yöneticisi, muhasebe ve donanımlarla entegrasyon kabiliyeti, kesintilere karşı dayanıklılık ve veri güvenliği vazgeçilmez kriterler. Fiyatlandırma şeffaf ve tesis büyüklüğüyle ölçeklenebilir olmalı; kurulum ve eğitim için sürpriz maliyetler çıkmamalı. Tavsiyemiz: Yazılımı hazır bir demoda değil, kendi senaryolarınızla deneyin ve mevcut kullanıcılarla konuşun. En çok özelliği sunanı değil, kurulumdan sonra da işletmenizi sahiplenen partneri seçin. En sık karşılaşılan sorunlar; birbiriyle konuşmayan sistemlerin yarattığı veri adacıkları, entegrasyonlarda ortak standart eksikliği, sezonluk personel değişimiyle kaybolan kullanım bilgisi ve tedarikçinin kurulumdan sonra işletmeyi yalnız bırakması. Çözüm için tek platform yaklaşımını ve açık entegrasyon altyapılarını savunuyoruz. Kendi tarafımızda her tesise tek bir sorumlu danışmanın bakacağı hesap yöneticiliği modeline geçiyoruz; bu kişi tesisin memnuniyetinden ve sistemden aldığı verimden doğrudan sorumlu. Kurulum ve eğitimi ek ücret almadan sunuyoruz. Sektör genelinde ise yazılım firmaları ve meslek kuruluşlarının ortak veri standartları üzerinde birlikte çalışması verimliliği ciddi ölçüde artıracaktır. Stratejimizin merkezinde "yazılım satıcısından danışman çözüm ortağına" dönüşüm var. Yeni CRM altyapımız ve müşteri başarısı ekibimizle her tesisin kârlılığına doğrudan katkı sunmayı hedefliyoruz. Ürün tarafında Poseidon restoran otomasyonunu ve e-fatura, e-irsaliye, e-defter çözümleriyle Asistan'ı yaygınlaştırıyoruz. Uygulama içi mağazamız Adonis Market ile otellerin donanım, sarf malzemesi ve iş ortaklarımızın hizmetlerine doğrudan sistem içinden ulaşmasını sağlayacağız. YZ resepsiyonistin yanı sıra gelir yönetimi, dijital reklam ve itibar yönetimi hizmetlerini de portföyümüze ekliyoruz. 2026-2027 hedeflerimiz; Yunanistan pazarında güçlü bir başlangıç yapmak, 2027'de yeni uluslararası pazarlara açılmak ve tesis başına sunduğumuz değeri iki katına çıkarmak.







Ali Yücel / Arkadyas Bilişim Sistemleri A.Ş. / Kurucu - Genel Müdür

Arkadyas Tech olarak 40 yılı aşan tecrübemizle, ağırlıklı olarak kongre, toplantı ve etkinlik sektörüne yönelik yazılım ve teknoloji çözümleri geliştiriyoruz; teknolojiyi göstermek için değil, gerçek bir operasyon problemini çözmek için kullanıyoruz

Arkadyas Tech'in temelleri 1985 yılında atıldı. 40 yılı aşkın süredir teknolojinin ve değişimin içindeyiz. Bugün ağırlıklı olarak kongre, toplantı ve etkinlik sektörüne yönelik yazılım ve teknoloji çözümleri geliştiriyoruz. Kendimizi yalnızca yazılım üreten bir şirket olarak görmüyoruz. Etkinlik sektöründe yazılımın başarısı, yazılan koddan çok operasyonu ne kadar doğru anladığınızla ilgili. Yıllardır yüzlerce kongre ve etkinliğin kayıt masasından otel ve transfer operasyonuna, dijital altyapısından saha süreçlerine kadar farklı noktalarında yer aldık. digiCon etkinlik yönetim sistemimiz başta olmak üzere online kayıt, konaklama ve transfer yönetimi, mobil etkinlik uygulamaları, bildiri yönetimi, dijital sertifika, e-poster, sınav ve oylama sistemleri, web ve sanal etkinlik çözümleri geliştiriyoruz. Temel yaklaşımımız basit: Teknolojiyi göstermek için değil, gerçek bir operasyon problemini çözmek için kullanmak. Ana uzmanlık alanımız kongre ve etkinlik teknolojileri. Profesyonel kongre organizatörleri, etkinlik ajansları, dernekler ve bilimsel organizasyonlarla çalışıyoruz. Türkiye'de sektörün çalışma biçimi dünyanın birçok ülkesinden farklı. Sponsor ilişkileri, konaklama, transfer, son dakika değişiklikleri ve Excel üzerinden yürüyen operasyonlar oldukça yoğun. Bu nedenle ürünlerimizi hazır bir global modeli uyarlamak yerine sektörün gerçek çalışma biçiminin içinden geliştirdik. Yurt dışındaki projelerde de yer alıyoruz ve uluslararası pazardaki payımızı artırmayı hedefliyoruz. Ancak her pazarın kendi operasyon kültürünü anlayıp teknolojiyi buna adapte etmek gerektiğine inanıyoruz. Yapay zekânın etkinlik sektöründe önemli bir dönüşüm yaratacağına inanıyorum; ancak bugün AI kavramının bazen içi boş biçimde kullanıldığını da düşünüyorum. Bizim için önemli olan "ürünümüzde yapay zekâ var" demek değil, hangi gerçek problemi çözdüğünü gösterebilmek. Örneğin bir kongrede yüzlerce kişinin farklı otellere yerleştirilmesi gerekiyor. Konuşmacıların, firma temsilcilerinin ve asistanların farklı öncelikleri var; ana otelin kapasitesi sınırlı, yan oteller mevcut, DBL odalarda eşleştirme gerekiyor. digiCon'da yapay zekânın bu kriterleri değerlendirerek kullanıcıya yerleşim önerisi oluşturması ve onaylandığında işlemi gerçekleştirmesi üzerinde çalışıyoruz. Aynı yaklaşımı kayıt masasındaki insan hatalarının azaltılması, sponsorluk mutabakatları ve gerçek zamanlı kârlılık takibine de taşıyoruz. Bence AI'nın gerçek değeri, insanları sistemden çıkarmakta değil; yüzlerce verinin değerlendirilmesini gerektiren işleri daha hızlı ve daha az hatayla yapmalarını sağlamakta. Katılımcı artık teknoloji kullanmak istemiyor; teknoloji zaten hayatının doğal bir parçası. Etkinlikte de bilgiye hızlı ulaşmak, değişikliklerden haberdar olmak ve kendisini ilgilendiren içeriği kolayca bulmak istiyor. Ancak bir etkinliğin mobil uygulamasının olması tek başına katılımcı deneyimini iyileştirmiyor. Önemli olan uygulamanın etkinliğin kurgusuna ne kadar dahil edildiği. Misterya'da yalnızca programı telefona taşımaya değil, katılımcıyla doğru zamanda iletişim kurmaya odaklanıyoruz. Seçilen oturum başlamadan önce hatırlatma yapılması, QR kodla iletişim bilgilerinin paylaşılması veya mobil uygulamanın keypad cihazına dönüşebilmesi küçük özellikler gibi görünebilir; ancak doğru kullanıldığında katılımcının etkinlikle ilişkisini doğrudan etkiler. Teknoloji katılımcının önüne çıkmamalı; ihtiyaç duyduğu anda yanında olmalı.

Etkinlik şirketleri teknoloji partneri seçerken, üç önemli noktaya dikkat etmeli: Yazılım firması sektörümü gerçekten biliyor mu, kritik anda ulaşabileceğim bir ekibi var mı, değişen ihtiyaçlarıma cevap verebilecek kadar esnek mi? Bu nedenle yeni müşterilerimizin özellikle ilk organizasyonlarında gerektiğinde sahada olmayı önemsiyoruz. Çünkü teknoloji partnerliği satış sözleşmesi imzalandığında değil, işler karıştığında belli olur

Bence ilk yapılması gereken "hangi yazılımın daha fazla özelliği var?" sorusundan vazgeçmek. Etkinlik yazılımı normal bir ofis yazılımı değildir. Kongreniz başladığında sistemde yaşanan bir problemin çözümü için ertesi günü ve hatta bir saat sonrasını bile bekleyemezsiniz. Bu nedenle satın aldığınız şey yalnızca yazılım değil, o yazılımın arkasındaki ekibin tecrübesi ve sorumluluk alma kabiliyetidir. Ben olsam üç şeye bakarım: Yazılım firması sektörümü gerçekten biliyor mu, kritik anda ulaşabileceğim bir ekibi var mı, değişen ihtiyaçlarıma cevap verebilecek kadar esnek mi? Bu nedenle yeni müşterilerimizin özellikle ilk organizasyonlarında gerektiğinde sahada olmayı önemsiyoruz. Çünkü teknoloji partnerliği satış sözleşmesi imzalandığında değil, işler karıştığında belli olur. Sektörümüzdeki önemli sorunlardan biri, çalışma biçimini değiştirmeden dijitalleşmeye çalışmak. Yıllardır kullanılan Excel dosyaları, farklı kişilerde tutulan listeler, standartlaştırılmamış veriler ve son dakika değişiklikleri bir anda ortadan kalkmıyor. İnsanların alışkanlıklarını da küçümsememek gerekiyor. Çok iyi bir yazılım geliştirebilirsiniz; kullanıcı benimsemezse yatırımın önemli bir bölümü boşa gider. Bu nedenle teknoloji dönüşümünü yalnızca yazılım projesi olarak görmüyoruz. Verinin sisteme aktarılması, çalışanların alıştıkları operasyonların mümkün olduğunca korunması ve geçişin kolaylaştırılması gerekiyor. Yapay zekâda da aynı problem geçerli. Veri düzgün değilse yapay zekâdan mucize bekleyemezsiniz. Kötü tanımlanmış bir süreci yazılıma aktardığınızda dijitalleşmiş olmazsınız; yalnızca probleminizi dijital ortama taşımış olursunuz. 2026 ve 2027'de ana yatırım alanlarımızdan biri, yapay zekânın etkinlik operasyonlarına gerçek anlamda entegre edilmesi olacak. digiCon'da otel yerleştirme, kayıt operasyonlarında hata kontrolü, sponsorluk mutabakatları ve gerçek zamanlı finansal analiz gibi alanlarda yeni çözümler üzerinde çalışıyoruz. Misterya'da ise daha kişiselleştirilmiş bir etkinlik deneyimi hedefliyoruz. 2027 yılının ikinci çeyreğinde Abstract modülümüz için de büyük bir hamle hazırlığındayız. Bildiri değerlendirme ve yönetim süreçlerini daha verimli, hızlı ve kullanıcı dostu hale getirecek geliştirmeleri devreye almayı planlıyoruz. Bir diğer hedefimiz uluslararası projelerin iş hacmimiz içindeki payını artırmak. Ancak büyümeyi yalnızca proje sayısıyla ölçmüyoruz. Arkadyas'ın önemli değerlerinden biri, uzun yıllardır birlikte çalıştığı müşterileri ve kurduğu güven ilişkisi. 40 yılı aşkın süredir teknolojinin içindeyim. Kullandığımız araçlar sürekli değişti. Fakat müşterinin beklentisi değişmedi: İşinin doğru, hızlı ve sorunsuz yapılmasını istiyor. Bizim için teknoloji amaç değil; bu sonucu sağlayan bir araçtır.



Kamil Ovacık / Birdenbire Yazılımevi / Şirket Ortağı

Turizm ve özellikle seyahat acentacılığı alanında ana ürünümüz olan Elitema Acenta Otomasyonu ile seyahat acentelerine rezervasyon, operasyon, CRM, muhasebe, B2B/B2C satış ve entegrasyon süreçlerini kapsayan bütünleşik bir altyapı sunuyoruz

Birdenbire Yazılımevi olarak 2001 yılından bu yana yazılım geliştiriyoruz. Yaklaşık 25 yıllık deneyimimizin önemli bir bölümünü seyahat acentelerinin ihtiyaçlarını, operasyonlarını ve satış süreçlerini dijitalleştirmeye ayırdık. Bu alandaki ana ürünümüz Elitema Acenta Otomasyonu. Elitema ile seyahat acentelerine rezervasyon, operasyon, CRM, muhasebe, B2B/B2C satış ve entegrasyon süreçlerini kapsayan bütünleşik bir altyapı sunuyoruz. Son iki yıldır ise bu deneyimimizi yapay zekâ alanına taşıdık. Geliştirdiğimiz **TravelRep** ile yapay zekâyı işletmelerin gerçek iş süreçleri, ERP/CRM sistemleri ve canlı destek ekipleriyle bütünleştiriyoruz. Bugüne kadar ana uzmanlık alanımız turizm ve özellikle seyahat acentacılığı oldu. Otel, tur, uçak bileti, villa, transfer gibi farklı ürünleri satan işletmelerin operasyon ve satış süreçlerine yönelik çözümler geliştirdik. TravelRep ile birlikte ise teknolojimizi turizm dışındaki sektörlere de açabilecek bir altyapıya ulaştık. Çünkü müşteriyle doğal şekilde iletişim kurma, ERP/CRM'den canlı veri alma, belirlenmiş iş akışlarını uygulama ve gerektiğinde insan desteğine aktarma ihtiyacı birçok sektörde ortak. Yurt dışı pazarları da önümüzdeki büyüme dönemimizin önemli hedeflerinden biri. Turizmde yazılım uzun yıllar işletmenin arka tarafını yönetti. Rezervasyon, fiyat, kontenjan, muhasebe ve operasyon dijitalleşti. Şimdi ise yeni bir döneme giriyoruz: Yapay zekâ bu sistemlerle müşteri arasında yeni bir iletişim katmanı oluşturuyor. TravelRep'te modern LLM'lerin doğal konuşma yeteneğini, kontrollü iş akışlarıyla birleştiriyoruz. Müşteri yazışarak talebini anlatabiliyor; sistem gerekli bilgileri topluyor, ERP veya rezervasyon sisteminden canlı fiyat ve uygunluk sorgulayabiliyor, sonuçlara göre farklı satış akışları uygulayabiliyor ve gerektiğinde görüşmeyi canlı personele devrediyor. Burada kritik nokta yapay zekâyı kontrolsüz bırakmamak. Biz tek bir modele her şeyi yaptırmak yerine farklı modelleri, kuralları, API'leri ve iş akışlarını birlikte kullanıyoruz. Ayrıca gerçek müşteri görüşmelerini analiz ederek sistemi sürekli geliştiriyoruz. Bugünün müşterisi sadece doğru cevap değil, **anında cevap** bekliyor. Telefon etmek veya uzun aramalar yapmak yerine WhatsApp, web sitesi ya da sosyal medya üzerinden yazışmayı tercih eden ciddi bir kullanıcı kitlesi oluştu. Özellikle satın alma niyetinin yüksek olduğu ilk dakikalarda müşterinin karşısında bir muhatap bulması çok önemli. Yapay zekâ burada insanın yerini tamamen almak için değil, insan ekibinin yetişemediği anları tamamlamak için büyük değer yaratıyor. Doğru kurgulandığında müşteri beklemiyor, 7/24 hizmet alıyor ve gerektiğinde görüşmesine bir insanla devam edebiliyor. Bunun doğrudan müşteri deneyimine ve dolayısıyla sadakate yansıdığını görüyoruz.

Özellikle yapay zekâ projelerinde "kurduk, kullanın" yaklaşımının doğru olmadığını düşünüyoruz. AI sistemlerinin gerçek görüşmeler üzerinden takip edilmesi, hatalarının bulunması ve sürekli geliştirilmesi gerekiyor. Bu nedenle işletmelere sadece teknoloji sağlayıcısı değil, **iş süreçlerini anlayan uzun vadeli bir teknoloji partneri seçmelerini öneriyoruz**

Turizm işletmelerinin yazılım partneri seçerken bence artık yalnızca özellik listesine bakması yeterli değil. Yazılım firmasının sektörü ne kadar tanıdığı, entegrasyon yeteneği, satış sonrası desteği ve değişen ihtiyaçlara ne kadar hızlı uyum sağlayabildiği çok daha önemli. Özellikle yapay zekâ projelerinde "kurduk, kullanın" yaklaşımının doğru olmadığını düşünüyoruz. AI sistemlerinin gerçek görüşmeler üzerinden takip edilmesi, hatalarının bulunması ve sürekli geliştirilmesi gerekiyor. Bu nedenle işletmelere sadece teknoloji sağlayıcısı değil, **iş süreçlerini anlayan uzun vadeli bir teknoloji partneri** seçmelerini öneriyoruz. Sektördeki en önemli sorunlardan biri sistemlerin birbirinden kopuk çalışması. ERP, CRM, web sitesi, rezervasyon sistemi, sosyal medya ve müşteri iletişim kanalları çoğu zaman farklı platformlarda bulunuyor. Geleceğin yapısının daha açık API'ler ve sistemler arası veri alışverişi üzerine kurulacağına inanıyoruz. Biz de bu nedenle yalnızca kendi Elitema altyapımızla sınırlı kalmıyoruz. Örneğin yakın zamanda Arkman Seyahat Acentası Otomasyonu ile iş birliğine başladık ve uçak bileti tarafındaki ilk entegrasyonumuzu tamamladık. Hedefimiz TravelRep'in farklı acenta otomasyonlarıyla birlikte çalışabilmesini sağlamak. Önümüzdeki dönemde en önemli yatırım alanımız yapay zekâ olacak. TravelRep'i yalnızca konuşan bir AI sistemi değil; **müşteri, yapay zekâ, ERP/CRM ve canlı destek ekiplerini aynı iş akışında buluşturan bir platform** haline getiriyoruz. 2026-2027 döneminde farklı acenta otomasyonlarıyla entegrasyonlarımızı artırmayı, TravelRep'i daha fazla seyahat işletmesine ulaştırmayı ve uluslararası pazarlara açılmayı hedefliyoruz. 25 yıldır turizm teknolojileri geliştiriyoruz. Bugün geldiğimiz noktada ise bu sektör bilgisini yapay zekâ ile birleştirmenin bize yeni ve çok heyecan verici bir büyüme alanı açtığına inanıyoruz.

Bonna, Wabi Koleksiyonu ile farklı servis ihtiyaçlarına yönelik bütüncül masa kurguları oluşturma imkânı sunuyor

2014 yılından bu yana HoReCa sektörüne yönelik masaüstü çözümleri geliştiren Bonna, farklı ihtiyaçlara cevap veren koleksiyonlarıyla profesyonel sofraların tasarımına yön veriyor. Bu yaklaşımın öne çıkan örneklerinden Wabi Koleksiyonu, geniş ürün ailesi sayesinde farklı servis ihtiyaçlarını tek bir koleksiyon çatısı altında buluşturuyor. Farklı ürün alternatifleri, masa üzerindeki parçaların birbiriyle uyum içinde kullanılmasına olanak tanırken, bütüncül ve dengeli masa düzenleri oluşturmayı kolaylaştırıyor. Wabi Koleksiyonu, Uzak Doğu estetiğinin yalınlığını modern sofralara taşıyarak yemekleri merkeze alan rafine bir sunum dili oluşturuyor. Wabi Koleksiyonu'nun öne çıkan özelliklerinden biri, sunduğu geniş ürün ailesiyle farklı servis ihtiyaçlarına yönelik alternatifler sunması. Böylece profesyonel işletmeler, farklı yemek ve servis türlerine uygun parçaları aynı koleksiyon içerisinde bir araya getirerek bütünlüklü masa kurguları oluşturabiliyor. Koleksiyonun Blue ve White olmak üzere iki farklı renk seçeneği ise farklı konseptlere uyum sağlama ve masa tasarımında seçim özgürlüğü sunuyor. Sade ve zamansız renk paleti, farklı restoran atmosferleri ve sunum stilleriyle kolaylıkla eşleşirken, işletmelere kendi masa kimliklerini oluşturma konusunda esneklik kazandırıyor. Wabi'nin sunduğu Mix & Match kullanım imkânı ise koleksiyonun yaratıcı yönünü öne çıkarıyor. Blue ve White seçeneklerinin farklı ürünlerle



bir arada kullanılması, tekdüze masa düzenleri yerine daha dinamik ve özgün görünümler yaratmaya olanak tanıyor. Farklı parçaların ve renklerin birlikte kurgulanabilmesi sayesinde her işletme, kendi konseptini yansıtan özgün bir masa deneyimi tasarlayabiliyor.

Seçkin Oteller İçin Akıllı Çözüm:
Güvenli Alanlar, Konforlu Deneyimler.



Kale Kartlı Kilit-Rozetli Seri

KD040/88-211

- Işıklı ve Sesli Uyarı
- Mifare Kart Teknolojisi
- 1000 Kayıt Tutma
- Gizli Barel
- Minimal Tasarım
- Farklı Kol Seçenekleri
- Zorlamalara Karşı Koruma

444 0 243
www.kalekilit.com.tr

KALE KİLİT

“MÜSİAD EXPO’da projelerimize gösterilen küresel ilgi; inançlı ekibimizin, Türkiye’den Güney Afrika’ya uzanan vizyonunun en güçlü kanıtıdır!”

Hantech Yönetim Kurulu Başkanı Ramazan Hantik ile 21. Müsiad fuarını değerlendirdik.



Ramazan Hantik - Hantech
Yönetim Kurulu Başkanı

MÜSİAD EXPO 2026, Hantech ekibi ve markanın küresel vizyonu için ne ifade ediyor?

MÜSİAD EXPO bizim için yalnızca bir ürün sergileme alanı değil; aylar süren titiz bir ekip çalışmasının, küresel hedeflerimizin ve sektördeki iddiamızın uluslararası arenadaki gövde gösterisidir. Yönetimimizden saha ekiplerimize, teknik ekibimizden ,kurumiçi departmanlarımıza kadar her bir çalışanımızın tutkusu, bu fuardaki başarımızın temelini oluşturuyor. Biz, imza attığımız iklimlendirme projelerimize ve altyapımıza o kadar güveniyoruz ki, sadece Türkiye sınırları içinde kalmıyor; Kuzey Kıbrıs, Almanya ve Güney Afrika’daki merkezlerimiz aracılığıyla dünya standartlarında çözümleri kıtalararası bir boyuta taşıyoruz. Anadolu’nun gücünü küresel bir markaya dönüştürme yolculuğunda, fuar boyunca standımıza gösterilen olağanüstü ilgi doğru yolda olduğumuzun en büyük ispatıdır. İşini tutkuyla yapan dinamik kadromuzla, sadece talepleri karşılayan değil, sektördeki kuralları yeniden yazan bir marka olmanın haklı gururunu yaşıyoruz.

Turizm projelerinde Hantech’i yatırımcıların “gelecekteki en güvenilir partneri” yapan unsurlar nelerdir?

Biz Hantech olarak tesisler için sadece cihaz sunmuyor; turizm yatırımcıları için sürdürülebilir, akıllı ve uzun ömürlü ekosistemler tasarlıyoruz. Turizm sektörünün en büyük maliyet kalemi olan enerji tüketimine; yüksek verimli VRF sistemlerimiz, üstün iç hava kalitesi sunan H-Pro ve H-Fresh serisi klimalarımızla kesin ve kalıcı çözümler getiriyoruz. Türkiye’nin dört bir yanında alanında bilgili yetkili satıcılarımız ve yetkili servislerimiz ile her an destek oluyoruz. Projelerimizin her aşamasında arkasında duran güçlü, yetkin ve çözüm odaklı ekibimiz sayesinde yatırımcıların en büyük güven kaynağıyız. Gelecek vizyonumuz çok net: Karbon ayak izini minimuma indiren, yenilikçi iklimlendirme sistemlerini Türkiye’den Avrupa’ya ve Afrika’ya kadar tüm turizm projelerine entegre etmek. Hantech ekibi olarak, 4 farklı ülkedeki merkezimizden aldığımız güçle küresel arenada yeni başarı hikayeleri yazmaya tam inançla devam edeceğiz





Emre Çelik - Hantech SSH Müdürü

Hantech R290 Monoblok Isı Pompası ile turizm projelerinde yüksek verimlilik ve kusursuz misafir konforu

İklimlendirme ve sıcak su ihtiyacı, otel ve konaklama tesislerindeki işletme maliyetlerinin en büyük kalemlerinden birini oluşturuyor. Günümüzde artan enerji maliyetleri ve sürdürülebilir turizm hedefleri, yatırımcıları çevre dostu ve yüksek verimli teknolojilere yönlendiriyor. Yenilikçi R290 Monoblok Isı Pompası ile turizm projelerine değer katan Hantech; ısıtma, soğutma ve kesintisiz sıcak su ihtiyacını tek bir sistemde, en yüksek konfor standartlarında karşılıyor.

Turizm sektörünün karbon ayak izini düşürme hedeflerine doğrudan katkı sağlayan Hantech R290 Monoblok Isı Pompası, geleceğin teknolojisini bugünden sunuyor. Çevre dostu R290 (propan) doğal soğutucu akışkanı sayesinde neredeyse sıfır küresel ısınma potansiyeline (GWP = 3) sahip olan cihaz, A+++ enerji sınıfındaki üstün performansıyla dikkat çekiyor. Fosil yakıtlara olan bağımlılığı ortadan kaldıran ve doğadan aldığı ücretsiz enerjiyi yüksek verimle tesise aktaran bu sistem, otellerin enerji faturalarında ciddi oranda tasarruf sağlarken, “yeşil otel” ve sürdürülebilir turizm sertifikasyon süreçlerini de güçlü bir şekilde destekliyor.

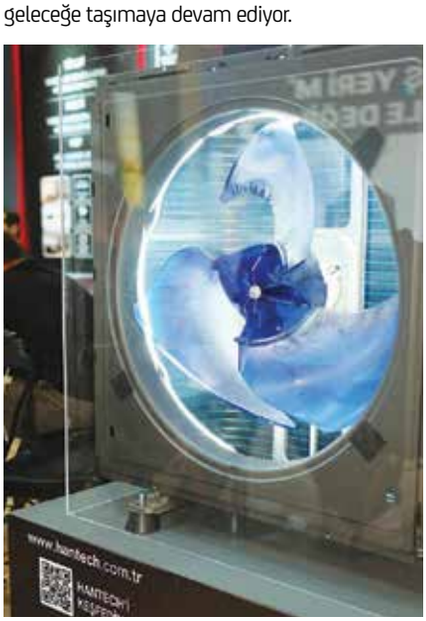
Düşük maliyet, kolay kurulum ve geniş kullanım alanı

Monoblok tasarımı sayesinde tüm soğutucu akışkan devresini dış ünitede toplayan Hantech ısı pompaları, bina içine gaz borulaması çekme ihtiyacını ve iç mekandaki karmaşık tesisat yükünü ortadan kaldırıyor. Bu kompakt yapı, hem yeni otel yatırımlarında hem de renovasyon projelerinde kurulum süresini ve ilk yatırım maliyetlerini önemli ölçüde düşürüyor. Geniş kapasite aralığı sayesinde butik otellerden tatil köylerine, restoranlardan spa merkezlerine kadar pek çok alanda esnek çözüm sunuyor. Cihazın 75°C’ye varan yüksek su çıkış sıcaklıklarına ulaşabilme kapasitesi ise, otellerin en kritik ihtiyaçlarından biri olan kesintisiz ve hijyenik kullanım sıcak suyunu (DHW) yüksek verimle güvence altına alıyor.

Üstün misafir konforu ve akıllı yönetim

Konaklama sektöründe misafir memnuniyeti akustik ve termal konforla doğrudan ilişkilidir. Hantech R290 Monoblok Isı Pompası, fısıltı kadar sessiz çalışma özelliğiyle misafirlerin huzurunu garanti altına alıyor. Kesintisiz sıcak su ve stabil iklimlendirme tesis prestijini artırırken; otomasyon sistemlerine tam uyumlu akıllı kontrol altyapısı (Modbus/BMS) ve mobil uygulama desteği, tesis yöneticilerine enerji tüketimini uzaktan izleme ve optimize etme imkânı tanıyor.

Gelişmiş teknolojisi, dayanıklı yapısı, kolay kurulum avantajı ve düşük işletme maliyetleriyle Hantech; turizm projelerinde yatırımcıların en güvenilir çözüm ortağı olmaya ve tesisleri geleceğe taşımaya devam ediyor.



BİR YANIMIZ SONBAHAR,
BİR YANIMIZ YAZ.

KONFOR HEP AYNI YERDE.

www.hantech.com.tr



HANTECH

Form Şirketler Grubu, enerji verimliliği ve karbon azaltımında ısı pompalarının rolüne dikkat çekiyor

Form Şirketler Grubu, farklı yapıların kullanım amacı, enerji ihtiyacı ve çalışma koşullarını birlikte değerlendirerek ısı pompası teknolojilerini konutlardan ticari yapılara ve endüstriyel tesislere kadar farklı uygulama alanlarında ele alıyor. Çevrede bulunan enerjiyi elektrik enerjisi yardımıyla kullanılabilir ısıya dönüştüren ısı pompaları, enerji verimliliği ve düşük karbonlu ısıtma açısından öne çıkıyor. Avrupa Birliği'nin 2030 yılına kadar emisyonlarını yüzde 55 azaltma ve 2050'de karbon nötr olma hedefi ile Türkiye'nin 2053 net sıfır emisyon hedefi, enerji tüketiminin azaltılması ve fosil yakıt kullanımının düşürülmesini iklimlendirme sektörünün de gündemine taşıyor. Karbon nötr yaklaşım emisyonların azaltılması ve kalan emisyonların dengelenmesini ifade ederken, net sıfır hedefi emisyonların mümkün olduğunca azaltılmasını esas alıyor. Sanayi ve ticari yapılarda bu hedefler, yüksek enerji tüketimine sahip sistemlerin daha verimli çalışmasının yanı sıra mevcut enerjinin


Pınar Gürler

geri kazanılarak yeniden kullanılmasını da önemli hale getiriyor. Form Grup bünyesinde yer alan Form Endüstri Ürünleri, hava, su ve toprak kaynaklı ısı pompası uygulamalarında uzun yıllara dayanan deneyimi ve otel, ticari yapılar ile endüstri tesisleri gibi farklı sektörlerde hayata geçirdiği çok sayıda referans projeyle güçlü bir uygulama deneyimine sahip. Bu deneyim, farklı ısıtma ve soğutma ihtiyaçlarına yönelik çözümlerde de kendini gösteriyor. Proses ısıtma ve soğutma, atık ısı geri kazanımı ve aynı anda ısıtma-soğutma ihtiyacı bulunan uygulamalarda kullanılan sistemler, enerjinin farklı ihtiyaçlar arasında daha verimli değerlendirilmesine imkân tanıyor. Özellikle su kaynaklı ısı pompaları, büyük ölçekli projelerde yıl boyunca daha stabil kaynak koşullarından yararlanırken, aynı anda sıcak ve soğuk su üretilebilen sistemlerde ısı geri kazanımı yüzde 100'e kadar ulaşabiliyor. Form Endüstri Ürünleri'nin ısı pompası çözümlerine ilişkin değerlendirmede bulunan Form Endüstri Ürünleri Ürün Yönetimi ve Marka Müdürü Pınar Gürler, "Ticari ve endüstriyel yapılarda ısı pompası sisteminin seçiminde, yapının enerji ihtiyacı, mevcut kaynaklar, sürdürebilirlik, kullanım amacı ve çalışma koşullarının birlikte değerlendirilmesi gerekiyor. Hava, su ve toprak kaynaklı sistemler, farklı uygulama ihtiyaçlarına göre projelendirilebildikleri için geniş bir kullanım alanı sunuyor. Özellikle proses ısıtma ve soğutma, atık ısı geri kazanımı ve eş zamanlı ısıtma-soğutma ihtiyacının bulunduğu uygulamalarda, mevcut enerjinin yeniden kullanılması önemli avantajlar sağlıyor. Su kaynaklı sistemlerde ise kaynak sıcaklığının yıl boyunca daha stabil olması, büyük ölçekli projelerde yüksek verimli çözümler geliştirilmesine olanak tanıyor. Böylece ısı pompaları yalnızca ısıtma ve soğutma ihtiyacını karşılayan sistemler olmaktan çıkarak, enerjinin


Berkan Bayrak

daha verimli kullanılmasını ve sistem içinde yeniden değerlendirilmesini sağlayan çözümler sunuyor." dedi. Yenilenebilir kaynaklardan üretilen elektriğin kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte düşük karbonlu ısıtma açısından daha güçlü bir potansiyel ortaya çıkarken, Türkiye'de konut tipi ısı pompası pazarında 2025 yılında görülen yüzde 50-55'lik büyüme, bu teknolojilere yönelik ilginin de güçlendiğini gösteriyor. Mitsubishi Heavy Industries Klima Sistemleri'nin konut tipi çözümlerini değerlendiren Form MHI Klima Sistemleri Ürün Müdürü Berkan Bayrak, "Konutlarda ısıtma, soğutma ve sıcak su ihtiyacının tek bir sistem üzerinden yönetilebilmesi, ısı pompalarını enerji kullanımının daha verimli planlanması açısından önemli bir seçenek haline getiriyor. Dış ortam havasındaki enerjiden yararlanarak çalışan sistemler, uygun koşullarda tüketilen elektrik enerjisinin üzerinde bir ısı enerjisi çıktısı sağlayabiliyor. Bu özellik, enerji maliyetlerinin ve karbon emisyonlarının azaltılmasının önem kazandığı bir dönemde konutların ısıtma, soğutma ve kullanım suyu ihtiyaçlarına bütüncül bir yaklaşım sunuyor. Yenilenebilir kaynaklardan elde edilen elektriğin kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte bu sistemlerin düşük karbonlu ısıtma açısından sunduğu potansiyelin daha da güçlenmesini bekliyoruz." dedi.

Türkiye'de yeni nesil fotovoltaik sistem çözümlerinde Vaillant - Elin Enerji iş ortaklığı

Vaillant Group Türkiye, çevreci ve yenilikçi teknoloji vizyonunu fotovoltaik (PV) sistem çözümleriyle bir adım öteye taşıyor. Elin Enerji'nin Sirius marka fotovoltaik çözümleri kapsamında gerçekleştirilen stratejik iş birliği çerçevesinde sunulan bu sistem; yüksek verimli güneş panelleri, akıllı invertör grupları, kaskad edilebilir enerji depolama üniteleri ve elektrikli araç şarj istasyonlarından oluşuyor. Kullanıcıların ısınmadan mobiliteye kadar tüm enerji ihtiyacını temiz kaynaklarla karşılamayı hedefleyen Vaillant, bu sayede hem karbon ayak izini minimize ediyor hem de enerji dönüşümünde önemli rol üstleniyor. Vaillant'ın sunduğu Sirius marka yeni nesil PV sistemleri, konutları sadece bir yaşam alanı olmaktan çıkarıp kendi enerjisini üreten ve yöneten akıllı üslere dönüştürüyor. Özellikle elektrikli araç kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte kritik öneme sahip olan hızlı araç şarj istasyonları hem kablolu hem de kablosuz seçenekleriyle geleceğin teknolojisini bugünden evlere taşıyor. Gelecek Odaklı (future-proof) bir yapı sunan bu ekosistem, enerji maliyetlerini optimize etmek isteyen ve çevre bilinci yüksek tüketiciler için bütünleşik bir çözüm sunuyor. Kullanıcılar, 5 kWh kapasiteli ve 40 kWh'a kadar artırılabilen bataryalar sayesinde ürettikleri enerjiyi depolayarak kesintisiz bir tasarruf imkanına kavuşuyor. Vaillant, fotovoltaik panelleri tekil bir ürün olarak sunmanın ötesine geçerek, keşif ve projelendirmeden kurulum ve satış sonrası teknik desteğe kadar anahtar teslim bir hizmet modeli uyguluyor. Isı pompası sistemleriyle tam entegre çalışabilen bu yapıda, tüm süreç uzman bayi ağı üzerinden Vaillant güvencesiyle yönetiliyor. Sektördeki teknolojik dönüşüme değer katan bu hamle, markanın iklimlendirme dünyasındaki bütünsel çözüm ortağı kimliğini pekiştiriyor. Özellikle konut sahipleri için tasarlanan bu iş modeli, evlerin enerji yönetimini tek bir elden ve en yüksek verimlilikle gerçekleştirmeyi hedefliyor. Vaillant Türkiye CEO'su Alper Avdel, iş birliği



ile ilgili; "Isı pompasının öneminin artması ile birlikte enerji maliyetlerini minimize edecek ve yenilenebilir enerji kaynakları kullanarak sürdürülebilir çözümler sunmayı önemsiyoruz" dedi. Sirius Yenilenebilir Enerji Teknolojileri A.Ş. Genel Müdürü Kemal Ertuğran da konuyla ilgili görüşlerini şu sözlerle dile getirdi: "Elin A.Ş. olarak 45. yılımızda global bir iklimlendirme firması olan Vaillant Group ile gerçekleştirdiğimiz bu iş birliği, ürün ve hizmetlerimizi ısı pompası çözümleriyle entegre ederek tüketicilere uçtan uca enerji çözümleri sunma vizyonumuzu ileri taşıyor. Bu stratejik iş birliğinin sektörde örnek teşkil edeceğine ve entegre enerji çözümlerinin yaygınlaşmasına katkı sağlayacağına inanıyoruz."

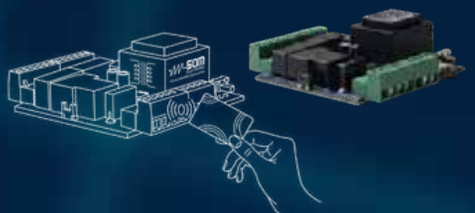
SOM
ELEKTRONİK
www.somelektronik.com.tr



YANGINA DAYANIMLI
OTEL ODA KAPISI



KARTLI KİLİT
SİSTEMLERİ



ENERJİ KONTROL
SİSTEMLERİ



ENERJİ KONTROL SİSTEMLİ
VARLIK SENSÖRÜ



YANGINA DAYANIMLI
KARTLI KİLİTLER



DND SİSTEMLERİ

www.somelektronik.com.tr info@somelektronik.com.tr
İletişim : +90 533 554 13 35 +90 555 480 44 81
Güzeloluk Mahallesi 1886. Sokak No:11 Muratpaşa / ANTALYA

Öztiryakiler, profesyonel mutfaklar için uçtan uca güvenilir bir çözüm ortağı olarak hizmet veriyor



Profesyonel mutfak yatırımı yapan markalar için doğru ekipman seçimi, yalnızca günlük operasyonu değil; hız, standart kalite, enerji verimliliği, servis sürekliliği ve uzun vadeli maliyet yönetimini de doğrudan etkiliyor. Öztiryakiler, bu ihtiyaçlara üretimden projelendirmeye, uygulamadan satış sonrası hizmetlere kadar bütüncül bir yaklaşımla yanıt veriyor. Öztiryakiler, lüks otel zincirlerinden restoranlara, kafelerden kamu binalarına kadar birçok prestijli projede tercih ediliyor. Yenilikçi yaklaşımı ve yüksek kalite standartlarıyla sektörde en yüksek pazar payına sahip olan Öztiryakiler, aynı zamanda ihracat lideri konumunda bulunuyor. Dünya çapında gelişen teknolojiyi yakından takip eden Öztiryakiler, sektöre kazandırdığı yeni ürünlerle profesyonel mutfakları dönüştürmeye devam ediyor. Anahtar teslim projeleriyle mutfak ekipmanları sektöründe en çok tercih edilen marka olarak öne çıkıyor. Geniş ürün gamı, güçlü üretim kapasitesi ve proje deneyimi sayesinde Öztiryakiler, yatırımcıların farklı ölçeklerdeki mutfak ihtiyaçlarına tek noktadan çözüm sunuyor. Standartlaştırılmış ekipman yapısı, zincir yapılarda her şubede aynı operasyon kalitesinin yakalanmasına destek olurken; dayanıklı ürünler ve yaygın servis ağı işletmelerin kesintisiz hizmet sunmasına katkı sağlıyor. Öztiryakiler, zincir restoranların ihtiyaçlarını ve operasyonel dinamiklerini yakından analiz ederek her projeye özel, uçtan uca çözümler sunuyor. Şube açılış takvimlerine uygun üretim ve stok planlaması gerçekleştiren şirket, her markaya özel oluşturduğu proje ekipleriyle AR-GE desteği sağlıyor; değişen ihtiyaçlara hızlı ve etkin çözümler geliştiriyor. Ankara, Antalya, İstanbul, İzmir ve Bodrum'da bulunan bölge müdürlükleri aracılığıyla proje çizimleri, keşif çalışmaları ve uygulama süreçlerinde yerinde destek sunan Öztiryakiler, güçlü bölgesel yapılanması sayesinde projeleri hızlı, doğru ve markanın ihtiyaçlarına uygun şekilde hayata geçiriyor. Bu yerinde destek modeli, özellikle çok lokasyonlu markalar için zaman yönetimi ve operasyonel uyum açısından önemli avantajlar sağlıyor. Keşif, proje çizimi, üretim ve montaj süreçlerinin koordineli biçimde yürütülmesi; yatırım süreçlerinde oluşabilecek gecikmelerin ve uygulama kaynaklı risklerin en aza indirilmesine katkıda bulunuyor. Üretim ve proje yönetimindeki uzun yıllara dayanan deneyimiyle Öztiryakiler, yalnızca ekipman tedarik eden bir üretici olmanın ötesine geçerek mutfak kurgusu, iş akışı ve operasyonel verimlilik odaklı çözümler geliştiriyor. Proje süreçlerinde görev alan deneyimli şefler, mutfakların günlük operasyonel ihtiyaçlarını analiz ederek ekipman seçiminden yerleşim planına kadar sürece aktif katkı sağlıyorlar. Öztiryakiler, satış sonrası hizmetlerde de çözüm ortaklarının yanında yer alıyor. 7/24 arıza kaydı, bakım ve raporlama hizmetleriyle operasyonların kesintisiz ve verimli şekilde devam etmesine destek olurken, yurt içinde sunduğu yüksek hizmet standardını yaygın ihracat ağı ve global servis altyapısıyla yurt dışındaki iş ortaklarına da taşıyor. Zincir restoran sektöründeki hızlı büyümeyi stratejik bir fırsat olarak değerlendiren Öztiryakiler, farklı markaların konseptlerine ve operasyonel ihtiyaçlarına özel yenilikçi projeler geliştiriyor. Teknolojik çözümlerle farklı lokasyonlarda aynı kalite ve lezzet standardının sürdürülebilmesini destekleyen şirket; sürdürülebilir, verimli, güvenilir ve uzun ömürlü profesyonel mutfaklar tasarlıyor. Öztiryakiler; Novikov, Nobu, Zuma, Sakhalin ve Gallada gibi uluslararası ölçekte tanınan ve prestijli restoran markalarının yanı sıra, Burger King, Popeyes, Tavuk Dünyası, Terra Pizza, KFC, Doyuyo, White Burger, Pizza Max, Happy Moon's, Saray Muhallebicisi, Şekerci Cafer Erol ve Günaydın gibi Türkiye'nin önde gelen restoran ve yeme-içme markalarının mutfaklarında da çözüm ortağı olarak hizmet veriyor. Kahve zincirlerinde de önemli bir proje deneyimine sahip olan Öztiryakiler; Espressolab, Costa Coffee, Make Me Joi, Gloria Jean's Coffees, Magnolia Shop, MOC Coffee, Voi Coffee, Kahve Dünyası, Magnolia Bakery ve Arabica Coffee gibi markalara yönelik çözümler sunuyor. Bunun yanı sıra Shell, Total ve Petrol Ofisi başta olmak üzere yaklaşık 1.000 akaryakıt noktasında kahve makineleri, bakery çözümleri ve profesyonel mutfak ekipmanlarıyla hizmet veriyor. Farklı sektörlerde önde gelen markalarla hayata geçirilen bu projeler, Öztiryakiler'in yalnızca ürün ve ekipman sağlayan bir üretici olmadığını; markaların büyüme hedeflerini, operasyonel standartlarını ve müşteri deneyimini destekleyen stratejik bir çözüm ortağı olduğunu ortaya koyuyor.

Mitsubishi Heavy KXZ2 VRF serisi, yüksek kapasite ve esnek kontrol avantajını bir arada sunuyor



Ofis binaları, oteller ve alışveriş merkezleri gibi büyük ölçekli yapılarda iklimlendirme ihtiyacı hem toplam kapasite hem de işletme verimliliği açısından farklılaşıyor. Mitsubishi Heavy Industries KXZ2 Heat Pump VRF serisi, üçlü kombinasyonla tek sistemde 168 kW kapasiteye ulaşırken patentli CHCC ve VTCC teknolojileriyle kesintisiz ısıtma ve enerji tasarrufunu birlikte sunuyor. Büyük ölçekli yapılarda iklimlendirme tasarımı, toplam yükün karşılanmasının yanında farklı cephelerin, kullanım yoğunluklarının ve çalışma saatlerinin ayrı ayrı yönetilmesini gerektiriyor. Güneş alan bir cephedeki ofis ile kuzeye bakan bir toplantı odasının aynı anda farklı ihtiyaçları oluşabiliyor. VRF sistemleri, tek bir dış ünite üzerinden çok sayıda iç üniteyi besleyerek bu ihtiyacı karşılıyor ve her hacmin kendi talebine göre çalışmasına olanak tanıyor. Mitsubishi Heavy KXZ2 VRF serisi, bu yapıyı yüksek kapasite seçenekleri ve gelişmiş kontrol teknolojileriyle birleştiriyor. KXZ2 serisi, üçlü dış ünite kombinasyonuyla tek sistemde 168 kW seviyesinde bir kapasiteye ulaşıyor. Esnek bağlantı özelliği, yüksek verim beklenen projelerde farklı kombinasyon seçenekleriyle çözüm üretilmesine olanak sağlıyor. Full Inverter kompresörlerle donatılan seri, kısmi yük koşullarında da verimli çalışmayı sürdürüyor. Tüm modellerde 85 pascal değerine kadar harici statik basıncı yenebilen dış ünite fanı bulunuyor ve bu yapı, dış ünitenin konumlandırılmasında mimari esneklik sağlıyor. Böylece teknik hacim kısıtı olan projelerde de sistem kurgusu yapılabiliyor. KXZ2 serisi, Mitsubishi Heavy'nin patentli CHCC teknolojisiyle ısıtma sürekliliğini koruyor. Sistem, dış ortam koşullarını sürekli izleyerek serpantindeki buzlanmayı kontrol altında tutuyor ve defrost çevriminde yaşanan konfor kaybının önüne geçiyor. Defrost koşullarında yüksek sıcaklıkta üfleme yapabilmesi ve kapasite düşümünü kademeli hale getirmesi sayesinde, sıralı defrost sistemlerinde görülen ani kapasite kayıpları oluşmuyor. Bu özellik, bir önceki seriden farklı olarak üç borulu sistemlerin yanı sıra iki borulu VRF sistemlerde de sunuluyor. Değişken üfleme sıcaklığı kontrolü sağlayan VTCC teknolojisi ise ısıtma ve soğutma modunda kısmi yük koşullarında enerji tasarrufunu artırıyor. Form MHI Klima Sistemleri, Türkiye genelindeki yaygın bayi ve servis ağıyla projelendirme, kurulum ve satış sonrası destek süreçlerini yürütüyor.

Yatsan’dan dinlenmenin en yeni hali: LAZBOY



Bir yere yetişme hissi, toplantılar, bildirimler, “beş dakikaya geliyorum” mesajları... İnsan tatile çıkar ama telaşı bazen üzerinden atmaya vakit bulamaz.

Yatsan’ın La-Z-Boy ile yıllardır sürdürdüğü arayış tam da bu noktadan başlıyor: İnsan ne zaman gerçekten dinlenir? Bir yere oturduğu an mı, yoksa vücudunun ona “artık bırakabilirsin” dediği an mı?

Oturmak başka, dinlenmek başkadır. Bir koltuğa oturmak herkesin yapabileceği bir şeydir. Ama gerçekten dinlenmek, çok daha nadir rastlanan bir haldir.

Doğru yerde, doğru pozisyonda...
Bunun için uzun bir tatile, saatlerce boş kalmaya ya da hiçbir şey yapmamaya bile gerek yok. Bazen tek gereken, doğru yere oturmak. Bedenin ağırlığını bırakabildiği, sırtın destek bulduğu, ayakların rahatladığı o anda zamanın akışı da değişmeye başlıyor.

Yatsan, La-Z-Boy’la bu farkı hissetme fırsatı sunuyor. Vücudu saran yumuşaklık, doğru noktaları destekleyen mimari, farklı oturma pozisyonlarıyla kişiye uyum sağlayan bir rahatlık anlayışı. Omuzların indiği, çenenin gevşediği, nefesin yavaşladığı o birkaç saniyeyi mümkün kılıyor.





La-Z-Boy’un farkı tam burada ortaya çıkıyor. Kişinin oturma biçimine uyum sağlayan yapısı, ayarlanabilir pozisyonları ve vücudu saran tasarımıyla koltuk, yalnızca oturulan bir yer olmaktan çıkıyor; günün temposundan birkaç dakikalığına uzaklaşmanın, kendine dönmenin bir alanına dönüşüyor.

Beklenmedik bir an
Çünkü bazı hisler anlatılarak değil, yaşandığında anlaşılır. Bu nedenle Yatsan, La-Z-Boy’un sunduğu ayrıcalığı insanların günlük telaşının tam ortasına, hiç beklemedikleri bir ana taşıyor.

Swissotel Çeşme’de Yatsan ve La-Z-Boy’un buluşturduğu deneyim de bu düşünceden yola çıkıyor. Tatilin içinde bile peşinden gelen günlük hayatı bir kenara bırakmak ve gerçekten yavaşlamak için küçük ama etkisi büyük bir an yaratıyor.

Çünkü dinlenmek bedenin sonunda kendini bırakmasına izin vermektir. Swissotel Çeşme’de bu izin Lazboy koltuklarla başlayıp, Yatsan imzalı yataklarla devam ediyor. Yatsan, bu izni günün farklı anlarına taşıyarak dinlenmeyi tatilin bir parçası olmaktan çıkarıp başlı başına bir deneyime dönüştürüyor.

oteller



Müze, tarih ve sanat konseptli oteller, gittiği bölgeyle bağ kurabileceği, hikâyesi olan, özgün deneyimler arayan günümüz seyahat severlerine, kentsel kültür, tarih, sanat ve yerel yaşamın birleştiği lifestyle bir segment sunuyor

Müze, tarih ve sanat konseptiyle hizmet veren oteller; özgün mimari yapıları ve geçmişten bugüne taşıdıkları atmosferleriyle bulundukları yerin enerjisini, tarihini, sanatını ve gündelik hayatını konaklama deneyiminin bir parçası haline getirerek konukları için yaşayan birer kültür durağı olarak hizmet veriyorlar.

Turizm sektöründe müze ve sanat odağında hizmet veren tesisler; 19. yüzyıldan günümüze uzanan geniş bir tarihsel yelpazede kentsel hafızayı konaklama deneyimine dönüştürüyor. Simge tarihi binalardan asırlık konaklara, ticaret yolları üzerindeki hanlardan antik kalıntılara ev sahipliği yapan yapılara kadar uzanan bu altyapı, sektöre sadece konaklama alanı değil, yaşayan birer kültür durağı kazandırıyor. Müze ve konsept otelleri muadillerinden ayıran temel unsur, fiziki yapının bizzat tarihsel veya sanatsal bir değer taşıması oluyor. Sektördeki tesislerimizi incelediğimizde şu özellikleri görüyoruz: **Tescilli Anıt Yapılar ve Simgesel Mimari:** Neoklasik, Art Nouveau veya Oryantalist üslupta inşa edilmiş ikonik yapılar, dönemin ilk mühendislik çözümlerini ve tarihi şahsiyetlerin izlerini bünyesinde barındırıyor. Bu yapılardaki özel alanlar veya odalar birer "müze oda" olarak korunarak ziyarete açık tutuluyor. **Kervansaraylar, Hanlar ve Sivil Mimari Örnekleri:** Osmanlı ticaret merkezleri, tarihi kentsel hanlar veya geleneksel avlulu taş konaklar, yerel mimari dokunun en güçlü temsilcileri olarak konuklarını ağırlıyor. Ahşap kapılar, mermer merdivenler, bakır kubbeler ve özgün cepheler mekânsal kimliğin ana taşıyıcıları olarak korunuyor. **Arkeolojik Katmanlar:** Temel kazılarında veya





restorasyon esnasında ortaya çıkarılan Bizans, Roma ya da Osmanlı dönemine ait sarnıç ve kalıntılar, otelin mimari projesine dahil edilerek yapının en özgün görsel unsuruna dönüştürülüyor.

Tesislerin sunduğu tarihsel ve sanatsal derinlik; edebiyat meraklılarından arkeoloji tutkunlarına, kültür turizmi yapan uluslararası gruplardan inanç odaklı gezginlere kadar geniş bir misafir profili yaratıyor. Bunun yanı sıra interaktif sanat atölyeleri, sergiler ve sahne performansları, tesisi sadece turistin konakladığı bir yer olmaktan çıkarıp kent kültürünün buluşma noktasına dönüştürüyor. Uluslararası dağıtım ağları ve gastronomi rehberleri (Michelin vb.) seçkilerinde yer almak bu görünürlüğü taçlandırıyor

Sektör temsilcileri tarihi yapılarda uygulanan restorasyon projelerinde temel yaklaşımın; binayı değiştirmek veya kopyalamak değil, özgün kimliği bozmadan günümüzün modern konaklama ihtiyaçlarına adapte etmek olduğunu açıklıyor. Restorasyon çalışmaları: **Statik Müdahaleler ve Avlu Kapatmaları:** Tarihi yapılardaki açık avluların özel cam ve çelik konstrüksiyonlarla kapatılması, yapıyı dış etkenlerden korurken dört mevsim yaşayan sosyal alanlar yaratılmasına imkan tanıyor. **Arkeolojik Koruma ve Akustik Standartlar:** Bünyesinde tarihi sarnıç veya kalıntı barındıran tesislerde taşınabilir eserler envanterlenerek ilgili Arkeoloji Müzelerine teslim ediliyor, taşınmaz yapılar ise iklimlendirmeli ve özel aydınlatmalı alanlarda muhafaza ediliyor. Etkinliklerde tarihi dokunun zarar görmemesi için müzik desibel sınırları ve önleyici bakım protokolleri uygulanıyor. **Yeniden İşlevlendirme (Adaptive Reuse):** Eski okul, sarnıç veya depo gibi tarihi alanlar; mahzen, restoran veya özel etkinlik alanlarına dönüştürülerek edilgen bir sergi alanı olmaktan çıkarılıp yaşayan sosyal mekânlar haline getiriliyor. Tarihi niteliği bulunmayan fakat konsept otel olarak tasarlanan tesislerde ise mimari yaklaşım, mevcut binayı tasarımın bir parçası haline getiriyor. Birbirinin tekrarı olan standart odalar yerine her biri farklı bir tasarım dili taşıyan oda tipleri kurgulanıyor. Ahşap, metal ve kumaş atıkların sanata dönüştürüldüğü ileri dönüşüm uygulamaları mekâna özgünlük katıyor. Sanat sadece duvarlara eser asmak olarak ele alınmıyor; otel bünyesindeki galeriler, süreli sergiler ve geleneksel/çağdaş sanat atölyeleri ile tesis, yaşayan ve yeni eserlerin üretildiği bir sanat kompleksine dönüştürülüyor. Günümüzde seyahat trendleri incelendiğinde, nitelikli seyahat kitlesinin artık yalnızca steril bir oda değil; gittiği bölgeyle bağ kurabileceği, hikâyesi olan özgün deneyimler aradığı görülüyor. Müze ve konsept otelcilik tam da bu noktada ayrışarak kentsel kültür, tarih, sanat ve yerel yaşamın birleştiği yaşam tarzı (lifestyle) bir segment kurguluyor. Tesislerin sunduğu tarihsel ve sanatsal derinlik; edebiyat meraklılarından arkeoloji tutkunlarına, kültür turizmi yapan uluslararası gruplardan inanç odaklı gezginlere kadar geniş bir misafir profili yaratıyor. Bunun yanı sıra interaktif sanat atölyeleri, sergiler ve sahne performansları, tesisi sadece turistin konakladığı bir yer olmaktan çıkarıp kent kültürünün buluşma noktasına dönüştürüyor. Uluslararası dağıtım ağları ve gastronomi rehberleri (Michelin vb.) seçkilerinde yer almak bu görünürlüğü taçlandırıyor.

Uluslararası pazarlama çalışmalarında Müze, Tarih ve Sanat Konseptiyle hizmet veren otellerin özel bir kategori olarak işlenmesi, nitelikli turizm gelirini artırmada stratejik bir rol oynuyor. Tarihi binaları koruyarak yaşatmanın ve kültür merkezine dönüştürmenin getirdiği yüksek maliyetler göz önüne alındığında, kamu tarafından teşvik modellerinin geliştirilmesi ve prosedürlerin kolaylaştırılması bekleniyor. Bağımsız tesislerin ortak bir tanıtım ağı altında buluşması, sadece konaklama sektörünü değil, bulundukları bölgenin tüm ticari ve sosyal ekosistemini geleceğe taşımada kilit bir işlev görüyor

Tarihi yapılarda ve sanat odaklı konseptlerde otelcilik yapmak, standart bir tesisi işletmekten çok daha derin bir sorumluluk gerektiriyor. Sektör temsilcilerine göre en büyük operasyonel zorluk, günümüz misafirinin





yüksek konfor beklentilerini karşılarken yapının özgün karakterini koruyabilmek. Fiziki sınırlar içinde ses yalıtımı, iklimlendirme ve teknik altyapı gibi modern ihtiyaçları çözmek hassas bir denge isterken, işletmeciler bu durumu tarihi mirasa karşı bir sorumluluk olarak ele alıyor. Özellikle küçük ölçekli tesislerde koruyucu bakım ve uzmanlık maliyetleri ciddi bir yük oluştururken, yerel yönetimler ve kamu kurumlarından beklenen desteğin alınamaması sektörü zorluyor. Bu noktada çözüm; mimar, restoratör ve operasyon ekiplerinin proje aşamasından itibaren ortak bir disiplinle çalışmasından geçiyor. Sürecin insani boyutunda ise personel eğitimi öne çıkıyor. Mimarinin dilini ve hikâyesini misafire aktaracak ana unsur çalışanlar olduğu için, ekibin hem bina tarihine hâkim olması hem de hassas yüzeylere doğru müdahale edecek koruma bilincini taşıması kritik önem arz ediyor. Diğer yandan, 24 saat yaşayan dinamik bir otel operasyonu ile sergi ve sanat etkinliklerini aynı çatı altında yürütmek disiplinli bir planlama gerektiriyor. Sektör profesyonelleri, sanatın yalnızca bir dekorasyon ögesi olarak kalmayıp sürdürülebilir bir kurum kültürü olarak benimsenmesi halinde bu zorlukların aşılacağını ve tarihi dokunun geleceğe taşınacağını vurguluyor. Türkiye, barındırdığı tarihsel katmanlar ve mimari mirasıyla müze ve konsept otelcilikte dünya standartlarında bir potansiyele sahip. Sektör temsilcilerinin ortak görüşü; bu potansiyelin yalnızca bir konaklama ürünü değil, Türkiye'nin nitelikli kültür, sanat ve gastronomi rotalarının taşıyıcı unsuru olarak konumlandırılması gerektiği yönünde birleşiyor. Uluslararası pazarlama çalışmalarında bu tesislerin özel bir kategori olarak işlenmesi, nitelikli turizm gelirini artırmada stratejik bir rol oynuyor. Tarihi binaları koruyarak yaşatmanın ve kültür merkezine dönüştürmenin getirdiği yüksek maliyetler göz önüne alındığında, kamu tarafından teşvik modellerinin geliştirilmesi ve prosedürlerin kolaylaştırılması bekleniyor. Bağımsız tesislerin ortak bir tanıtım ağı altında buluşması, sadece konaklama sektörünü değil, bulundukları bölgenin tüm ticari ve sosyal ekosistemini geleceğe taşımada kilit bir işlev görüyor.



Murat Eti / Pera Palace Hotel / Otel Genel Müdürü

Pera Palace Hotel neoklasik, Art Nouveau ve Oryantalist unsurları bir araya getiren özgün mimarisiyle İstanbul'un simge yapılarından biri; Atatürk Müze Odası ve önemli isimlerin anısını yaşatan tema odalarımız, yerli ve yabancı misafirler için önemli bir çekim noktası oluyor

Pera Palace Hotel,1895 yılında Orient Express yolcularını ağırlamak üzere Pera'da hizmete açıldı. Bugün 115 oda ve süitiyle tarihî mirasını sürdürüyor. Mimar Alexandre Vallaury imzasını taşıyan Pera Palace Hotel, neoklasik, Art Nouveau ve Oryantalist unsurları bir araya getiren özgün mimarisiyle İstanbul'un simge yapılarından biri. Osmanlı sarayları dışında elektrik ve sıcak suyun kullanıldığı ilk yapılardan olan otelimiz, Türkiye'nin ilk elektrikli asansörüne de ev sahipliği yapıyor. Bunun yanı sıra, Mustafa Kemal Atatürk'ün konakladığı 101 numaralı oda,



1981 yılından bu yana Atatürk Müze Odası olarak ziyaretçilerini ağırlıyor. Restorasyon ve bakım çalışmalarımızda özgün mimari dokunun korunmasını önceliklendiriyoruz. Tarihî eserlerimizi de uygun sergileme ve koruma koşullarıyla gelecek nesillere aktarmayı amaçlıyoruz.



Türkiye'nin tarihî ve kültürel değerlerinin uluslararası alanda tanıtılması konusunda önemli çalışmalar yürütülüyor. Bununla birlikte, tarihî kimliği ve özgün hikâyesiyle öne çıkan otellerin bu tanıtım çalışmalarında daha görünür olmasının ülke turizmine değer katacağına inanıyoruz. Kültür ve Turizm Bakanlığımızla kamu ve özel sektör iş birliklerinin güçlenmesi, Türkiye'nin kültürel mirasının dünyada daha geniş kitlelere ulaşmasına önemli katkı sağlayacaktır

Otelimiz, 1981 yılından bu yana Atatürk Müze Odası'na ev sahipliği yapıyor ve 1940'lardan günümüze uzanan Geleneksel Çay Saati gibi köklü ritüellerini yaşatmayı sürdürüyor. Misafirlerimiz Pera Palace'a yalnızca konaklamak için değil, bu tarihi ve kültürü deneyimlemek için de geliyor. Agatha Christie ve Alfred Hitchcock gibi geçmişte ağırladığımız önemli isimlerin anısını yaşatan tema odalarımız da özellikle bu isimlere ilgi duyan yerli ve yabancı misafirler için önemli bir çekim noktası oluşturuyor. En büyük sorumluluğumuz, tarihî mirası korurken günümüz konfor ve hizmet standartlarını sağlayabilmek. Bunun için restorasyon, bakım ve işletme süreçlerini uzmanlarla birlikte titizlikle yürütüyoruz. Türkiye'nin tarihî ve kültürel değerlerinin uluslararası alanda tanıtılması konusunda önemli çalışmalar yürütülüyor. Bununla birlikte, tarihî kimliği ve özgün hikâyesiyle öne çıkan otellerin bu tanıtım çalışmalarında daha görünür olmasının ülke turizmine değer katacağına inanıyoruz. Kültür ve Turizm Bakanlığımızla kamu ve özel sektör iş birliklerinin güçlenmesi, Türkiye'nin kültürel mirasının dünyada daha geniş kitlelere ulaşmasına önemli katkı sağlayacaktır.



Batuhan Gezer / Silk Road Museum Hotel (Deveciler Hanı) / Satış ve Pazarlama Müdürü

İpek Yolu ve Baharat Yolu'nun geçtiği güzergahta, 650 yıllık bir tarihe dayanan, restore edilmiş bir kervansaray olan tesisimize, misafirlerimizin ilgileri ve alakaları oldukça yüksektir

Silk Road Museum Hotel, 08 Haziran 2024 tarihinde misafirlerini ağırlamaya başladı. İpek Yolu ve Baharat Yolu'nun geçtiği güzergahta konumlanan tesisimiz, 27 odası ve 60 kişilik yatak kapasitesi ile hizmet veriyor. Binamızın tarihi 650 yıllık bir geçmişe dayanıyor. Tesisimiz, zamanında kervansaray olarak kullanılmakta ve tarihin ilk tek konaklamalı oteli unvanına sahiptir. Bünyemizde tarihi eser sergilemiyoruz. Misafirlerimizin ilgileri ve alakaları oldukça yüksek; özel bir misafir kitlemiz mevcut Böyle bir konsept, Türkiye'nin sayılı yerlerinde olmasından dolayı oldukça dikkat çekici ve tercih edilesi bir durum yaratıyor. Devletten veya ilgili bakanlıklardan herhangi bir beklentimiz bulunmuyor. Ayrıca turizm sektöründe hak ettiği değerin verildiğini düşünüyorum.

GO GRAND



İZMİR'İN IŞIĞINDA
ÖZGÜN BİR LEZZET ROTASI



Grand Hyatt İzmir İstinyePark'ın çağdaş gastronomi yaklaşımını yansıtan FARO7, modern bistro kültürünü İzmir'in kendine özgü ritmiyle bir araya getiriyor. Özgün dokunuşlarla hazırlanan lezzetler, paylaşımlı tabaklar ve özenle oluşturulan içecek seçkisi, FARO7'de günün her anını keşfe değer bir deneyime dönüştürüyor.

FARO 7

GRAND | HYATT
İZMİR İSTİNYEPARK

+90 232 966 12 34 | Balçova, İzmir | izmir.grand@hyatt.com | www.grandhyattizmiristinyepark.com
grandhyattizmiristinyepark | grandhyattizmiristinyepark | faro7bistro

Autograph Collection çatısı altındaki her iki otelimizin de ortak noktası, İstanbul'un tarihini konaklama deneyiminin bir parçası haline getirmeleridir; misafirlerimizin İstanbul'la kurduğu bağın otelin kapısından içeri girdikten sonra da sürmesini önemsiyoruz



Barış Çolak – Fırat Yıldıran / Orientbank Hotel Istanbul, Autograph Collection / Orient Occident Hotel Istanbul, Autograph Collection / AYS Otelcilik Yönetim Kurulu Üyeleri

AYS Otelcilik bünyesindeki Orientbank Hotel Istanbul ve Orient Occident Hotel Istanbul, Marriott International'ın Autograph Collection markası altında, İstanbul'un Tarihi Yarımada bölgesinde hizmet veriyor. Orientbank, 11 Haziran 2021'de Sirkeci'deki tarihî Germanya Han'da 36 odasıyla misafirlerini ağırlamaya başladı. Basiret Han'da konumlanan Orient Occident ise 2024 yılında hizmete girdi ve 39 odaya sahip. Toplam 75 odalı iki otelimiz, Mısır Çarşısı, Kapalıçarşı ve Sultanahmet çevresindeki kültürel mirasa erişim sağlayan konumlarıyla İstanbul'u yürüyerek keşfetmek isteyen misafirlere hitap ediyor. Küçük ölçeğimiz, her misafirle daha yakından ilgilenmemize ve kişiye özel bir konaklama deneyimi sunmamıza olanak tanıyor. İki otelimizin ortak noktası, İstanbul'un tarihini konaklama deneyiminin bir parçası haline getirmeleri. Orientbank'ın kimliğini, August Jasmund'un tasarladığı Germanya Han'ın mimarisi ve geçmişte Deutsche Orientbank'a ev sahipliği yapmış olması belirliyor. Yapının cephesi, bakır kubbesi, mermer döner merdiveni ve ahşap döner kapısı bu hafızanın görünür unsurları. Gregor Jazz Club ise müziği bu tarihî atmosferle buluşturuyor. Orient Occident, Basiret Han'ın ticari geçmişinden ve Sirkeci'nin Doğu ile Batı arasındaki kültürel alışverişinden besleniyor. Belle Époque döneminden ilham alan iç mekân dili, bu yaklaşımı tamamlıyor. Roof Mezzepotamia ve Stephan's Coffee ile gastronomiyi ve şehrin gündelik yaşamını da deneyime dahil ediyoruz. Konseptimizin merkezinde, yapının kendisi ve taşıdığı hikâye bulunuyor; misafirin İstanbul'la kurduğu bağın otelin kapısından içeri girdikten sonra da sürmesini önemsiyoruz. Tarihî yapılarda tasarımın başlangıç noktası, binanın mevcut karakterini anlamak olmalı. Orientbank'ta cephe, kubbe, merdiven ve giriş kapısı gibi ayırt edici unsurların korunarak bugünkü kullanıma taşınması, bu yaklaşımın somut karşılığı. Orient Occident'te ise tarihî han kimliği ile dönemden ilham alan iç mekân tasarımı birlikte okunuyor. Bizim için koruma, açılışla tamamlanan bir çalışma değil, işletmenin günlük kararlarına yön veren bir sorumluluk. Aydınlatmadan mobilya yerleşimine, temizlikten teknik bakıma kadar her müdahalenin yapının karakteriyle uyumlu olması gerekiyor. Tarihî yüzeylerde malzemeye uygun yöntemlerin seçilmesini, uzman görüşü alınmasını ve önleyici bakım yaklaşımını önemli buluyoruz. Burada sergilenen en güçlü değer, mimarinin kendisi. Bu nedenle mekânın özgün ayrıntılarını görünür tutmak, dekoratif yoğunlukla gölgelememek ve hikâyesini doğru aktarmak temel yaklaşımımız.

Konseptimizdeki en belirgin zorluk, tarihî yapının fiziksel sınırları içinde günümüzün konfor ve işletme ihtiyaçlarını karşılamak. Çözümün, koruma uzmanları, tasarımcılar ve işletme ekibinin proje aşamasından itibaren birlikte çalışmasında olduğunu düşünüyorum. İşletme döneminde ise düzenli bakım bütçesi, doğru malzeme seçimi ve eğitimli ekip belirleyici. Çalışanların binanın hikâyesini bilmesi kadar, hangi yüzeye nasıl müdahale edileceğini bilmesi de önemli. Misafire yapının özelliklerini rezervasyon öncesinde doğru anlatmak, beklentileri yönetmek açısından ayrıca değer taşıyor

Bu konseptin en önemli avantajı, misafire bulunduğu yere ait bir deneyim sunması. İstanbul'a kültür, mimari ve gastronomi için gelen; kalacağı otelin de seyahatinin anlamlı bir parçası olmasını isteyen bir kitleye hitap ediyoruz. Tarihî çevreye ilgi duyan misafirlerimiz, binanın hikâyesini ve küçük ayrıntılarını merak ediyor. Bu ilgi, hizmeti daha kişisel hale getirmek için güçlü bir başlangıç oluşturuyor. Autograph Collection çatısı altında yer almak, özgün kimliğimizi uluslararası bir dağıtım ağı ve hizmet yaklaşımıyla buluşturuyor. Her iki otelimizin MICHELIN Guide'ın otel seçkisinde yer alması da bu görünürlüğü destekliyor. Ancak tarihî kimliğin kalıcı bir itibara dönüşmesi, günlük hizmet kalitesine bağlı. Misafirin hatırladığı şey, mimarinin yarattığı ilk etkiyle birlikte, kendisini ne kadar iyi ağırlanmış hissettiği oluyor. En belirgin zorluk, tarihî yapının fiziksel sınırları içinde günümüzün konfor ve işletme ihtiyaçlarını karşılamak. Oda planları, servis alanları, ses yalıtımı, teknik altyapı ve erişilebilirlik gibi konular, standart bir otel projesinden daha farklı çözümler gerektirebiliyor. Küçük ölçekli tesislerde bakım ve uzmanlık maliyetlerinin oda başına etkisi de daha yüksek olabiliyor. Çözümün, koruma uzmanları, tasarımcılar ve işletme ekibinin proje aşamasından itibaren birlikte çalışmasında olduğunu düşünüyorum. İşletme döneminde ise düzenli bakım bütçesi, doğru malzeme seçimi ve eğitimli ekip belirleyici. Çalışanların binanın hikâyesini bilmesi kadar, hangi yüzeye nasıl müdahale edileceğini bilmesi de önemli. Misafire yapının özelliklerini rezervasyon öncesinde doğru anlatmak, beklentileri yönetmek açısından ayrıca değer taşıyor. Türkiye'nin bu alanda çok güçlü bir potansiyeli var. Bunun turizmdeki ekonomik ve kültürel karşılığını daha görünür hale getirebileceğimizi düşünüyorum. Tarihî bir yapıyı yaşatarak işletmek, bulunduğu mahallenin çekiciliğine ve çevresindeki ticari hayata da katkı sağlıyor. Bu katkının değerlendirmelerde daha fazla dikkate alınması gerekiyor. Kültür ve Turizm Bakanlığı ile Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı'nın ülkemizin uluslararası tanıtımı için yürüttüğü çok önemli çalışmalar var ve bu çalışmalardan büyük memnuniyet duyuyoruz. Türkiye'nin kültürel zenginliğini ve turizm çeşitliliğini dünyaya anlatan bu çabaların, özgün kimlikli otellerimiz açısından da değerli olduğunu düşünüyoruz. Bu güçlü tanıtım yaklaşımı içinde tarihî otellerin mimari, gastronomi ve kültür rotalarıyla birlikte daha fazla öne çıkarılması, mevcut katkıyı daha da güçlendirecektir. Biz de İstanbul'un tarihî yapılarını yaşatan ve misafirlerini bu mirasla buluşturan işletmeler olarak bu çalışmalara katkı sunmayı önemsiyoruz.

Premium Porcelain

BANQUET

Yoğun Kullanıma, Üstün Dayanıklılık

Otellerin yoğun servis temposu için tasarlanan Banquet serisi; çizilmelere ve ani ısı değişimlerine karşı yüksek direnç sunar.

İstiflenebilir yapısıyla alan kullanımını kolaylaştırırken, seçili formları kenar çıtlamalarına karşı ömür boyu garanti altındadır.

Ömür Boyu Kenar Çıtlamazlık Garantisi

İstiflenebilir



bonnatr bonna.tr
www.bonna.com.tr

bonna



Seren Aykan / Divan Çukurhan / Otel Müdürü

16. yüzyılın sonları veya 17. yüzyılın başlarında inşa edilmiş tarihi bir Osmanlı kervansarayı olan, Dünya Anıtlar Fonu'nun korunmayı bekleyen 100 anıt yapı listesinde de yer alan Çukurhan, bugün Divan'ın hizmet anlayışıyla yaşayan bir kültür mirası olarak misafirlerini ağırlıyor

Divan Çukurhan, Ankara'nın tarihi merkezinde, Ankara Kalesi'nin ana girişinin karşısında ve Rahmi M. Koç Müzesi'nin hemen yanında konumlanıyor. Yaklaşık 2,5 yıl süren kapsamlı restorasyon çalışmalarının ardından 2010 yılında hizmete açılan otelimiz, 19 oda, 25 yatak kapasitesi ile misafirlerini ağırlıyor. Anadolu Medeniyetleri Müzesi ve Ankara Kalesi başta olmak üzere şehrin önemli kültür ve tarih noktalarına yürüme mesafesindeyiz. Divan Çukurhan'ın en önemli özelliği, konaklama deneyimini tarihi bir yapının hikâyesiyle bir araya getirmesi. Çukurhan, 16. yüzyılın sonları veya 17. yüzyılın başlarında inşa edilmiş tarihi bir Osmanlı kervansarayıdır. Geçmişte hem konaklama hem de ticaret amacıyla kullanılan yapı, Ankara'nın ticari ve sosyal hayatının önemli noktalarından biri olmuştur. Dünya Anıtlar Fonu'nun korunmayı bekleyen 100 anıt yapı listesinde de yer alan Çukurhan, bugün Divan'ın hizmet anlayışıyla yaşayan bir kültür mirası olarak misafirlerini ağırlıyor. Çukurhan'ın restorasyonu Ekim 2007–Mayıs 2010 tarihleri arasında yaklaşık 2,5 yılda gerçekleştirildi. Çalışmalar sırasında yapının özgün karakterinin korunması temel yaklaşım olarak benimsendi ve han aslına sadık kalınarak restore edildi. Tarihi avlunun üzeri camla kapatılarak hem dış etkenlere karşı koruma sağlandı hem de bu önemli mimari alanın günümüzde aktif şekilde kullanılmasına olanak yaratıldı. Böylece yapı, tarihî kimliğini kaybetmeden çağdaş konaklama standartlarıyla yeniden işlevlendirildi.



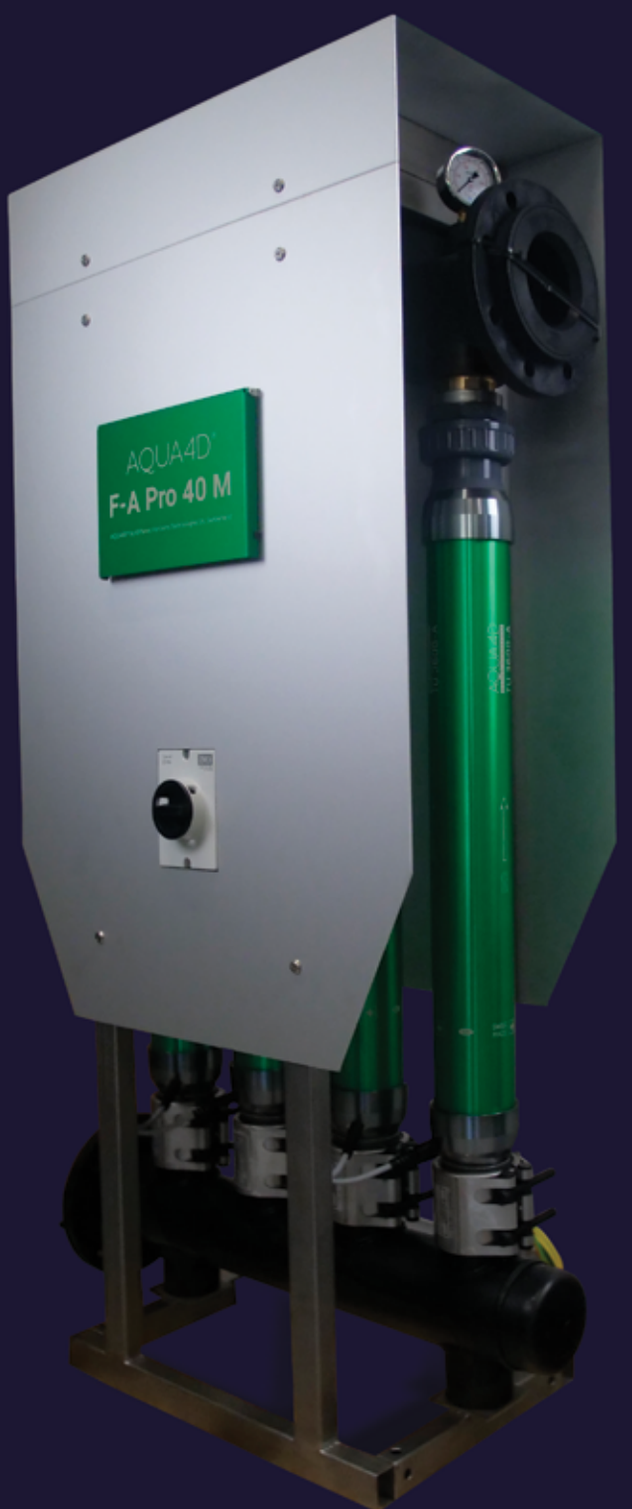
Tarihi bir yapıyı işletmenin en önemli sorumluluğu, günümüz misafir beklentilerini karşılarken yapının özgün karakterini koruyabilmek. Teknik altyapı, bakım, güvenlik ve operasyonel ihtiyaçların tarihî dokuya zarar vermeden yönetilmesi büyük hassasiyet gerektiriyor. Bizim için temel yaklaşım, Çukurhan'ı yalnızca korunması gereken bir bina olarak değil, yaşatılması gereken bir kültür mirası olarak görmek. Bu nedenle yapılacak her uygulamada koruma ve sürdürülebilir kullanım arasındaki dengeyi gözetiyoruz

Tarihi bir yapıda hizmet vermek, misafirlerimize standart bir konaklamanın ötesinde Ankara'nın geçmişini ve kültürel dokusunu deneyimleme fırsatı sunuyor. Özellikle kültür ve tarih odaklı seyahat eden yerli ve yabancı misafirler açısından bu kimliğimizle önemli bir tercih noktası oluşturuyoruz. Ankara Kalesi, Anadolu Medeniyetleri Müzesi ve Rahmi M. Koç Müzesi ile aynı tarihi çevrede bulunmamız da bu deneyimi destekliyor. Tarihi atmosferi modern konfor ve Divan hizmet anlayışıyla bir araya getirerek misafirlerimize özgün bir konaklama deneyimi sunuyoruz. Tarihi bir yapıyı işletmenin en önemli sorumluluğu, günümüz misafir beklentilerini karşılarken yapının özgün karakterini koruyabilmek. Teknik altyapı, bakım, güvenlik ve operasyonel ihtiyaçların tarihî dokuya zarar vermeden yönetilmesi büyük hassasiyet gerektiriyor. Bizim için temel yaklaşım, Çukurhan'ı yalnızca korunması gereken bir bina olarak değil, yaşatılması gereken bir kültür mirası olarak görmek. Bu nedenle yapılacak her uygulamada koruma ve sürdürülebilir kullanım arasındaki dengeyi gözetiyoruz. Türkiye, tarihî yapıların turizme kazandırılması açısından çok büyük bir potansiyele sahip. Bu yapıların özgün kimlikleri korunarak yeniden işlevlendirilmesi hem turizm hem de kültürel mirasın gelecek nesillere aktarılması açısından da son derece değerli. Bu nitelikteki tesislerin uluslararası tanıtım faaliyetlerinde daha görünür hale getirilmesinin kültür rotalarına daha güçlü şekilde dahil edilmesinin ve destinasyon pazarlamasında tarihî konaklama deneyimlerinin daha fazla öne çıkarılması gerektiğine inanıyoruz. Divan Çukurhan olarak Ankara'nın tarihini, kültürünü ve özgün atmosferini Divan misafirperverliğiyle bir araya getirerek bu mirasın yaşamasına katkı sunmayı hedefliyoruz.



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®



Can Özmeriç / Canopy by Hilton İstanbul Taksim / Genel Müdür

Canopy markasının “mahalleyle bütünleşen lifestyle otel” yaklaşımını İstanbul’un kendine özgü karakteriyle buluşturuyoruz, otelimizin içindeki çok önemli tarihi yapıyı, tarihî unsurları ve sanat eserlerini günümüzün yaşamına adapte ediyoruz

Hilton’un lifestyle segmentini yansıtan Canopy markasının Türkiye’deki ilk oteli olarak misafirlerimizi 31 Aralık 2025’te ağırlamaya başladık. Beyoğlu’nun Tarlabaşı bölgesinde Taksim 360 projesinin yenilenen sokaklarında konumlanan otelimiz, misafirlerimize sadece bir konaklama değil, semt ile bağ kurabilecekleri çağdaş bir yaşam deneyimi sunuyor. 6 kata yayılan otelimizde 15’i süit olmak üzere toplam 110 oda bulunuyor. Ayrıca avluya açılan restoran ve bar konseptlerimiz, özel toplantı odalarımız, 24 saat açık fitness merkezimiz ile butik bir wellness merkezimiz de var. Bizim için burayı özel kılan en önemli unsurlardan biri, yalnızca merkezi bir şehir oteli olmakla kalmayıp Beyoğlu’nun enerjisini, tarihini, sanatını ve gündelik yaşamını konaklama deneyiminin bir parçası haline getirmesi. Canopy markasının “mahalleyle bütünleşen lifestyle otel” yaklaşımını İstanbul’un kendine özgü karakteriyle buluşturuyoruz. Canopy’nin temel yaklaşımı, bulunduğu destinasyonun ruhunu otelin içine taşımak. Biz de İstanbul’un herhangi bir noktasında değil, Beyoğlu gibi kültürel katmanları son derece güçlü bir bölgede olduğumuzun bilinciyle hareket ettik. Otelimizin içinde çok önemli bir tarihi yapı ve tarihî unsurlar bulunuyor. Özellikle Karas Wine Bar & Bites’ın bulunduğu 1830 tarihli yapı, geçmişte Mıhitaryan Ermeni Okulu olarak kullanılmış. Bu yapının altında yer alan, geçmişte sarnıç olarak kullanılan alan büyük bir titizlikle restore edildi ve bugün mahzen olarak yeniden işlevlendirildi. Böylece tarihi bir mekânı yalnızca korumakla kalmıyor, onu günümüzün sosyal yaşamının bir parçası haline getiriyoruz. Sanat da bizim konseptimizin ayrılmaz bir parçası. Otelin ortak alanlarında farklı disiplinlerden sanatçıların eserlerinden oluşan özel bir seçki bulunuyor. Bu çalışmalar ALAN Project sanat ekibiyle birlikte, İstanbul’un çok kültürlü ve katmanlı yapısına referans verecek şekilde kurgulandı. Aynı zamanda düzenli olarak geçici sanat sergilerine ev sahipliği yapıyoruz. Odalarımızda da Beyoğlu’nun sokak kültüründen ve görsel hafızasından ilham alan özgün çalışmalar bulunuyor. Böylece sanat, otelde yalnızca belirli bir galeride karşılaşılan bir unsur olmaktan çıkıp konaklama deneyiminin tamamına yayılan bir hikâyeye dönüşüyor. Burada bizim için temel prensip, geçmiş ile bugünü birbirinin alternatifi olarak görmemek. Tarihî unsurları korurken onları günümüzün yaşamına adapte etmek istiyoruz. Özellikle Karas’ın bulunduğu tarihî yapı ve sarnıç alanı bu yaklaşımın en somut örneklerinden biri. Tarihî dokunun karakterini koruyarak, günümüzde işlevsel ve yaşayan bir sosyal alana dönüştürdük. Ana otel yapısında ise tarihî Beyoğlu dokusunu doğrudan kopyalamak yerine, onun ruhundan ilham alan çağdaş bir tasarım dili tercih edildi. Art Deco referansları, terrazzo yüzeyler, özel tasarım mobilyalar, yerel kumaşlar ve sanat eserleri bir araya getirilerek İstanbul’a ait çağdaş bir estetik oluşturuldu. Sanat eserleri konusunda da eserlerin mimariyle uyumlu şekilde konumlandırılması, doğru aydınlatılması ve fiziksel koşullarının korunması bizim için önemli. Çünkü bir eseri otelde sergilemek kadar, onu uzun vadede doğru koşullarda yaşatmak da işletmenin sorumluluğunda.

Ben kamu ve özel sektörün birlikte hareket etmesinin önemli olduğunu, özellikle Türkiye’nin yalnızca deniz, kum, güneş destinasyonu olarak değil; kültür, sanat, gastronomi, mimari ve yaratıcı endüstriler açısından da güçlü bir destinasyon olduğunun uluslararası iletişim çalışmalarında daha fazla vurgulanmasının değerli olacağını düşünüyorum. Bunun yanında tarihî yapıların turizme kazandırılması süreçlerinde restorasyon ve koruma standartlarının güçlendirilmesi, bu alanda uzmanlaşmış insan kaynağının desteklenmesi önemli başlıklar

Ben konsepti yalnızca “müze konsepti” olarak tanımlamaktan ziyade, yerel kültür, tarih, sanat ve modern şehir yaşamının bir araya geldiği lifestyle bir otel deneyimi olarak görüyorum. Günümüzde seyahat eden misafir yalnızca iyi bir oda aramıyor. Gittiği şehri hissetmek, o destinasyonun hikâyesini anlamak ve mümkünse yerel yaşamın bir parçası olmak istiyor. Canopy’nin yaklaşımı da tam olarak bu noktada değer yaratıyor. Bizim misafir profilimiz oldukça farklı segmentleri kapsıyor. Kültür ve sanatla ilgilenen gezginlerin yanı sıra, İstanbul’u deneyimlemek isteyen uluslararası ziyaretçiler, iş amaçlı seyahat edenler, gastronomi meraklıları ve Beyoğlu’nda yaşayan veya çalışan yerel misafirlerimiz de var. Konumumuz bu açıdan büyük avantaj sağlıyor. Taksim Meydanı ve İstiklal Caddesi’nin yanı sıra Galata, Cihangir, Karaköy ve İstanbul’un önemli kültür-sanat noktalarına erişimimiz çok kolay. Ayrıca Canopy’nin Türkiye’deki ilk oteli olmamız, uluslararası marka açısından da önemli bir başlangıç noktası. Hilton’un Canopy markasının Türkiye’ye girişinin İstanbul’da ve özellikle Beyoğlu’nda gerçekleşmesi, bizim için hem büyük bir sorumluluk hem de güçlü bir tanıtım fırsatı. Bu tür bir konseptin en önemli zorluğu, tarihî ve kültürel unsurları yalnızca dekoratif bir malzeme olarak kullanmamak. Bir hikâyeyi doğru aktarmak, onun bağlamına saygı göstermek ve aynı zamanda modern misafirin beklentilerini karşılamak gerekiyor. İkinci önemli konu ise sürdürülebilirlik ve koruma dengesini kurabilmek. Tarihî bir unsurun korunması, onun kullanılmaması anlamına gelmemeli; ancak kullanırken de özgün karakterine zarar vermemek gerekiyor. Bu nedenle mimar, tasarımcı, sanat danışmanı, operasyon ekibi ve yatırımcı arasında çok yakın bir iş birliği gerekiyor. Bizim açımızdan çözüm, tasarım aşamasından işletme aşamasına kadar bu unsurları ortak bir kültürün parçası olarak görmek. Sektör açısından baktığımızda ise tarihî yapıların turizm tesislerine kazandırılması konusunda uzmanlaşmış restorasyon, konservasyon ve sanat danışmanlığı ekiplerinin daha da güçlenmesi gerektiğine inanıyorum. Aynı zamanda otel çalışanlarının da bu kültürel miras konusunda eğitilmesi önemli. Çünkü misafire hikâyeyi aktaracak kişi çoğu zaman mimar veya sanat tarihçisi değil, otelin çalışanı oluyor. Türkiye, tarihî ve kültürel miras açısından dünyada çok özel bir konuma sahip. Dolayısıyla bizim gibi kültür, sanat ve yerel kimliği konaklama deneyiminin bir parçası haline getiren tesislerin gelişmesi için çok büyük bir potansiyelimiz var. Ben burada kamu ve özel sektörün birlikte hareket etmesinin önemli olduğunu düşünüyorum. Özellikle Türkiye’nin yalnızca deniz, kum, güneş destinasyonu olarak değil; kültür, sanat, gastronomi, mimari ve yaratıcı endüstriler açısından da güçlü bir destinasyon olduğunun uluslararası iletişim çalışmalarında daha fazla vurgulanması değerli olacaktır. Bunun yanında tarihî yapıların turizme kazandırılması süreçlerinde restorasyon ve koruma standartlarının güçlendirilmesi, bu alanda uzmanlaşmış insan kaynağının desteklenmesi ve kültür turizmine yönelik uluslararası tanıtım çalışmalarının artırılması önemli başlıklar. Biz Canopy Istanbul Taksim olarak İstanbul’un hikâyesini dünyanın farklı yerlerinden gelen misafirlerle buluşturuyoruz. Aslında yaptığımız işin özünde de bu var: İstanbul’un geçmişini korurken, onu bugünün seyahat deneyimiyle buluşturmak ve misafirlerimizin şehirden yalnızca bir otel deneyimiyle değil, İstanbul’a dair gerçek bir hikâyeyle ayrılmasını sağlamak.



Yakup Burak Akay / Inno Concept Business Hotel / İçmimar ve Çevre Tasarımcı

Inno Concept yalnızca insanların konakladığı bir otel değil; tasarımın üretildiği, sanatın sergilendiği, öğrencilerin öğrendiği, sanatçıların eserlerini paylaşabildiği ve misafirlerin bu sürecin parçası olabildiği yaşayan bir mekân olarak kurgulandı

Inno Concept Business Hotel, Antalya'da şehir otelciliğine farklı bir bakış açısı kazandırmak amacıyla hayata geçirildi. 2024 yılında hizmete başlayan tesisimiz, Antalya Aspendos Bulvarı'nda konumlanıyor. Klasik bir şehir otelinin yalnızca konaklama ihtiyacına cevap veren yapısından farklı olarak; tasarım, sanat, gastronomi, sosyal yaşam, eğitim ve sürdürülebilirlik unsurlarını aynı yapı içerisinde buluşturan bir anlayışla kurgulandı. Projenin temel çıkış noktası "şehirden uzak, şehrin içinde" fikriydi. Kent yaşamına ve iş dünyasına yakın konumumuzu korurken, misafirlerimize şehir temposundan uzaklaşabilecekleri yeşil, sosyal ve tasarımsal açıdan farklı alanlar sunmayı hedefledik. Inno Concept'i yalnızca "konsept otel" olarak tanımlamak bizim için yeterli değil. Temel yaklaşımımız, sanatın ve tasarımın otelin yaşam biçiminin bir parçası haline gelmesi. Tesisimiz tarihi bir yapı değil; mevcut bir yapının yeniden kurgulanmasıyla ortaya çıkan bir proje. Bu nedenle mevcut yapının fiziksel ve teknik sınırlamalarını tasarımın bir parçası olarak ele aldık. Otelin kuruluşunda bir dekor ve sahne tasarımcısı, bir içmimar ve sanatçının bir araya gelmesi projenin karakterini belirledi. İçmimari tasarım içmimar Yakup Burak Akay tarafından gerçekleştirilirken, yapının inşası Fatih Serhat Akay tarafından gerçekleştirildi. Standart, birbirinin tekrarı olan odalar yerine her odanın kendi dilini ve karakterini oluşturmasını hedefledik. Bu anlayış sonucunda birbirini tekrar odalar olacak şekilde otelde 17 farklı tipte tasarım oda ortaya çıktı. Sanat ise yalnızca duvarlara eser asılması olarak ele alınmadı. Otel bünyesinde bulunan Inno Concept Art Gallery'de Kültür ve Turizm Bakanlığı ödüllü sanatçı Akile Akay'ın eserleri kalıcı olarak sergileniyor. Bunun yanında farklı yerel sanatçıların eserleri de genel alanlarda ve bazı odalarda ziyaretçilerle buluşuyor. İçmimar Yakup Burak Akay'ın ileri dönüşüm sanatçısı kimliği de bu yaklaşımı destekliyor. Sıfır Atık Vakfı tarafından düzenlenen yarışmada ahşap atıklar kategorisinde ödül alan çalışmalarının yanı sıra metal, ahşap, sünger, kumaş ve gazbeton gibi malzemelerin yeniden değerlendirilmesiyle üretilen çalışmalar da otelin farklı noktalarında sergileniyor. Dolayısıyla bizim için sanat yalnızca "eser sergilemek" değil; mekânın kendisini bir sanat ve tasarım deneyimine dönüştürmek. Tesisimiz tarihi bir yapı olmadığı için klasik anlamda bir restorasyon çalışması gerçekleştirmedik. Bunun yerine mevcut yapıyı yeni bir otel ve sanat kompleksi olarak yeniden kurguladık. Mevcut yapıyla çalışmanın getirdiği fiziksel ve teknik kısıtları dezavantaj olarak görmek yerine tasarımın bir parçası haline getirdik. Odaların birbirinin tekrarı olmaması ve her birinin kendi karakterini oluşturması da bu yaklaşımın sonuçlarından biri oldu. Sanat eserlerinin sergilenmesinde ise eser ile mekân arasındaki ilişkiye önem veriyoruz. Eserlerin yalnızca boş duvarları dolduran dekoratif unsurlar olmasını istemiyoruz. Galeride, genel alanlarda ve bazı odalarda eserlerin mekânın karakteriyle bütünleşmesine dikkat ediyoruz. Kalıcı eserlerle süreli sergileri birbirinden ayırıyor, sanatçıların üretimlerini farklı alanlarda görünür kılmaya çalışıyoruz. Ayrıca otel bünyesinde bulunan iki sanat atölyesinde Türk süsleme sanatları, seramik, heykel, resim ve çağdaş sanatlar gibi farklı disiplinlerde eğitimler gerçekleştiriliyor. Böylece yalnızca eserlerin korunduğu ve sergilendiği değil, yeni eserlerin de üretilebildiği yaşayan bir sanat ortamı oluşturmayı amaçlıyoruz.

Türkiye'nin farklı şehirlerinde bulunan sanat, tasarım, gastronomi, tarih ve mimarlık odaklı tesislerin ortak bir ağ içerisinde tanıtılması, ülkenin turizm ürününün çeşitlendirilmesine katkıda bulunabilir

Sanat konseptli bir otelin en önemli farkı, misafire yalnızca konaklama değil, bir deneyim sunabilmesi. Günümüzde insanlar sadece nerede konaklayacaklarını değil, kaldıkları mekânın kendilerine ne anlatacağını da önemsiyor. Inno Concept'te bu deneyimi tasarım, sanat, gastronomi, eğitim ve sosyal etkinliklerle birlikte oluşturuyoruz. Geçtiğimiz yıl 15'ten fazla sergiye ev sahipliği yaptık. Kültür Yolu Festivali'ne tezhip sergisiyle katıldık; bu yılki festival kapsamında geri dönüşüm sanatı üzerine bir sergi gerçekleştirmeyi planlıyoruz. Otelimizde eserlerin sergilenmesinin yanı sıra farklı sanat gruplarının çalışmalarının satışına yönelik küçük bir satış noktası da bulunuyor. Böylece sanatçı ile ziyaretçi arasında ekonomik bir bağ kurulmasına katkı sağlamaya çalışıyoruz. Sanatın otelin farklı alanlarına yayılması da önemli. Yeme-içme alanlarında el yapımı kadın emeği makrome, hasır ve seramik ürünlere yer veriyoruz. Misafirlerin kendi sanat eserini üretip bu deneyimi yemekle birleştirebildiği özel bir "eser menümüz" de bulunuyor. Dış mekânda sahne, kapalı alanda sinema odası bulunuyor; karaoke, koro, stand-up, quiz night, ritim atölyeleri ve sunumlar gibi etkinliklere ev sahipliği yapıyoruz. Bu nedenle bizim için sanat oteli olmak yalnızca odada tablo bulunması anlamına gelmiyor. Sanatın üretildiği, sergilendiği, öğretildiği, paylaşıldığı ve deneyimlendiği bir ortam oluşturuyoruz. Bu yapı sanat ve tasarıma ilgi duyanların yanı sıra sergi, etkinlik ve atölyelere katılmak isteyen farklı bir ziyaretçi kitlesi oluşturuyor. En önemli zorluklardan biri, sanat ve tasarımın bir otelin günlük operasyonlarıyla birlikte sürdürülebilmesi. Otel 24 saat yaşayan bir yapı; sanat galerisi ise farklı bir dikkat ve hassasiyet gerektiriyor. Bu iki yapıyı aynı çatı altında buluşturduğunuzda eserlerin sergilenmesinden etkinlik planlamasına, ziyaretçi trafiğinden mekân kullanımına kadar birçok konuyu birlikte düşünmek gerekiyor. Bir diğer sorun ise sanatın yalnızca dekorasyon olarak algılanabilmesi. Oysa sanat konsepti sanatçılara alan açmayı, üretimi desteklemeyi, sergiler düzenlemeyi, eğitim vermeyi ve öğrencilerin çalışmalarını görünür kılmayı da kapsamalı. Bu ilişkinin sürdürülebilir olması için sanatla kurulan bağın dönemsel bir proje değil, uzun vadeli bir kültür politikası olarak ele alınması gerektiğini düşünüyoruz. Kamu kurumları, yerel yönetimler, üniversiteler, sanat kurumları ve turizm işletmeleri arasında daha güçlü iş birlikleri kurulması da bu alandaki gelişimi destekleyebilir. Türkiye'nin kültür, sanat ve tasarım açısından güçlü bir potansiyele sahip olduğunu düşünüyoruz. Ancak bu potansiyelin turizm ürünü olarak değerlendirilmesi konusunda gelişim alanı bulunuyor. Özellikle sanat, tasarım, gastronomi, tarih veya mimarlık gibi belirgin bir kimliğe sahip özel konseptli tesislerin klasik konaklama işletmelerinden farklı bir turizm ürünü olarak ele alınabileceğine inanıyoruz. Bir otel düzenli olarak sergiler gerçekleştiriyor, sanatçıları destekliyor, atölye çalışmaları yapıyor, öğrencilerle projeler yürütüyor ve bulunduğu şehrin kültür-sanat hayatına katkı sağlıyorsa, bunu yalnızca bir konaklama tesisi olarak değerlendirmek eksik kalabilir. Bu nedenle kültür, sanat ve turizmi bir araya getiren özel tanıtım ve teşvik modelleri geliştirilebilir. Yurt dışı tanıtımlarında özel konseptli tesislere daha fazla yer verilmesi, uluslararası turizm fuarlarında bu tesisler için özel tanıtım alanları oluşturulması ve kültür-sanat etkinlikleriyle konaklama tesislerinin birlikte pazarlanması katkı sağlayabilir. Ayrıca Türkiye'nin farklı şehirlerinde bulunan sanat, tasarım, gastronomi, tarih ve mimarlık odaklı tesislerin ortak bir ağ içerisinde tanıtılması, ülkenin turizm ürününün çeşitlendirilmesine katkıda bulunabilir. Bizim açımızdan asıl hedef, sanatın otelin dekorasyonu değil, otelin karakteri haline gelmesi. Inno Concept de bu anlayışın Antalya'daki örneklerinden biri olarak ortaya çıktı. Bir içmimarın temalı ve hikâyesi olan mekânlar üzerine yıllara dayanan çalışmaları, bir sanatçının üretimleri, bir dekor ve sahne tasarımcısının deneyimi ve otel içmimarlığı uygulamalarının aynı yapıda buluşması, projenin temel karakterini oluşturuyor. Sonuçta Inno Concept yalnızca insanların konakladığı bir otel değil; tasarımın üretildiği, sanatın sergilendiği, öğrencilerin öğrendiği, sanatçıların eserlerini paylaşabildiği ve misafirlerin bu sürecin parçası olabildiği yaşayan bir mekân olarak kurgulandı.



Tunç Gezmez / Wyndham Tarsus St. Paul / Genel Müdür

Yaklaşık 200 yıllık geçmişe sahip 17 tarihi konağın özgün dokusu korunarak yeniden hayat bulduğu özel bir yapı olan tesisimiz, St. Paul Kuyusu başta olmak üzere kültürel ve inanç turizmi noktalarına yakın lokasyonuyla, misafirlerinin tarihin içerisinde konaklamalarını sağlıyor

Wyndham Tarsus St. Paul Hotel, yaklaşık 200 yıllık geçmişe sahip 17 tarihi konağın özgün dokusu korunarak 2025 Mayıs ayı içinde yeniden hayat bulduğu özel bir yapı. Tarsus'un tarihi merkezinde, St. Paul Kuyusu başta olmak üzere kentin önemli kültürel ve inanç turizmi noktalarına yürüme mesafesinde yer alıyoruz. 72 oda ve 152 yatak kapasitesi ile misafirlerimize uluslararası marka standartlarını, Tarsus'un tarihi atmosferi ve geleneksel mimarisiyle bir arada sunuyoruz. Bizi farklılaştıran en önemli unsur, misafirlerimizin yalnızca tarihi bir destinasyonda değil, tarihin içerisinde konaklamaları. Yaklaşık 200 yıllık 17 konağın oluşturduğu yapı; avluları, taş duvarları ve geleneksel mimari detaylarıyla Tarsus'un geçmişinden izler taşıyor. Amacımız bu mirası bir dekor unsuru olarak kullanmak değil; koruyarak yaşatmak ve modern konaklama deneyimiyle buluşturmak. Böylece misafir daha otele adım attığı anda Tarsus'un hikâyesiyle temas ediyor. Biz Wyndham Tarsus St. Paul Hotel'i bir deneyim merkezi olarak görüyoruz. Tesisimizin yaklaşımında temel öncelik, yapının tarihi karakterini kaybetmeden günümüz konaklama standartlarına uyarlamak oldu. Taş dokular, avlular ve geleneksel mimari unsurlar mümkün olduğunca korunarak çağdaş kullanım alanlarıyla bütünleştirildi. Tarihi bir yapıda faaliyet göstermenin önemli bir sorumluluk olduğuna inanıyoruz. Bu nedenle günlük işletme süreçlerimizde de yapının korunmasına hassasiyet gösteriyor; geçmişin izleriyle modern otelciliğin birbirini tamamlamasını hedefliyoruz.



Türkiye bu alanda çok büyük bir mirasa sahip. Ancak tarihi tesislerin tek başına değil; onların bulundukları destinasyonlarla birlikte uluslararası pazarda anlatılması gerektiğini düşünüyorum. Tarsus bunun çok güçlü örneklerinden biri. Binlerce yıllık tarihi, St. Paul mirası ve farklı medeniyetlerin izleriyle dünya turizminde daha güçlü bir konuma ulaşabilecek potansiyele sahip. Kamu, yerel yönetimler ve özel sektörün ortak destinasyon tanıtımlarının artırılması; özellikle kültür ve inanç turizmine yönelik uluslararası çalışmaların güçlendirilmesi önemli katkı sağlayacaktır

Tarsus, özellikle kültür ve inanç turizmi açısından çok güçlü bir potansiyele sahip. St. Paul Kuyusu'na olan yakınlığımız sayesinde ABD, Güney Kore, İspanya ve Rusya başta olmak üzere farklı ülkelerden kültür ve inanç odaklı seyahat eden misafirleri ağırlıyoruz. Tarihi yapımız bu deneyimi daha anlamlı hale getiriyor. Bunun yanında iş dünyasına yönelik konaklamalarımız da önemli bir paya sahip. Dolayısıyla kültür, inanç ve iş seyahatlerini aynı çatı altında buluşturan farklı bir misafir profiline sahibiz. Tarihi bir yapıyı işletmenin en önemli konusu, koruma ile modern otelcilik ihtiyaçları arasındaki dengeyi doğru kurabilmek. Misafirler günümüzün konforunu beklerken, bizim de yaklaşık 200 yıllık bir yapının karakterini ve özgünlüğünü koruma sorumluluğumuz bulunuyor. Teknik uygulamalardan bakım süreçlerine kadar birçok konuda standart bir otelden daha hassas hareket etmek gerekiyor. Doğru uzmanlık, düzenli bakım ve koruma bilinciyle tarihi yapıların sürdürülebilir turizmin çok değerli bir parçası olabileceğine inanıyoruz. Türkiye bu alanda çok büyük bir mirasa sahip. Ancak tarihi tesisler tek başına değil; onların bulundukları destinasyonlarla birlikte uluslararası pazarda anlatılması gerektiğini düşünüyorum. Tarsus bunun çok güçlü örneklerinden biri. Binlerce yıllık tarihi, St. Paul mirası ve farklı medeniyetlerin izleriyle dünya turizminde daha güçlü bir konuma ulaşabilecek potansiyele sahip. Kamu, yerel yönetimler ve özel sektörün ortak destinasyon tanıtımlarının artırılması; özellikle kültür ve inanç turizmine yönelik uluslararası çalışmaların güçlendirilmesi önemli katkı sağlayacaktır.



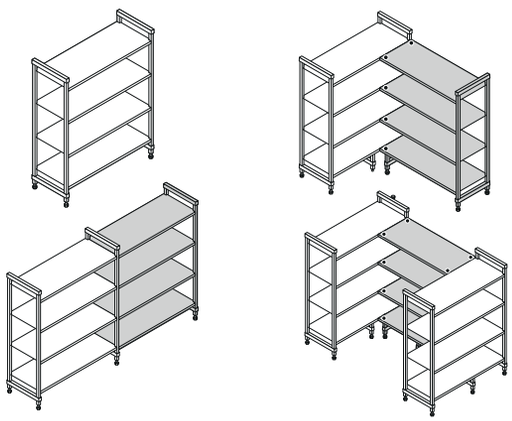
Camshelving Basics Plus Raf Sistemleri

Her Bütçeye Uygun Güvenli ve Verimli Alan Kullanımı

CAMSHELVING BASICS PLUS serisi







camguard ANTIMICROBIAL SHELF PLATES StoreSafe STORE FRESH NSF COMPONENT HACCP

- **Paslanmaz:** Pas ve korozyona karşı ömür boyu garanti
- **Hijyenik:** Çıkarılabilir raf plakaları sayesinde bulaşıkmakinesinde kolayca yıkanarak temizleme
- **Ayarlanabilirlik:** Alanlara göre uyarlanabilirlik sayesinde en uygun şekilde kullanım
- **Sağlamlık:** Her rafın 200 kg'a kadar taşıma kapasitesi
- **Dayanıklılık:** -38 °C'den 88 °C'ye kadar soğuk, sıcak, ıslak ve kuru saklama koşullarına karşı dayanma

www.cambro.com/camshelving ziyaret ediniz.

Detaylı bilgi için Cambro Özay Plastik San. Tic. A.Ş.
Telefon: (90) 262 751 29 40 e-posta: cambroturkey@cambro.com
Facebook: www.facebook.com/cambroturkiye
Instagram: www.instagram.com/cambroturkiye

CAMBRO
TRUSTED FOR GENERATIONS™



Emrecan Özcan / Mehmet Ali Ağa Konağı / Operasyon Müdürü

Konağımız, özgün mimarisi, geçmişten bugüne taşıdığı atmosferi, yapının restorasyon sürecini ve geçirdiği dönüşümü anlatan özel sergisi ve müzesiyle misafirlerine bu tarihi yapının içerisinde nitelikli ve özgün bir konaklama deneyimi sunuyor

Mehmet Ali Ağa Konağı, 2005 yılında hizmete açıldı. Datça'nın ilk yerleşim merkezlerinden biri olan Reşadiye'de yer alan tesisimiz, bölgenin tarihi ve kültürel dokusunun önemli parçalarından biri. Toplam 18 odamız bulunuyor. Bunların 13'ü standart taş oda, 4'ü tarihi konak odası ve 1'i tarihi konak suite odası olarak hizmet veriyor. Konağın özgün mimarisini ve geçmişten bugüne taşıdığı atmosferi korurken, misafirlerimize bu tarihi yapının içerisinde nitelikli ve özgün bir konaklama deneyimi sunmayı amaçlıyoruz. Mehmet Ali Ağa Konağı'nı yalnızca konaklama hizmeti sunan bir tesis olarak değil, Datça'nın mimari ve kültürel belleğinin yaşayan bir parçası olarak görüyoruz. Konağımızda, yapının restorasyon sürecini ve geçirdiği dönüşümü anlatan özel bir sergi bulunuyor. Böylelikle misafirlerimiz bugün konakladıkları yapının geçmişini, hangi aşamalardan geçerek yeniden hayata kazandırıldığını ve özgün mimarisinin nasıl korunduğunu görebiliyor. Bunun yanında, Datça'nın kültür ve sanat hayatında önemli bir yere sahip olan Necdet Kırımsoy'un anısını yaşatmak amacıyla eserlerini ve atölyesini sergilediğimiz Necdet Kırımsoy Müzesi de tesisimizin önemli bir parçasını oluşturuyor. Konaklama, tarih ve sanatın aynı mekânda bir araya gelmesi, Mehmet Ali Ağa Konağı'nın karakterini belirleyen temel unsurlardan biri. Restorasyon yaklaşımımızın temelinde yapıyı değiştirmekten ziyade onun özgün kimliğini koruyarak yeniden yaşatmak bulunuyor. Tarihi bir yapıyı günümüzün konaklama ihtiyaçlarına uyarlarken mimari karakterine, kullanılan malzemelere ve mekânların geçmişten gelen ruhuna mümkün olduğunca sadık kalmaya önem veriyoruz. Bu yaklaşım işletme sürecinde de devam ediyor. Tarihi yapıların ve sergilenen eserlerin korunması yalnızca bir restorasyon çalışması değil, sürekli devam eden bir sorumluluk. Bakım ve onarım süreçlerinde yapının özgün dokusuna zarar vermeyecek uygulamaları tercih ediyor; tarihi ve sanatsal değer taşıyan alanların gelecek kuşaklara aktarılmasını işletme anlayışımızın bir parçası olarak görüyoruz.

Kültür ve turizm tanıtımlarında yalnızca destinasyonların değil, o destinasyonların hikâyesini yaşatan özgün yapıların da ön plana çıkarılması gerektiğine inanıyoruz. Aynı zamanda restorasyon, koruma, bakım ve kültür-sanat faaliyetleri konusunda bu nitelikteki işletmelere yönelik destek ve teşviklerin geliştirilmesi, Türkiye'nin sahip olduğu kültürel mirasın sürdürülebilir şekilde korunmasına katkı sağlayacaktır

Günümüzde seyahat eden insanların önemli bir bölümü yalnızca konaklayacakları bir oda değil, gittikleri bölgeyle bağ kurabilecekleri özgün deneyimler arıyor. Mehmet Ali Ağa Konağı'nın en önemli avantajlarından biri de misafirlerine Datça'nın geçmişini ve kültürel kimliğini doğrudan deneyimleyebilecekleri bir ortam sunması. Özellikle tarih, mimari, kültür ve sanatla ilgilenen; standartlaşmış konaklama anlayışının dışında yerel ve özgün deneyimler arayan yerli ve yabancı misafirlerden ilgi görüyoruz. Tarihi bir yapının içerisinde konaklamak ve aynı zamanda o yapının hikâyesini keşfetmek, tesisimizi klasik



otel deneyiminden ayrıştırıyor. Bunun ulusal ve uluslararası pazarlarda da önemli bir değer yarattığını düşünüyoruz. Tarihi bir yapıyı otel olarak işletmenin en önemli zorluğu, günümüz misafir beklentileri ile yapının korunması gereken özgün karakteri arasında doğru dengeyi kurabilmek. Modern bir otelde kolaylıkla gerçekleştirilebilecek teknik veya fiziksel müdahaleler, tarihi yapılarda çok daha hassas bir planlama gerektiriyor. Biz bu durumu yalnızca bir zorluk olarak değil, yapıya karşı taşıdığımız sorumluluğun doğal bir sonucu olarak değerlendiriyoruz. Çözümün; uzmanlık gerektiren bakım ve restorasyon süreçleri, doğru malzeme kullanımı, düzenli koruyucu bakım ve tarihi yapıların ihtiyaçlarını anlayan ekiplerle çalışmaktan geçtiğine inanıyoruz. Türkiye, tarihi yapılar ve kültürel miras açısından son derece zengin bir ülke. Bu yapıların korunarak turizme kazandırılmasının yalnızca konaklama sektörü açısından değil, kültürel mirasın sürdürülebilirliği açısından da önemli olduğunu düşünüyoruz. Tarihi ve kültürel değere sahip konaklama tesislerinin uluslararası tanıtım faaliyetlerinde ayrı bir kategori olarak daha görünür hale getirilmesi önemli bir fırsat yaratabilir. Kültür ve turizm tanıtımlarında yalnızca destinasyonların değil, o destinasyonların hikâyesini yaşatan özgün yapıların da ön plana çıkarılması gerektiğine inanıyoruz. Aynı zamanda restorasyon, koruma, bakım ve kültür-sanat faaliyetleri konusunda bu nitelikteki işletmelere yönelik destek ve teşviklerin geliştirilmesi, Türkiye'nin sahip olduğu kültürel mirasın sürdürülebilir şekilde korunmasına katkı sağlayacaktır. Bizim için temel hedef, Mehmet Ali Ağa Konağı gibi yapıların yalnızca bugünün misafirlerini ağırlaması değil, kendi hikâyeleri ve özgün kimlikleriyle geleceğe aktarılmasıdır.



Misafirleriniz Konforu Hissetsin
Siz Verimliliği



CLIVET
Soğutma Grupları & Isı Pompaları



CLIVET
Santrifuj Soğutma Grupları



DUNHAM-BUSH
Soğutma Grupları



redge | LENNOX
Paket Klimalar



FORM
Klima Santralleri



FORM
Fancoil & Isı Geri Kazanım Üniteleri



FORM FREVA cooling
Açık & Kapalı Tip
Soğutma Kuleleri

FORM
1965'ten beri

www.formmerkeziklima.com



Güleren Özdemir / Otel Yorgo Seferis / Otel Müdürü

Anıtlar Kurulunda kayıtlı, tescilli, 200 yılı aşkın bir yapı ve dünyaca tanınan şair Yorgo Seferis'in evi olan tesisimiz, Yorgo Seferis hayranlarından ve dünya genelinde edebiyatçılardan büyük ilgi görmektedir

Otelimiz, 1997 yılında hizmete girmiştir, Urla ilçesi İskele mahallesinde bulunmaktadır, toplam 13 oda, 13 çift kişilik yatak 4 adet ek yataktan oluşmaktadır. Otelimizi oluşturan yapı Anıtlar Kurulunda kayıtlı tescilli bir yapıdır. Yapı adını taşıdığı şahsın çocukluk yıllarını geçirdiği, 1963 yılı Nobel Edebiyat ödül sahibi Yorgo Seferis'in evidir. Tam tarihini bilmemekle beraber 200 yılı aşkın bir yapı olduğunu biliyoruz. Otelimizdeki eşyaların hemen hemen tamamı antika niteliğinde olup, otelin kurucusu Muzaffer Sümer tarafından civardaki Rum köyleri gezilerek, köylülerdeki atıl, kullanılmayan eşyaların satın alınıp tamiratının yapılması suretiyle otel misafirlerinin kullanımına sunulmuştur. Yapının korunmasıyla ilgili herhangi bir çalışma yapılmamıştır. 1997 senesinde açıldığındaki orjinalitesi korunmaktadır.



Müze / tarih /sanat konseptli bir tesis olarak birçok konuda zorluk yaşıyoruz, zorluklarımıza yardımcı olacak bir kurum (özellikle belediyelerden) bulunmamaktadır. Tesisimizin hak ettiği değeri gördüğünü düşünmüyorum, bu durumda Urla Belediyesinden, İzmir Büyükşehir Belediyesinden ve Kültür Turizm Bakanlığından prosedürleri kolaylaştıracak şekilde beklentilerimiz vardır

Yapı, Yorgo Seferis hayranlarıyla ilgi görmektedir, Yorgo Seferis dünyaca tanınan bir şairdir, dünyadaki özellikle İrlanda, İngiltere, İskoçya ve Avrupada'ki edebiyatçılar tarafından evi ziyaret edilmekte ve konaklama yapılmaktadır. Yunanistan'dan gelen hemen hemen her kafile evini ziyaret etmekte ve fotoğraflar çekmektedir. Pazarda tarihi eser ve edebiyat hayranları tarafından takip edilmekteyiz. Müze / tarih /sanat konseptli bir tesis olarak birçok konuda zorluk yaşıyoruz, zorluklarımıza yardımcı olacak bir kurum (özellikle belediyelerden) bulunmamaktadır. Tesisimizin hak ettiği değeri gördüğünü düşünmüyorum, bu durumda Urla Belediyesinden, İzmir Büyükşehir Belediyesinden ve Kültür Turizm Bakanlığından prosedürleri kolaylaştıracak şekilde beklentilerimiz vardır.



Burak Atilla / Antik Hotel İstanbul / Genel Müdür

Geç Roma Erken Bizans dönemine ait 1500 yıllık bir sarnıç kalıntıları, otelimizin -3'üncü katında Antik Cisterna adıyla ziyarete açıktır; her yıl tesisimizde konaklayan veya farklı otellerden Antik Cisterna'yı görmek için gelen onlarca turist tarafından ziyaret edilmektedir

Otelimiz 1994 yılında resmi 4 yıldızlı otel olarak, Tarihi Yarımada- Beyazıt'ta hizmete girmiştir. 91 oda ve 176 yatak kapasitesi ile 32 senedir hizmet vermektedir. 1984 yılında otel inşaatına başlandığında temel kazısı sırasında Geç Roma Erken Bizans dönemine ait 1500 yıllık bir sarnıç kalıntılarına rastlanmış, inşaat 10 sene durdurularak Kültür Bakanlığı, tarihçiler ve arkeologlarla ortak bir çalışma yürütülerek bu özel yapı ortaya çıkartılmıştır. Otelin -3'üncü katında Antik Cisterna adıyla ziyarete açıktır. Tüm tarihi doku korunmuş bazı taşınabilir eserler Arkeoloji müzesine gönderilmiş bazıları ise Antik Cisterna'nın içinde ziyaretçilere sergilenmektedir. Tüm taşınabilir eserler özel camlı sehpalar içinde bulunur. Taşınmaz sarnıç tüm korunma şartlarına uygun olarak her yıl denetimden geçer, yapılan özel organizasyonlarda müzik desibeline sağdık kalınır, ışıklandırması esere zarar vermeyecek şekilde yapılmaktadır. Ziyarete gelenlere otelimizden bir görevli mutlaka eşlik eder.

Tarihi eserlere sahip çıkan kurumlara herhangi bir teşvik verilmiyor, yeterli bilinçlendirme yok. Bu tarz eserleri korumak adına özendirici hiçbir adım atılmıyor. Dolayısıyla bizler her zaman olduğu gibi yalnız bırakılıyoruz ve kendi çabamızla bu değerleri yaşatmaya çalışıyoruz ve yaşatmaya da devam edeceğiz

Bu özel alan her yıl Antik Hotel İstanbul'da konaklayan veya farklı otellerden Antik Cisterna'yı görmek için gelen onlarca turist tarafından ziyaret edilmektedir. Ayrıca İstanbul'un tarihine yolculuk yaptıran acentaların özel grupları turlarının bir durağı olarak Antik Cisterna'yı da gezmektedirler. Birçok ziyaretçi sosyal medya hesaplarından fotoğraf paylaşarak – otelimizin sayfalarından yorum yapıp, fotoğraf ekleyerek, otelimizin yurt içi ve yurt dışında bilinirliğine büyük katkı sağlamaktadırlar. Türkiye'de sanata ve tarihe verilen değer neredeyse yok denebilecek kadar az. Halk çok bilinçsiz. Bu tarz eserleri yaşatmak, korumak yerine yok edip üstlerini örtüp binalar inşaa etmeyi tercih ediyorlar. Bakanlık denetimleri yeterli değil, tarihi eserlere sahip çıkan kurumlara herhangi bir teşvik verilmiyor, yeterli bilinçlendirme yok. Bu tarz eserleri korumak adına özendirici hiçbir adım atılmıyor. Dolayısıyla bizler her zaman olduğu gibi yalnız bırakılıyoruz ve kendi çabamızla bu değerleri yaşatmaya çalışıyoruz ve yaşatmaya da devam edeceğiz. Tarihine bir bütün olarak sahip çıkmayan toplumlar yok olmaya mahkumdur ve bu tarih, televizyon dizileri ile öğrenilmez ve yaşatılmaz.

BOSCH



İklimlendirme dünyasının güçlü iş ortağı Bosch Home Comfort'tan...

Maxi VRF Ticari Klima Dış Ünite

Air Flux 5301A

Bosch mühendisliğinin, teknolojisinin, verimlilik ve konfor sağlayan ürünü **Maxi VRF Ticari Klima Dış Ünitesi Air Flux 5301A** ticari binalar, oteller, ofis binaları, büyük apartman daireleri, villalar gibi farklı konfor ihtiyacı olan binaların tüm soğutma ve ısıtma ihtiyacını yüksek verimle karşılayabilecek esnek çözümler sunuyor.

13 çeşit iç üniteyle uyumlu, 13 farklı kapasite çıkışıyla tüm projeler için esneklik ve **soğutmada olduğu kadar, ısıtmada da** yüksek verimli performans sunan **Air Flux 5301A Dış Ünite**, Bosch tarafından çeşitli kullanım ihtiyaçlarına yönelik geliştirilen kızılötesi ve kablolu oda kumandalarının yanı sıra merkezi çözümleriyle büyük projelerde esneklik yaratmaya imkan tanıyor.

Yüksek kalitede mükemmel iklimlendirme sever Bosch Air Flux 5301A'yı seçer.

Mavilu Luxury Hotel, sanat, tasarım, gastronomi ve doğayı bir araya getiriyor



Bodrum denildiğinde akla çoğunlukla yazın enerjisi, deniz ve hareketli sosyal yaşamı gelse de kentin karakteri, mevsimler değiştikçe farklı yüzleriyle ortaya çıkıyor. Yokuşbaşı'nda, Bodrum Kalesi manzarasına hakim konumuyla Mavilu Luxury Hotel, bu değişen ritmi yılın tamamına yayılan rafine bir yaşam deneyimine dönüştürüyor. Sadece 10 odasıyla kişiselleştirilmiş hizmet anlayışını benimseyen otel; sanat, tasarım, gastronomi, doğa ve sessiz lüksü bir araya getirerek Bodrum'u kalabalıklardan uzakta, daha seçkin bir perspektiften keşfetme imkanı sunuyor. Mavilu'da her mevsim Bodrum'un farklı bir ruhunu görünür kılıyor. İlkbaharda doğanın uyanışı ve gün ışığıyla canlanan yaşam alanları öne çıkarken, yaz ayları havuz, manzara, gün batımı ve gastronomi deneyimleriyle şekilleniyor. Sonbaharda sakinleşen şehir, kültürel keşifler ve tarihi rotalar için kendine özgü bir atmosfer sunuyor. Kışın ise Bodrum'un dinginliği, otelin sıcak ve samimi yaşam alanlarında karşılık buluyor. Bodrum Kalesi ve Antik Tiyatro gibi kentin simge noktalarına yakınlığı sayesinde Mavilu, yalnızca bir konaklama adresi olmanın ötesine geçerek Bodrum'un kültürel ve sosyal dokusunu keşfetmek için ideal bir başlangıç noktası hâline geliyor. Otelin deneyim anlayışında sanat ve tasarım da belirleyici bir rol üstleniyor. Modern mimarinin doğal dokularla bütünleştiği Mavilu'da, sanat eserleriyle şekillenen ortak alanlar, manzaraya açılan teraslar ve özenle seçilmiş detaylar konaklamaya özgün bir karakter kazandırıyor. Mavilu, lüksü gösterişli bir sunumdan ziyade gündelik yaşamın içine yerleşen incelikli dokunuşlarla tanımlıyor. Mavilu Luxury Hotel, Bodrum'un yalnızca yaz aylarında yaşanan bir tatil destinasyonu olmadığını hatırlatan yeni nesil bir konaklama anlayışını temsil ediyor. Denizden tarihe, gastronomiden sanata, doğadan şehir yaşamına uzanan zenginliği dört mevsim deneyimleme fırsatı sunan otel; spor etkinlikleri, özel kutlamalar, davetler ve farklı buluşmalar için sunduğu olanaklarla da Bodrum'un sosyal yaşamına eşlik ediyor. Az odalı yapısı ve kişiye özel hizmet yaklaşımıyla misafirlerini bir otelde konaklamaktan çok, Bodrum'un ritmine dahil olmaya davet ediyor. Burada lüks, mevsimlerden bağımsız bir gösterişten ziyade; doğru manzara, iyi tasarım, nitelikli gastronomi, özenle kurgulanan etkinlikler ve Bodrum'un kendine özgü ruhuyla şekillenen bütünsel bir deneyim olarak yeniden yorumlanıyor.

Grand Ant Hotel ile OYO Grubu 5 yıllık uzun süreli bir işletme anlaşmasına imza attı

İstanbul şehir otelciliğinde uluslararası marka iş birliklerine yeni bir halka daha eklendi. Fatih bölgesinde yer alan Grand Ant Hotel, Hindistan merkezli küresel konaklama ve otel teknolojileri devi OYO Grubu ile 5 yıllık uzun süreli bir işletme anlaşmasına imza attı. Gerçekleştirilen bu stratejik iş birliği kapsamında Grand Ant Hotel, OYO'nun küresel rezervasyon ağı, teknolojik altyapısı ve dinamik fiyatlandırma sistemlerinden faydalanacak. Tarihi Yarımada bölgesinde konumlanan tesis, imzalanan 5 yıllık anlaşmayla birlikte uluslararası turist pazarlarındaki erişim gücünü artırmayı ve operasyonel verimliliğini üst seviyeye çıkarmayı hedefliyor. Küresel konaklama zinciri OYO'nun İstanbul'daki varlığını güçlendiren bu adım, uluslararası grupların Türkiye'deki şehir otelciliği segmentine ve bağımsız tesislerin marka dönüşümüne olan ilgisinin artarak sürdüğünü bir kez daha gözler önüne seriyor. Konuyla ilgili değerlendirmelerde bulunan Grand Ant Hotel Sahibi Tarkan Akyüz, tesisin 1990 yılından bu yana İstanbul turizmine hizmet veren Tarihi Yarımada'nın köklü otellerinden biri olduğunu ve 1999 yılından bu yana işletmesini bizzat yürüttüklerini belirterek yeni bir döneme girdiklerini vurguladı. OYO gibi uluslararası ölçekte teknoloji ve dağıtım gücü yüksek bir grubun oteli 5 yıl süreyle işletmesinin stratejik bir adım olduğunu ifade eden Akyüz, iş birliğinin kurulmasında OYO Grubu'nun Türkiye temsilcisi Lamir Holidays'in



katkısının büyük önem taşıdığını kaydetti. Temel amaçlarının uluslararası pazarlardaki görünürlüğü artırmak, operasyonel verimliliği yükseltmek ve İstanbul turizmine daha güçlü şekilde hizmet vermek olduğunu aktaran Akyüz, Tarihi Yarımada'nın geleceğinde teknoloji, uluslararası pazarlama ve profesyonel işletmeciliğin çok daha kritik rol oynayacağına inandıklarını belirterek yeni dönemin İstanbul turizmi açısından hayırlı olmasını diledi.

Radisson Otel Grubu'nda üst düzey atama



Canan Erçelebi

Turizm ve konaklama sektörünün deneyimli isimlerinden Canan Erçelebi, Radisson Otel Grubu Türkiye Satış Direktörü olarak atandı. Satış, pazarlama ve ticari strateji alanlarında uzun yıllara dayanan deneyime sahip Canan Erçelebi, Radisson Otel Grubu Türkiye Satış Direktörü olarak yeni görevine başladı. Kariyeri boyunca uluslararası otel markalarında satış stratejilerinin geliştirilmesi, gelir yönetimi, marka konumlandırması ve ekip liderliği gibi farklı alanlarda sorumluluk üstlenen Erçelebi; hem merkez ofis yapılanmalarında hem de yeni otel açılış süreçlerinde görev aldı. Dokuz Eylül Üniversitesi Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü mezunu olan Erçelebi, kariyerine Hillside Beach Club'da başladı. Ardından Lush Hotel ile Dedeman Hotels & Resorts bünyesinde satış alanında çeşitli görevler üstlendi. 2012 yılında Accor Hotels'a katılan Erçelebi, Türkiye Global Satış Direktörü olarak grubun Türkiye'deki 44 otelden oluşan portföyüne yönelik satış faaliyetlerini yönetti ve 12 kişilik satış ekibine liderlik etti. Bu dönemde satış stratejilerinin oluşturulması, global marka yaklaşımının yerel pazara uyarlanması ve ticari performansın geliştirilmesine yönelik çalışmalarda sorumluluk aldı. 2022–2024 yılları arasında Hyatt Regency İzmir İstinyePark'ta Satış Direktörü olarak görev yapan Erçelebi, otelin açılış sürecinde satış yapılanmasının oluşturulmasına liderlik etti. Son olarak Wyndham Grand Istanbul Europe'ta Satış ve Pazarlama Direktörü olarak görev alan Erçelebi; satış ve pazarlama planlaması, fiyatlandırma stratejileri, bütçe yönetimi, müşteri ilişkileri ve marka konumlandırması alanlarını yönetti. Canan Erçelebi, yeni görevinde Radisson Otel Grubu'nun Türkiye'deki satış stratejilerine liderlik ederek grubun ticari performansının güçlendirilmesine ve pazardaki büyüme hedeflerine katkı sağlayacak.

Koç Holding iştiraklerinden Marmaris Altınyunus bünyesinde yer alan Mares Otel'in işletmeciliği, TatilBudur'a geçti

Marmaris'in simge tesislerinden Mares Otel'in işletme haklarında Türkiye otelcilik sektörü açısından büyük önem taşıyan bir devir gerçekleşti. Koç Holding iştiraklerinden Marmaris Altınyunus Turistik Tesisler A.Ş. bünyesinde yer alan 5 yıldızlı tesisin işletmeciliği, Alman FTI Group'un Türkiye bacağı olan MP Hotel Management'tan İş Bankası iştiraki TatilBudur'a (TBC Seyahat Acenteliği ve Turizm A.Ş.) geçti. Kurulduğu 1986 yılından itibaren uzun süre Divan markası altında hizmet veren tesis, 2016 yılında Almanya merkezli turizm devi FTI Group iştiraki MP Hotel'e 2035 yılına kadar kiralanmıştı. Ancak FTI Group'un 2024 yılında küresel ölçekte iflas bayrağını çekmesi ve MP Hotel'in konkordato sürecini geride bırakmasına rağmen yeniden yapılanmaya gitmesi sonucunda üçlü bir mutabakat sağlandı. Kamuyu Aydınlatma Platformu'na (KAP) yapılan bildirimle resmileşen anlaşma uyarınca, 10 yıllık işletme ve kira sözleşmesi TatilBudur'a devredildi. Anlaşma şartları kapsamında Marmaris Altınyunus'a KDV hariç 400 bin dolar devir bedeli ödenecek. Ayrıca 1 Ocak 2027 ile 1 Mayıs 2035 tarihleri arasındaki işletme döneminde, yıllık en az KDV hariç 400 bin dolar taban sınırıyla ciroya bağlı ilave kira ödemesi gerçekleştirilecek. Devir sürecinin nihai olarak tamamlanması, Rekabet Kurulu ile Tarım ve Orman Bakanlığı'ndan alınacak resmî izinlere tabi tutuluyor. Açıklamada şu ifadelere yer verildi: MP Hotel'den 21 Milyon 850 Bin Dolar Tahsil Edildi "Özel durum açıklamalarımız ve finansal raporlarımızda daha önce kamuya duyurulduğu üzere, Mares Oteli 1 Mayıs 2035 tarihine kadar MP Hotel'e kiralanmış ve Şirketimizce KDV hariç toplam 21.850.000 USD kira bedeli hâlihazırda tahsil edilmiştir. Taraflarca varılan mutabakat uyarınca, Şirketimize KDV hariç 400.000 USD sözleşme devir bedeli olarak ve 01.01.2027 –



01.05.2035 arasındaki dönem için yıllık KDV hariç 400.000 USD'den az olmamak üzere ilgili faaliyet dönemine ilişkin ciroya bağlı olarak belirlenecek tutar da ilave kira bedeli olarak nakden Şirketimize ödenecektir. İşlemin şirketimizin nakit akışına katkı sağlaması beklenmektedir. Kiracı değişikliği için Rekabet Kurulu ile T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı izinlerinin alınması gerekmekte olup, söz konusu izinlerin 25 Mart 2027'ye kadar alınamaması halinde sözleşmeler hükümsüz hale gelecektir."

Divan Grubu Oteller ve Ziyafet Birimleri Genel Müdür Yardımcısı Uygar Koçaş oldu

Turizm ve otelcilik sektöründe Türkiye ve yurt dışında önemli görevler üstlenen Uygar Koçaş, 1 Eylül 2026 tarihi itibarıyla Divan Oteller ve Ziyafet Birimlerinden Sorumlu Genel Müdür Yardımcılığı görevini üstlendi. Koçaş, yeni görevinde Divan Grubu'nun mevcut otel portföyünün tamamı ile önümüzdeki dönemde hayata geçirilecek yeni otel projelerinin operasyonel yönetiminden sorumlu olacak. Ayrıca Divan Kuruçeşme başta olmak üzere grubun toplantı, davet, organizasyon ve ziyafet operasyonlarına da liderlik edecek. Ankara Üniversitesi İşletme Bölümü'nden 1996 yılında mezun olan Uygar Koçaş, 2014 yılında Koç Üniversitesi Executive MBA programını tamamladı. Kariyerine 1996 yılında turizm ve otelcilik sektöründe başlayan Koçaş; Türkiye ve ABD'de satış, pazarlama, ön büro ve misafir hizmetleri alanlarında farklı yönetim görevleri üstlendi. Kariyeri boyunca The Marmara Hotels ve Marriott International bünyesinde genel müdürlük ve grup otelleri genel müdürlüğü gibi



üst düzey görevlerde bulunan Koçaş, farklı otel ve operasyonların yönetimine liderlik etti. Koçaş, 2023–2026 yılları arasında ise Azerbaycan'da faaliyet gösteren TABIA Group'un CEO'su olarak görev yaptı.

The Grand Tarabya Managed by Accor'da yeni atamalar gerçekleştirildi

2025 yılında Accor yönetimine geçen ve önümüzdeki dönemde Fairmont'a dönüşecek olan The Grand Tarabya Managed by Accor'da yeni atamalar gerçekleştirildi.

The Grand Tarabya Managed by Accor'un Yeni Satış & Pazarlama Direktörü: Oğuz Kayalı



The Grand Tarabya Managed by Accor'un Satış & Pazarlama Direktörü görevine, lüks otelcilik sektöründe 20 yılı aşkın deneyime sahip olan Oğuz Kayalı atandı. Oğuz Kayalı, kariyeri boyunca Hilton Istanbul Bosphorus, Conrad Istanbul Bosphorus ve Hilton ParkSA Istanbul bünyesinde satış alanında çeşitli görevler üstlendi; ardından Hilton Istanbul Bakırköy ve Swissôtel The Bosphorus, Istanbul'da Satış Direktör Yardımcısı olarak görev yaptı. Swissôtel Uludağ'da Satış & Pazarlama Direktörü olarak kariyerine devam eden Kayalı, son olarak Hyatt Regency Istanbul Ataköy'de aynı görevi üstlendi. Bu süreçte satış ve pazarlama stratejileri, ticari performans, marka bilinirliği ve yerel ve uluslararası iş birliklerinin geliştirilmesine liderlik etti. Adnan Menderes Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu mezunu olan Oğuz Kayalı, satış, pazarlama, gelir odaklı strateji geliştirme ve uluslararası pazar yönetimindeki kapsamlı deneyimiyle The Grand Tarabya Managed by Accor ekibine Satış & Pazarlama Direktörü olarak katıldı.

Yeni Executice Chef'i: P. Alexis Atlamazoğlu



2025 yılında Accor yönetimine geçen ve önümüzdeki dönemde Fairmont'a dönüşecek olan The Grand Tarabya Managed by Accor'un Executive Chef görevine, lüks otelcilik sektöründe 25 yılı aşkın deneyime sahip olan P. Alexis Atlamazoglu atandı. P. Alexis Atlamazoglu, kariyerine İstanbul'da Hünkar Restoran'da başladı; ardından Hilton Athens ve Hilton Sydney bünyesinde çeşitli mutfak görevleri üstlendi. Hilton Rhodes ve Hillside Su Hotel'de Executive Chef olarak görev yapan Atlamazoglu, Türkiye, Yunanistan ve Avustralya'da edindiği deneyimle uluslararası mutfak operasyonlarında uzmanlaştı. Conrad Istanbul Bosphorus ve Hilton Istanbul Bomonti'de Executive Chef olarak kariyerine devam eden Atlamazoglu, son olarak Çırağan Palace Kempinski'de aynı görevi üstlendi. Bu süreçte menü geliştirme, mutfak ekiplerinin yönetimi, gıda güvenliği ve geniş ölçekli banket operasyonlarına liderlik etti. Atina'daki Le Monde School of Culinary Arts'ta aşçılık eğitimi alan ve İtalya'da IRVEA'dan profesyonel zeytinyağı sommelier diploması edinen P. Alexis Atlamazoglu, Osmanlı ve Türk mutfağına uzanan birikimi ve uluslararası otelcilik deneyimiyle The Grand Tarabya Managed by Accor ekibine Executive Chef olarak katıldı.

Maxx Royal Bodrum, Vırtuoso'nun küresel lüks seyahat ağına katıldı



Maxx Royal Bodrum, 100'den fazla ülkede 2.800'ü aşkın seçkin seyahat markasını bir araya getiren Virtuoso'nun lüks seyahat iş ortakları arasına katıldı. Maxx Royal Bodrum'un Virtuoso ağına dahil olması, tesisi 20.000'i aşkın lüks seyahat danışmanıyla buluştururken yeni satış ve pazarlama fırsatlarının da önünü açıyor. Dünya genelindeki Virtuoso acentelerinin yıllık 35 milyar ABD dolarına ulaşan satış hacmi, ağın küresel lüks seyahat sektöründeki güçlü konumunu ortaya koyuyor. Maxx Royal Bodrum, dünyanın en seçkin lüks otellerini, resortlarını, kruvaziyer şirketlerini, hava yolu markalarını, tur operatörlerini ve seyahat markalarını bir araya getiren Virtuoso koleksiyonuna katılıyor. Koleksiyonda yer alan markalar, Virtuoso misafirlerine sundukları yüksek hizmet standartları, özel deneyimler ve ayrıcalıklarla öne çıkıyor. BuS iş birliğiyle Maxx Royal Bodrum; Kuzey ve Latin Amerika, Karayipler, Avrupa, Asya-Pasifik, Afrika ve Orta Doğu'nun önde gelen lüks seyahat acenteleriyle ilişkilerini güçlendirirken, Virtuoso Travel Week başta olmak üzere sektörün önemli uluslararası buluşmalarında da yer alıyor. Göltürkbükü'ndeki özel bir yarımada üzerinde konumlanan Maxx Royal Bodrum, günümüz seyahat tutkunlarının değişen beklentilerine yanıt veren Maxx Inclusive felsefesiyle lüks konaklamaya özgün bir yorum getiriyor. Sezgisel hizmet anlayışını özenle tasarlanan deneyimlerle buluşturan tesis, Virtuoso iş ortaklığıyla ağın dünya çapındaki seyahat danışmanları ve misafirleriyle daha güçlü bir bağ kurarken Maxx Royal'in ödüllü hizmet anlayışını yansıtan ayrıcalıklar ve anlamlı deneyimler sunuyor.

Club Dedeman Bodrum, aileleri can dostlarıyla birlikte ağırlıyor

Tatil planlarında artık yalnızca deniz, güneş ve konaklama seçenekleri değil, ailenin farklı yaş gruplarına hitap eden olanaklar da belirleyici oluyor. Özellikle çocuklu aileler, çocuklarının güvenli ve keyifli vakit geçirebileceği, kendilerinin ise dinlenerek tatilin tadını çıkarabileceği tesislere yöneliyor. Bodrum'da yaklaşık 30 yıldır faaliyet gösteren Club Dedeman Bodrum da ailelerin değişen tatil beklentilerine yönelik sunduğu olanaklarla dikkat çekiyor. Bitez ve Gümbet koyları arasında yer alan tesis, ailelerin birlikte kaliteli zaman geçirebilmesine imkân sağlarken çocuklara yönelik gün boyu devam eden farklı aktivitelerle tatili küçük misafirler için de keyifli bir deneyime dönüştürüyor. Çocukların tatil boyunca aktif ve keyifli zaman geçirmesine yönelik gerçekleştirilen aktiviteler, ailelerin tatil deneyiminin önemli bir parçasını oluşturuyor. Gün içerisinde farklı etkinliklerle çocuklara eğlenceli zaman geçirme imkânı sunulurken, ebeveynler de kendilerine zaman ayırabiliyor. Club Dedeman Bodrum Halkla İlişkiler Müdürü Fatoş Yavuz, ailelerin tatil beklentilerinin yıllar içerisinde değiştiğine dikkat çekerek, "Bizim için aile tatili, yalnızca anne ve babaların değil, çocukların da kendilerine ait güzel anılar biriktirebildiği bir deneyim anlamına geliyor. Bu nedenle çocuklarımızın gün içerisinde keyifli vakit geçirebilecekleri aktiviteler sunarken ailelerin de birlikte zaman geçirebilecekleri bir ortam oluşturmaya önem veriyoruz. Misafirlerimizin Bodrum'dan tüm aile bireyleri için güzel anılarla ayrılmasını istiyoruz" dedi. Club Dedeman Bodrum'un aile odaklı yaklaşımı evcil hayvanları da kapsıyor. Can dostlarını ailelerinin bir üyesi olarak gören ve tatil süresince onlardan ayrılmak istemeyen misafirler, belirlenen konaklama kuralları çerçevesinde kedi ve köpekleriyle birlikte tesiste konaklayabiliyor. Yaklaşık 30 yıldır hayvan dostu konaklama anlayışını sürdüren



tesis, özellikle çocukları ve evcil hayvanlarıyla birlikte seyahat eden ailelere bütüncül bir tatil deneyimi sunuyor. Hayvan dostu yaklaşımını yalnızca misafirlerin evcil hayvanlarıyla sınırlı tutmayan Club Dedeman Bodrum, özellikle kış döneminde sokak hayvanlarına da ev sahipliği yapmaya özen gösteriyor. Club Dedeman Bodrum, aile tatillerinin yanı sıra düğün, nişan ve farklı özel organizasyonlara da ev sahipliği yapıyor. Bodrum'un doğal atmosferi ve tesisin farklı kullanım alanları, ailelerin yalnızca tatillerini değil, hayatlarının özel anlarını da burada paylaşabilmelerine olanak sağlıyor.

Otellerde yeni dönem: Resepsiyondan havuzlara kadar kurallar değişti



Kültür ve Turizm Bakanlığı, basit konaklama tesisleri ile plaj işletmelerine yönelik standartları yeniden belirledi. Resmî Gazete'de yayımlanan yönetmelik değişikliğiyle; belge devrinden resepsiyon zorunluluğuna, havuz güvenliğinden oda ve banyo donanımlarına kadar geniş kapsamlı yeni kurallar getirildi. Belge Devrine Kesin Sınırlama Yeni düzenlemeyle birlikte basit konaklama turizm işletme belgesinin miras veya ölüme bağlı tasarruflar dışındaki nedenlerle devredilmesi yasaklandı. İzinsiz belge devri tespit edilen tesisler hakkında valilikler tarafından yasal işlem uygulanacak. 25 Oda ve Üzerine Resepsiyon Şartı Kapasitesi 25 oda ve üzerinde olan konaklama tesislerinin giriş alanında resepsiyon bulunması zorunlu hale getirildi. Tesislerde ilk yardım malzemesi bulundurulması ve sertifikalı ilk yardım personeli istihdam edilmesi şart koşulurken; düzenli hijyen, haşereyle mücadele ve sunulan gıdaların uygun sıcaklıkta muhafaza edilmesi kriterleri de denetim kapsamına alındı. Havuzlarda Çift Cankurtaran ve 50 cm Kuralı Bünyesinde yüzme havuzu barındıran tesislerde güvenlik standartları artırıldı: Tesis havuzlarında en az 2 sertifikalı cankurtaran görevlendirilecek. Çocuklar için derinliği en fazla 50 santimetre olan ayrı çocuk havuzu yapılması zorunlu olacak (Yalnızca 12 yaş ve üzeri misafir kabul eden yetişkin otelleri bu şarttan muaf tutulacak). Havuz çevresinde kaymayı önleyici zemin, dezenfeksiyon sistemleri, soyunma kabini ve duş bulunacak. Havuz kullanım kuralları Türkçe dâhil en az üç dilde hazırlanan levhalarla sergilenecek. Su kaydırağı ve dalga havuzu gibi eğlence alanlarında güvenlikten sorumlu personel görev yapacak. Oda ve Banyolara Yeni Standartlar Konaklama birimlerinde doğal havalandırma, elbise dolabı, standart tekstil ürünleri ve priz bulunması şart kılındı. Elektronik kilit mekanizması olmayan oda kapılarına ilave kilit sistemi takılması zorunlu hale getirilirken; banyolarda suyun dışarı yayılmasını önleyecek eşik ile duş kabini veya perdesi yer alacak. Yürürlük Tarihleri Belge devir kısıtlaması ve Bakanlık kontrolörlerinin denetim yetkilerine ilişkin maddeler Resmî Gazete'de yayımlandığı gün itibarıyla yürürlüğe girerken; oda, havuz ve hizmet standartlarını kapsayan fiziki düzenlemeler için tesislere süre tanınarak son tarih 1 Kasım 2026 olarak belirlendi.

Elginkan

E.C.A.®

YILLARCA BERABER

SICAKLIĞIN EN VERİMLİ HALİ: E.C.A. KOMBİLER!

Yüksek performans ve uzun ömürlü kalite.



proteus PREMIX



ConfeoPremix



CitiusPremix

www.eca.com.tr

444 0 322

projeler



Termal turizmine, 11.396 yatak kapasitesine sahip 26 yeni otel projesi daha katılmaya hazırlanıyor

Turizm Proje Dergisi olarak yaptığımız Türkiye geneli yeni termal otel projeleri araştırmasına göre 2026'da 7 yeni termal otel hizmete giriyor. 2027 yılı ve sonrasında ise 19 termal otel sektördeki yerini almaya hazırlanıyor. Böylece toplam 26 tesis, 11 bin 396 yatak sayısıyla termal turizmindeki yerini alacak.

Türkiye, sahip olduğu jeotermal kuşak ve zengin yeraltı kaynaklarıyla potansiyel bakımından Avrupa'da 1'inci, dünyada ise 7'nci sırada yer alıyor. Ancak barındırdığı bu devasa avantaja rağmen, ülkemizin termal turizmden elde ettiği katma değer ve ulaştığı küresel pazar payı henüz hedeflenen seviyelerin gerisinde seyrediyor. Mevcut termal su kaynaklarının yalnızca yaklaşık yüzde 10-15 civarındaki kısıtlı bir bölümünün turizme entegre edilebildiği, büyük bir bölümünün ise henüz ekonomiye kazandırılamadığı öngörülüyor. Oysa Türkiye'deki termal kaynaklar; debi yüksekliği, sıcaklık değerleri ile fiziksel ve kimyasal bileşenleri açısından Avrupa'daki muadillerine kıyasla çok daha üstün nitelikler taşıyor. Termal tesislerin geleneksel kaplıca anlayışından modern, çok işlevli sağlık ve wellness komplekslerine dönüştürülmesi büyük önem taşıyor. Sektördeki bu dönüşüm ihtiyacı ve yeni yatırım olanakları doğrultusunda öne çıkan güncel termal turizm projelerini araştırma tablolarımızla detaylandırdık.

Toplamda 26 yeni termal otel 11.396 yatak kapasitesiyle sektördeki yerini alacak

Turizm Proje Dergisi olarak, Eylül 2026'da son güncellemesini yaptığımız yeni termal otel projeleri araştırmasına göre Türkiye genelinde 2026 yılında hizmete girmeye hazırlanan termal konseptli yeni otel sayısı 7 adet olup bu tesislerin toplam yatak sayısı 2.942 olarak gerçekleşiyor. 2027 yılı ve sonrasında ise toplam 19 yeni termal otel hizmet vermeye başlayacak. Bu tesislerin toplam yatak kapasitesinin ise 8 bin 454'e ulaşması bekleniyor. Böylece toplamda 26 yeni termal otel 11.396 yatak kapasitesiyle sektördeki yerini alacak.

2026 yılında açılan ya da açılacak toplam yeni termal otel sayısı 7 adet olurken, toplam yatak sayısı ise 2.942'yi buluyor

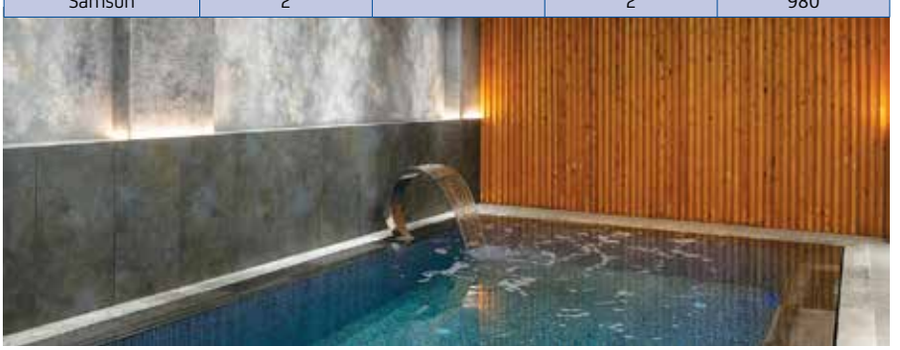
2026 yılında açılan ya da açılacak yeni termal otel sayısı 7 adet olup bu otellerin toplam yatak sayısı 2.942'yi buluyor. Bu tesislerin, beşi 5 yıldızlı ve 2.570 yatak, ikisi 4 yıldızlı ve 372 yatak kapasitesine sahip bulunuyor.



2026'DA AÇILAN / AÇILACAK YENİ TERMAL OTELLER (İLLERE GÖRE)				
Şehir	**5 Yıldızlı**	**4 Yıldızlı**	**Toplam Tesis Sayısı**	**Yatak Sayısı**
Afyonharahisar	1		1	1150
Balıkesir	1		1	220
Bursa		1	1	122
Denizli	1		1	492
Kütahya	1		1	300
Uşak	1		1	408
Yalova		1	1	250



2027 ve SONRASINDA AÇILACAK YENİ TERMAL OTELLER (İLLERE GÖRE)				
Şehir	**5 Yıldızlı**	**4 Yıldızlı**	**Toplam Tesis Sayısı**	**Yatak Sayısı**
Afyonharahisar	2	1	3	1156
Ankara	1		1	438
Balıkesir	1	1	2	446
Bolu	3		3	1844
Bursa	1		1	240
İzmir	1	2	3	1710
Kırşehir	1		1	130
Konya	1		1	240
Kütahya	1		1	370
Nevşehir	1		1	900
Samsun	2		2	980



2027 ve SONRASINDA AÇILACAK YENİ TERMAL OTELLER		
Yıldız	**Tesis Sayısı**	**Yatak Sayısı**
5	15	7384
4	4	1070
Toplam	**19**	**8.454**

2026 yılında açılan ya da açılacak yeni termal otellerin yatak sayısı baz alındığında Afyonkarahisar ilk sırada yer alıyor

2026 yılı itibarıyla açılan ve açılacak toplam Türkiye'de, 2026 yılında açılan ya da açılacak yeni termal konseptli otellerin yatak sayıları baz alındığında, Afyonkarahisar 1.150 yatak sayısıyla ilk sırada yer alıyor. Bu ilimizi 5 yıldızlı otel ve 492 yatak sayısıyla Denizli takip

2026'DA AÇILAN / AÇILACAK YENİ TERMAL OTELLER		
Yıldız	**Tesis Sayısı**	**Yatak Sayısı**
5	5	2570
4	2	372
Toplamv	**7**	**2.942**

ediyor. Bu şehirlerimizi 5 yıldızlı bir otel ve 408 yatak ile Uşak, 5 yıldızlı bir otel ve 300 yatak ile Kütahya, 4 yıldızlı bir otel ve 250 yatak ile Yalova, 5 yıldızlı bir otel ve 220 yatak ile Balıkesir ve 4 yıldızlı bir otel 122 yatak ile Bursa izliyor.

Türkiye genelinde 2027 yılı ve sonrasında hizmete girecek yeni termal otellerin sayısı 19, yatak sayıları ise 8 bin 454 olacak

Türkiye'de 2027 yılı ve sonrasında 19 yeni termal otel daha hizmet vermeye başlayacak. Bu tesislerin 15 adeti 5 yıldızlı ve 7 bin 384 yatağa sahip, 4 adeti 4 yıldızlı ve 1.070 yatağa sahip olacak. Toplamda ise yatak sayısı 8 bin 454 adete ulaşacak.



2027 yılı ve sonrasında açılacak olan yeni termal otel projeleri araştırmasına göre, yatak sayıları bakımından Bolu toplam 1.844 yatak sayısına sahip 5 yıldızlı 3 otel ile bu sıralamada ilk sıraya yerleşiyor

2027 yılı ve sonrasında açılacak olan yeni termal otel projeleri araştırmasına göre, yatak sayıları bakımından Bolu toplam 1.844 yatak sayısına sahip 5 yıldızlı 3 otel ile bu sıralamada ilk sıraya yerleşiyor. Bu ilimizi toplam 1.710 yatak kapasitesine sahip 5 yıldızlı 1 otel ve 4 yıldızlı 2 otel ile İzmir, toplam 1.156 yatak sayısına sahip 5 yıldızlı 2 otel ve 4 yıldızlı bir otel ile Afyonkarahisar takip ediyor. Bu şehirlerimizi toplam 980 yatak sayısına sahip 5 yıldızlı 2 otel ile Samsun, 5 yıldızlı bir otel ve 900 yatak sayısı ile Nevşehir, 4 ve 5'er yıldızlı 2 otel ve 446 yatak kapasitesiyle Balıkesir, 5 yıldızlı 1 otel ve 438 yatak sayısıyla Ankara, 5 yıldızlı 1 otel ve 370 yatak sayısıyla Kütahya, 5 yıldızlı 1 otel ve 240 yatak sayısıyla Bursa, 5 yıldızlı 1 otel ve 240 yatak sayısıyla Konya ve 5 yıldızlı 1 otel ve 130 yatak kapasitesiyle Kırşehir izliyor.

“The Ritz-Carlton, Kemer, All Inclusive” için anlaşma imzalandı



Özak GYO, Marriott International’ın Avrupa, Orta Doğu ve Afrika bölgesindeki ilk lüks her şey dahil resort oteli olacak The Ritz-Carlton, Kemer, All-Inclusive’ı Antalya Kemer’de hayata geçirmek üzere anlaşma imzaladı. Özak GYO’nun turizm alanındaki köklü deneyimiyle hayata geçirilecek resort, The Ritz-Carlton’ın seçkin her şey dahil yaklaşımını Kemer’e taşıyarak bölgedeki konaklama deneyimine yeni bir boyut kazandıracak. Özak GYO’nun proje geliştirme yetkinliğini The Ritz-Carlton’ın efsanevi hizmet anlayışı ve zarif tasarım yaklaşımıyla buluşturacak proje, Özak’ın turizm yolculuğunda yeni bir dönemi temsil ediyor. 2028 yılında açılması planlanan The Ritz-Carlton, Kemer, All-Inclusive otelinin Kemer’e üst segment uluslararası bir ziyaretçi kitlesi kazandırması hedefleniyor. Özak GYO Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Akbalık, anlaşmaya ilişkin şu değerlendirmelerde bulundu: “Özak olarak turizmi uzun vadeli büyüme vizyonumuzun stratejik alanlarından biri olarak görüyoruz. 2004 yılında Ela Excellence Resort Belek ile başlayan ve ilklere ev sahipliği yaptığımız turizm yolculuğumuzda edindiğimiz deneyimi, Özak GYO’nun proje geliştirme yetkinliğini, konut projelerinde yakaladığı ivmeyi ve yüksek kalite standartları ile sektörde edindiği güçlü konumunu Ela Hospitality’nin otel işletmeciliği uzmanlığıyla birleştiriyoruz. Projelerimizi misafirlerimizin beklenti ve ihtiyaçlarını merkeze alarak şekillendiriyoruz. The Ritz-Carlton, Kemer ile bu birikimimizi lüks konaklamada yeni bir segmente taşıyor; projenin özgün konumuyla uyumlu, güçlü bir resort konsepti ve farklı bir tatil deneyimi oluşturuyoruz. Bu yenilikçi turizm yaklaşımımız ile Kemer’i daha önce ziyaret etmeyen, lüks konaklamada en üst düzey hizmet ve kişiselleştirilmiş deneyimler arayan uluslararası misafirlerin beklentilerine yanıt vermeyi amaçlıyoruz. Böylece Kemer’e yeni bir ziyaretçi kitlesi kazandırırken Türkiye’nin lüks turizmdeki rekabet gücüne katkı sağlamayı hedefliyoruz. Bu proje, Özak’ın uzun vadeli büyüme stratejisinin önemli bir parçasını oluşturuyor. Önümüzdeki dönemde bu yeni vizyon ve yaklaşımla turizm alanında hayata geçireceğimiz yeni projeleri de kamuoyuyla paylaşmayı planlıyoruz.” Marriott International Avrupa, Orta Doğu ve Afrika Başkanı Neal Jones ise şunları söyledi: “The Ritz-Carlton, Kemer, All-Inclusive için imzaladığımız anlaşma, Marriott’un Avrupa, Orta Doğu ve Afrika’daki gözde tatil destinasyonlarında lüks portföyünü genişletmeye yönelik süregelen odağını yansıtıyor. Proje, lüks resort segmentindeki dönüşümü yansıtırken misafirlerin giderek daha fazla talep ettiği ve The Ritz-Carlton ile özdeşleşen ayrıcalıklı hizmet, rafine tasarım ve kişiselleştirilmiş deneyimleri bütünsel bir her şey dahil resort anlayışıyla bir araya getiriyor.” 2028 yılında kapılarını açması planlanan The Ritz-Carlton, Kemer, All-Inclusive, özenle tasarlanmış 141 oda ve süitten oluşacak. Konaklama seçenekleri arasında ayrıcalıklı bir konaklama deneyimi sunmak üzere tasarlanan bir, iki, üç, dört ve beş yatak odalı villalardan oluşan seçkin bir koleksiyon da yer alacak. Tesisin ayrıca her şey dahil konsepti kapsamında zengin gastronomi deneyimi sunması planlanıyor. Her yaştan misafire hitap edecek olanaklar arasında son teknolojiyle donatılmış bir fitness merkezi, çeşitli kapalı ve açık yüzme havuzları, iyi yaşam ve sağlıklı uzun yaşam odaklı kapsamlı bir spa, çocuk kulübü ve tenis ile padel kortlarını içeren bir spor merkezi bulunacak. Planlanan geniş kapalı ve açık etkinlik alanları ise eğlence organizasyonları, kutlamalar, inziva programları ve sosyal buluşmalar için özgün bir ortam sağlayacak. Akdeniz’in ışıltılı kıyıları ile Toros Dağları’nın göz alıcı silueti arasında yer alan Kemer, doğanın tüm cömertliğini sergileyen manzarası, ılıman iklimi ve kültürel değerleri sayesinde tam anlamıyla etkileyici bir tatil destinasyonu olarak öne çıkıyor. Konaklama sektöründe 40 yılı aşkın küresel deneyime sahip olan ve imza sürecinde projeye danışmanlık veren Servotel’in kurucusu Ömer İsvan ve yönetici ortağı Ayla Heyfegil, Özak GYO ile Marriott International’ı ilk iş birlikleri için bir araya getirmekten gurur duyduklarını belirtti.

240 odalı yapılması planlanan Atak Sky Otel projesi, kapasite artışıyla oda sayısı 456’ya çıkarılıyor



Gaziantep ili, Şehitkamil ilçesi, Özgürlük Mahallesi, (Ada No: 6530 Parsel No:15) sınırları içerisinde, Faik Atak İnşaat Anonim Şirketi tarafından yapılması planlanan Atak Sky Otel Kapasite Artışı (456 Oda) Projesi ile ilgili olarak ‘Çevresel Etki Değerlendirmesi Olumlu’ Kararı verildi. Faik Atak İnşaat Anonim Şirketi tarafından Gaziantep, Şehitkâmil ilçesinde 15.000 m2 arazi üzerine kurulu, ancak henüz tamamlanmamış 240 odalı otel projesinde, kapasite artışı yapılarak 456 odalı otel yapılması planlanıyor. Mevcut durumda 15.000 m2 arazi üzerindeki otelin toplam inşaat alanı 74.236 m2 olarak kaba inşaatı tamamlandı. Projenin toplam inşaat alanı 74.236 m2 kalacak şekilde kapalı inşaat alanı artışı yapılmadan otel binasında iç mekan yeniden planlanarak mevcut plandaki oda alanları küçültülüp, işyeri ve ofis olarak planlanan alanlar odaya çevrilip 240 olan oda sayısının ilave alan yapılmadan 456 oda sayısına çıkarılması planlanıyor. Mevcut projede kaba inşaat bitti, ince inşaat (odaların bölünmesi, kapı pencere, lavabo vb.) işlemleri tamamlandı. Mevcut durumda 240 olan oda sayısı, 216 oda ilavesi ile toplam 456 odaya (323 standart Oda (2 Yataklı), 129 Süit (2 Yataklı), 2 Kral Dairesi (2 Yataklı),2 Bedensel Engelli odası (2yataklı)) çıkarılması planlanıyor. Projede lobi, lobi bar, yemek salonu, oturma salonu, çok amaçlı (balo) salonu, toplantı salonları, kafeterya, ticari alanlar ve kapalı otopark alanları bulunuyor. Faaliyet alanı çevresinde 200m de Adliye Binası ve hukuk büroları bulunuyor. Hava alanına 20 km, Gaziantep Ortadoğu Fuar Merkezine 8,5 km, Kalyon Stadyumuna 5 km ve Zeugma Müzesine 3 km mesafe yer alıyor. Proje Bedeli: 439.400.336 TL olarak belirtildi.



Holiday Inn & Suites Kocaeli-Dilovası Gulf View, misafir kabul etmeye hazırlanıyor

Dünyanın önde gelen otel gruplarından IHG, Kocaeli Dilovası’ndaki yeni otelinin açılışına hazırlanıyor. Dilovası’nda hizmete girmesi planlanan Holiday Inn & Suites Kocaeli-Dilovası Gulf View, Ocak 2027 tarihi itibarıyla misafir kabul etmeye başlayacak. Toplam 135 oda ve süitten oluşacak tesis Osmangazi Köprüsü’nün giriş noktasında yer alıyor. Oksijen 03 Alışveriş Merkezi’nin yanında ve önemli otoyollara yakın konumu sayesinde Bilişim Vadisi, TÜBİTAK, Gebze ve Yalova Tersaneleri gibi önemli iş merkezlerine kolayca ulaşabiliyor. Sabiha Gökçen Uluslararası Havalimanına ise sadece 25 dakika uzaklıkta bulunuyor. İş yada tatil amaçlı seyahat edenlere konforlu bir konaklama sunmaya hazırlanan Holiday Inn & Suites Kocaeli-Dilovası Gulf View’in 2027 yılının ilk günü kapılarını açması planlanıyor

DELTA
WHIRLPOOL BATH









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

CORIAN® DESIGN

DUPONT Montelli®

YETKİLİ DİSTRİBÜTÖR

deltakuvet.com | coriandelta.com | kiralikvincantalya.com

Petra Hospitality Management, yeni nesil otel işletmeciliğinde büyümesini sürdürüyor

Petra Hospitality Management, faaliyetteki, yapım aşamasındaki ve açılış öncesi çalışmaları yürütülen tesislerle birlikte portföyünü 30 otel ve 4.000 anahtara çıkardı. Şirket bugün İstanbul'da beş faal oteli yönetiyor; Elazığ, Antalya ve Diyarbakır başta olmak üzere Anadolu'nun farklı şehirlerinde faaliyet gösteriyor. Antakya, Osmaniye, Bodrum, Konya ve Antalya'da hazırlıkları süren yeni projelerle portföyünü genişletmeye devam ediyor.

Portföyde öne çıkan projeler

Büyümenin öne çıkan projeleri arasında iki Le Méridien bulunuyor. İstanbul Sirkeci'de tarihi bir yapının restorasyonuyla hayata geçirilen Le Méridien projesi, kentin tarihi dokusu içinde yeni bir konaklama deneyimi yaratmayı hedefliyor. Antalya'da ise mimari tasarımı Emre Arolat imzası taşıyan Le Méridien projesinin çalışmaları sürüyor. Şirketin İstanbul portföyüne katılan son projelerden biri, Boğaz'ın karakteristik yapılarından Kocataş Mansions Istanbul oldu. Petra ile gerçekleştirilen bu iş birliği, şirketin İstanbul'un üst segment pazarındaki varlığını güçlendiriyor. Petra, İstanbul'daki Four Points by Sheraton Pendik'in işletmesini kiralama yöntemiyle devralarak Türkiye'de uluslararası markalı bir otelde bu modeli hayata geçiren ilk bağımsız operatör oldu. Bu adım, şirketin klasik yönetim anlaşmalarının dışına çıkarak kiralama ve hibrit modeller konusundaki yaklaşımının önemli örneklerinden biri. Marriott, Hilton ve Radisson markalı otelleri aktif olarak yöneten Petra; IHG, Accor ve Wyndham dahil olmak üzere global otel gruplarıyla iş birliklerini sürdürüyor. Bu geniş marka ağı, yatırımcılara proje, lokasyon ve hedef segmente göre farklı marka ve işletme alternatifleri sunulmasını mümkün kılıyor. Şirketin büyümesi Türkiye ile sınırlı değil. Mauritius'ta iki otelle çalışmalarını sürdüren Petra, yeniden yapılanma sürecindeki Libya'nın Bingazi kentinde gelişen turizm ve konaklama yatırımlarına danışmanlık vererek uluslararası faaliyet alanını genişletiyor.

Yatırımın geliştirme aşamasından işletmeye uzanan bir model

Global markaların franchise modeli üzerinden hızlı genişlemesiyle birlikte, yatırımcı ile marka arasında profesyonel bir köprü kuran üçüncü taraf operatörlerin rolü de önem kazandı. Bu yapılar, markanın standartlarını sahadaki operasyonla buluştururken yatırımcıya verimlilik, performans, finansal disiplin ve esnek yönetim modelleri sağlıyor. Petra, yalnızca işletme aşamasında devreye giren bir operatör değil; yatırımın geliştirme


Emrullah Akçakaya

sürecinden başlayarak projeye dahil olan bütüncül bir yapı sunuyor. Fizibilite ve pazar analizleri, doğru ürün ve segmentin belirlenmesi, marka seçimi, mimari ve operasyonel kurgu, pre-opening çalışmaları ve açılış sonrası performans yönetimi aynı çerçeve içinde ele alınıyor. Bağımsız yapısı ise şirkete, her yatırım için tek bir model dayatmak yerine projenin ihtiyaçlarına göre farklı marka ve işletme senaryoları geliştirme imkânı veriyor. Petra Hospitality Management Kurucu Ortağı Emrullah Akçakaya konu ile ilgili olarak şu açıklamada bulundu: "Her otel için tek bir doğru işletme modeli olduğuna inanmıyoruz. Doğru sonuç, yatırımcının hedefleriyle pazarın talebini ve doğru ürünü bir araya getirmekten geçiyor. Bu nedenle projelere fizibilite ve pazar analizinden başlayarak, ürünün konumlandırılması ve mimari kararların şekillendiği geliştirme aşamasında dahil oluyoruz. İşletme döneminde de yatırımın ihtiyaçlarına göre hareket ediyoruz. Petra'nın farkı, bu esnekliği operasyonel disiplinle birleştirebilmesi.

Armada Blue Otel, Sağlık ve Turizm Tesisi kapasite artışı projesi ile ilgili olarak "ÇED Olumlu" kararı verildi

Ankara ili, Haymana ilçesi, Medrese Mahallesi, 692 Ada 1 Parsel sınırları içerisinde, Armada Blue Turizm Otel Ticaret Ltd. Şti. tarafından yapılması planlanan Armada Blue Otel, Sağlık ve Turizm Tesisi Kapasite Artışı projesi ile ilgili olarak "ÇED Olumlu" kararı verildi. Armada Blue Turizm Otel Tic. Ltd. Şti. tarafından Ankara, Haymana'da mevcut durumda faaliyetini sürdüren Otel, Sağlık ve Turizm Tesisi kapsamında "Kapasite Artışı" planlanıyor. Proje kapsamında mevcut durumda 215 adet oda kapasiteli tesise 200 adet oda ve 19 adet villa ilave edilerek 415 oda ve 19 villa olacak şekilde planlandı. Otel kapasite artışı alanı aynı parsel alanı içerisinde kalmak kaydıyla parselin batı kısmına alanda planlanıyor. Arazi hazırlık ve inşaat işlerinin 12 ay sürmesi planlanıyor. Proje bedeli 1.750.000.000 TL olarak belirlendi.



Kırşehir'e 120 odalı termal otel geliyor



Kırşehir ili, Merkez ilçesi, Kuşdilli Mahallesi, 2439 Ada 3 Parsel mevkiindeki Anadolu Ahiler Turizm İnş. San. Tic. Ltd. Şti. tarafından yapılması planlanan 120 Odalı Termal Otel projesi ile ilgili olarak 'ÇED Olumlu (Kapsam Ek-2)' kararı verildi. Anadolu Ahiler Turizm İnşaat Sanayi Ticaret Limited Şirketi tarafından Kırşehir ili, Merkez ilçesinde, 4.202 m2 alanda 120 oda ve 130 yatak kapasiteli 'Termal Otel' projesi yapılması planlanıyor. Proje, 1 bodrum kat, 1 zemin kat ve 4 kattan oluşuyor. Termal otel toplamda 120 oda ve 130 yatak kapasiteli olarak planlandı, oda dağılımları, 1+0 tipinde toplamda 104 yataklı 104 adet oda, 2+1 tipinde toplamda 20 yataklı 10 adet oda, 1+1 tipinde toplamda 6 yataklı 6 adet oda olarak planlandı. Tesis bünyesinde ayrıca bay ve bayan hamam, sauna, kapalı ve açık yüzme havuzları, masaj salonu, lokanta, toplantı ve konferans salonları da dahil olmak üzere çeşitli sosyal alanların da bulunması planlanıyor. Ayrıca toplamda 42 araç kapasiteli kapalı ve açık otopark alanları da proje kapsamında yer alıyor. Termal otel projesinin inşaat aşamasının yaklaşık 3 yıl içerisinde tamamlanması bekleniyor. Proje Bedeli: 497.593.780 TL olarak belirlendi.

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

Wyndham'ın Türkiye hedefi: Yıl sonunda 150 otel

Wyndham Hotels & Resorts, Türkiye'deki 138 oteline yıl sonuna kadar 12 otel daha eklemeyi planlıyor. Şirketin görüşme aşamasındaki 38 otel projesi yaklaşık 4 bin 600 odayı kapsıyor. Wyndham, Dolce Nova, La Quinta ve Vienna House gibi üst segment markalarını da Türkiye'ye getirmeyi hedefliyor. Wyndham Hotels & Resorts, İstanbul Turizm Fuarı öncesinde düzenlediği basın toplantısında Türkiye turizm pazarını ve ülkedeki büyüme planlarını değerlendirdi. Wyndham Hotels & Resorts EMEA Başkanı Dimitris Manikis, küresel turizmin jeopolitik gelişmelere uyum sağlama ihtiyacına dikkat çekerken Türkiye Ülke Direktörü Arcan Bayraktaroğlu, şirketin yıl sonu otel hedefini ve yeni marka planlarını açıkladı. Türkiye turizminin bu yıl da güçlü bir performans göstereceğini düşündüğünü belirten Manikis, ülkenin dünyanın en önemli turizm destinasyonları arasında yer aldığını söyledi. Manikis, 60 milyondan fazla turistten söz edildiğini ifade ederek Türk Hava Yolları'nın yeni noktalara genişleyen uçuş ağıyla her yıl farklı pazarlardan Türkiye'ye yeni ziyaretçiler geldiğini dile getirdi. Turizmde son dakika seyahat kararlarının öne çıktığını anlatan Manikis, daha fazla turist çekmek amacıyla fiyatların düşürüldüğünü, ancak yıl boyunca yaşanan jeopolitik zorluklar karşısında bu adımı yalnızca Türkiye'nin atmadığını söyledi. Manikis, pek çok ülkenin benzer koşullarla karşılaştığını belirtti. Dünyanın farklı bölgelerindeki savaşların ve jeopolitik gelişmelerin turizm sektörünü etkilediğini belirten Manikis, ülkelerin değişen koşullara hızla uyum sağlamasının önemine işaret etti. Türkiye turizminin bu alandaki deneyimini değerlendiren Manikis, "Türkiye turizminin güçlü yanı, gelişen krizlere çok hızlı uyum sağlayabilmesi" dedi. Seyahate yönelik küresel talebin arttığını söyleyen Manikis, turizmin karşılaştığı zorluklara rağmen gelişmeye devam edeceğini ifade etti. Yeni destinasyonların ortaya çıkacağını, köklü destinasyonların ise değişen seyahat alışkanlıklarına uyum sağlaması gerektiğini belirten Manikis, Türkiye'nin sunduğu seçeneklerin İstanbul'la sınırlı olmadığına dikkat çekti. Manikis, "Kültür ve inanç turizmi, dağlar, ikinci ve üçüncü kademe şehirler de bu çeşitliliğin parçası. Ege'nin yanı sıra Anadolu ve dağlık bölgelerdeki güzel destinasyonlar da var. Türkiye'nin ziyaretçilere sunabileceği çok şey bulunuyor" diye konuştu. Rus turistlerin Türkiye turizmi için en önemli kaynak pazar olmaya devam ettiğini söyleyen Manikis, Balkanlar'dan gelen ziyaretçilere de işaret etti. Türkiye'yi ziyaret eden Bulgarların sayısının kendisi için dikkat çekici olduğunu belirten Manikis, bölgesel jeopolitik zorluklara rağmen ülkenin büyük tur operatörleri ve hava yolu şirketlerinin güvenini kazanmaya devam ettiğini ifade etti. Küresel turizmin sürekli değişen koşullarla karşılaştığını, sektörün bu koşullara uyum sağlayarak geliştiğini belirten Manikis, "Türkiye turizm pazarının geleceğine her zamankinden daha fazla inanıyorum" dedi. Wyndham Hotels & Resorts Türkiye Ülke Direktörü Arcan Bayraktaroğlu, şirketin Türkiye'de şu anda yaklaşık 22 bin odalı 138 otelle hizmet verdiğini söyledi. Yıl sonuna kadar 12 otel daha açmayı planladıklarını açıklayan Bayraktaroğlu, böylece 2026 sonunda 150 otele ulaşmayı hedeflediklerini belirtti. Yeni projelere ilişkin bilgi veren Bayraktaroğlu, "Görüşme aşamasında olduğumuz 38 otellik bir proje sıramız daha var; bunlar yaklaşık 4 bin



Arcan Bayraktaroğlu, Dimitris Manikis,Mustafa Devrim Yalçın

600 odaya karşılık geliyor" dedi. Bayraktaroğlu, şirketin 2026 performansını da değerlendirdi. Otellerinin doluluk oranının yüzde 2,4 daha düşük olduğunu, gelirlerinin ise geçen yılki seviyede bulunduğunu aktaran Bayraktaroğlu, bu yıl bütçelerinin gerçekleşmesini beklediklerini söyledi. Bayraktaroğlu, "Temel amacımız geçen yılın altına düşmemek. 2027 için ise yüzde 8–9 oranında büyüme hedefliyoruz" diye konuştu. Wyndham'ın dünya genelinde 25 farklı markası bulunduğunu, Türkiye'de ise 11 markayla hizmet verdiğini belirten Bayraktaroğlu, üst segmentteki varlıklarını genişletmek istediklerini söyledi. Bayraktaroğlu, "Dolce Nova ve Vienna House gibi üst segment markalarımızı Türkiye'ye getirmeyi ve bu markalarla Türkiye'deki varlığımızı genişletmeyi hedefliyoruz" dedi. Büyüme planlarında büyükşehirlerin yanı sıra kültürel açıdan daha fazla tanıtılması gereken destinasyonlara da yer verdiklerini anlatan Bayraktaroğlu; Güneydoğu Anadolu, Kapadokya ve İç Anadolu'ya dikkat çekti. Bayraktaroğlu, Erzincan Ergan'daki örnekte olduğu gibi kayak merkezlerini de büyümeyi hedefledikleri yerler arasında saydı. Şirket, mevcut markalarından Wyndham Garden ile de Türkiye'de yeni oteller açıyor. Wyndham Garden Antalya Konyaaltı hizmete girerken markanın İstanbul'daki ilk oteli olması beklenen 93 odalı Wyndham Garden İstanbul Tuzla Marina'nın Ekim 2026'da açılması planlanıyor.

Basmacıoğlu Makina, İsparta'daki otelinde kapasite artışına gidiyor

İsparta ili, Merkez ilçesi, Pirimehmet mahallesi, 1722. Sokak No:7/11 ve Mimar Sinan Caddesi No: 81 mevkiindeki Basmacıoğlu Makina San A.Ş. tarafından yapılması planlanan otel işletmeciliği kapasite artışı (120 Oda Kapasiteli) projesi ile ilgili olarak 'ÇED Olumlu (Kapsam Ek-2)' kararı verildi. İsparta, Merkez ilçesinde, Basmacıoğlu Makina San A.Ş. tarafından işletilen otelde toplam 47 odanın 120 odaya çıkartılarak kapasite artışına gidilmesi planlanıyor. 2 poligon şeklinde tesisin kapladığı alan tapuda toplam 1407 m2 'dir. Yapı alanı olarak toplam 5.241m² alan kaplıyor. Tesis binası hazır durumda bulunuyor. Kapasite artışı kapsamında büyük odalarda duvar bölmeleri ile ayrı odalar haline getirilmesi ve kalan iç yapı düzeninin korunması planlanıyor. Yalnızca oda bölmeleri için inşaat aşaması olacağı ve revizyon işlemlerinin 6 ayda tamamlanması öngörülüyor. Proje Bedeli: 9.876.462 TL olarak belirlendi.



Mersin, Yenişehir'e Soventra Otel geliyor



Mersin ili, Yenişehir ilçesi, Kocavilayet Mahallesi,7908 Ada,2 Nolu Parsel mevkiindeki toplam 2.580 m² alan içerisinde 750 m2 'lik alanda, HCV Mühendislik, Mekanik, Taşımacılık, İnşaat, Taahhüt Ticaret Limited Şirketi tarafından yapılması planlanan Soventra Otel (62 Oda 123 Yataklı) turizm konaklama tesis projesi ile ilgili olarak 'ÇED Olumlu (Kapsam Ek-2)' kararı verildi. Planlanan proje kapsamında 56 adet standart oda-1 (112 yatak kapasiteli), 3 adet standart oda-2 (6 yatak kapasiteli), 2 adet suit oda (4 yatak kapasiteli) ve 1 adet bedensel engelli odası (1yatak kapasiteli) yapılması ön görülüyor. Tesis bünyesinde konaklama faaliyetlerine ek olarak sosyal, kültürel ve hizmet alanları da yer alıyor. Bu kapsamda; 150 kişi kapasiteli restoran, 150 kişi kapasiteli toplantı salonu, açık yüzme havuzu, otopark, hamam, masaj odası, jimnastik salonu, resepsiyon yer alması planlanıyor. Projenin Bedeli: 98.137.500 TL olarak belirlendi.

INOTEK

Solution Partner

Building Technologies

SIEMENS

DAHA GÜVENLİ
DAHA AKILLI
DAHA SÜRDÜRÜLEBİLİR
BİNALAR İÇİN



INOTEK
YANGIN GÜVENLİĞİNDE
YANINIZDA

İnotek ve Siemens güvencesiyle, yangın güvenliğinde standartları yeniden belirliyor; yaşam alanlarınızı 7/24 kesintisiz koruma altına alıyoruz.

- Yangın Algılama ve Alarm Sistemleri
- Acil Durum Senaryoları ve Entegrasyon
- Mekanik Otomasyon ile Tam Uyum
- Akıllı Bina Sistemleri ile Merkezi Yönetim
- Güvenli, Sürdürülebilir ve Geleceğe Hazır Çözümler



TASARIMDAN İŞLETMEYE ENTEGRE ÇÖZÜMLER

SÜREKLİ DESTEK UZMAN EKİP

DAHA GÜVENLİ
DAHA VERİMLİ
DAHA YAŞANABİLİR BİNALAR

INOTEK

www.inotekmuhendislik.com | info@inotekmuhendislik.com | +90 242 317 05 85

Elite World, 50. yılında Anadolu'daki büyüme hedeflerine hız verdi

Turizm sektöründe 50. yılını kutlayan Elite World Hotels & Resorts, büyüme hedefleri doğrultusunda çalışmalarına hız kesmeden devam ediyor. Deneyim odaklı "Bir Dünya Var" vizyonuyla ilerleyen Elite World, yurt içinde bölgenin ihtiyacına yönelik konseptlerdeki Anadolu şehir otelleri, yurt dışında ise dünyanın dört bir yanında imzaladığı anlaşmalar ile büyümesini sürdürüyor. 2030'a kadar 70 otele ulaşma hedefi doğrultusunda hareket eden Elite World'ün, bugün 21 şehirde 37 otel ve 6.500'ün üzerinde yatak kapasitesi bulunuyor. Elite World Hotels & Resorts, mevcut otelleri ve anlaşması tamamlanan yeni projeleriyle Doğu Anadolu, Güneydoğu Anadolu ve İç Anadolu bölgelerinde toplam 11 otele ulaşmaya hazırlanıyor. Bugün itibarıyla yurt içinde ve yurt dışında faaliyette olan 20 oteli ve anlaşması tamamlanan 17 yeni otel projesi bulunan Elite World, Anadolu'daki yatırımlarını bölgesel ihtiyaçlar ve destinasyonların potansiyeli doğrultusunda şekillendiriyor. Türkiye'nin 7 bölgesindeki varlığını farklı markalarıyla büyütmeyi hedefleyen Elite World; Marmara Bölgesi'nde İstanbul ve Sapanca, Ege Bölgesi'nde Marmaris, Kuşadası, Assos ve Behramkale, Akdeniz Bölgesi'nde Silifke ve Antalya, Karadeniz Bölgesi'nde Samsun ve Düzce'de mevcut ve planlanan yatırımlarıyla büyümesini sürdürüyor. İç Anadolu Bölgesi'nde Sivas, Ankara ve Kayseri'de 4 otele ulaşacak olan grubun, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde Diyarbakır, Midyat, Şanlıurfa ve Gaziantep'te 4 oteli bulunacak. Doğu Anadolu Bölgesi'nde ise Van'da üç farklı oteliyle faaliyet gösteriyor. 2026 yılında Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki büyüme çalışmalarını hızlandıran Elite World, Ocak ayında bölgedeki ilk otelini Elite World Comfy markasıyla Diyarbakır'da açtı. Grubun bölgedeki en yeni durağı ise medeniyetlere ev sahipliği yapan Mardin oldu. Elite World Comfy Midyat, grubun Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki ikinci oteli olarak hizmet vermeye başladı. Doğu Anadolu Bölgesi'nde ise Van'daki üçüncü otelini de hizmete açan Elite World, Elite World Van, Elite World GO Van Edremit ve Elite World Nest Van ile bölgedeki portföyünü farklı markalarıyla çeşitlendirmeye devam ediyor. Yurt dışında da büyümesini sürdüren Elite World Hotels & Resorts'un Kazakistan, Hollanda ve Fildişi Sahili'nde anlaşması tamamlanan toplam 4 yeni otel projesi bulunuyor. Kazakistan'da Elite World Shymkent ve Elite World GO Shymkent, Hollanda'da Elite World Comfy Amsterdam Airport Schiphol, Fildişi Sahili'nde ise Elite World Grand Yamoussoukro önümüzdeki dönemde markanın uluslararası portföyüne katılacak.

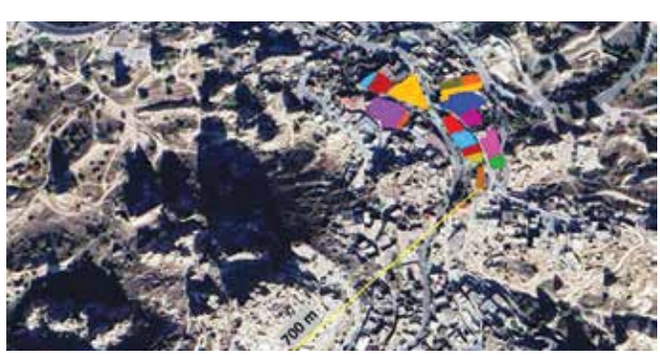
"Her şehrin kendine özgü dünyasını keşfediyoruz"

Elite World Hotels & Resorts Satış ve Pazarlamadan Sorumlu Yönetim Kurulu Üyesi Emel Elik Bezaroğlu, markanın 50. yılında Anadolu'da büyümeye yönelik hedeflerine ilişkin değerlendirmesinde şunları söyledi: "Elite World olarak Van'da başlayan hikayemiz farklı seyahat ihtiyaçlarına cevap veren 10 markamızla bugün Türkiye'nin ve dünyanın dört bir yanında yeni hikayelerle buluşmaya devam ediyor. İkinci 50 yılımıza yeni anlaşmalarımız ve açtığımız otellerle hızlı bir giriş yapıyoruz. Bu kapsamda yurt içinde Anadolu şehirlerinde büyüme önceliklerimiz arasında yer alıyor. Geçmişimizle geleceğimiz arasında güçlü bir bağ kuran 'Bir Dünya Var' yaklaşımımızla bulunduğumuz her şehirde farklı misafir ihtiyaçlarına cevap veren hizmet standardımızla yalnızca konaklama değil, her şehrin kendine özgü dünyasını keşfedecek bir deneyim sunmayı hedefliyoruz" Elite World Hotels & Resorts Operasyon Direktörü Bünyamin Öztürk ise markanın yeni dönemde yurt içinde Anadolu'da büyüme vizyonuna ilişkin şu değerlendirmeyi yaptı: "Elite World olarak 50 yıl önce başlayan hikayemiz bugün global standartlarda hizmet veren bir konaklama markasına dönüştü. Bu dönüşümde geçmişimizle kurduğumuz bağ, gelecekteki vizyon hedeflerimiz ve çalışma arkadaşlarımızdan aldığımız destek önemli bir rol oynadı. Bugün 21 şehirde 37 otel ve 6500'ü aşkın yatak kapasitesiyle hizmet veren global bir konaklama markası olarak hedefimiz 2030 yılında 70 otele ulaşmak. Burada önceliğimiz Türkiye'nin 7 bölgesindeki varlığımızı güçlendirmek olacak. Bu kapsamda Anadolu şehirlerinde hız verdiğimiz otel açılışlarımız ve imzalanan anlaşmalarımız bunun en önemli göstergesi. 'Bir Dünya Var' yaklaşımımızın misafirlerimizle buluştuğu yeni otellerimizle daha geniş coğrafyalara ulaşacağız."



Ekin Reklamcılık ve Turizm, Cappadocia Cave Resort (CCR) Hotels & Spa'da kapasite artışına gidiyor

Nevşehir İli, Merkez İlçesi, Uçhisar Beldesi, Tekelli Mahallesi, Tekelli Oteller Caddesi mevkiindeki Ekin Reklamcılık ve Turizm A.Ş. tarafından yapılması planlanan Cappadocia Cave Resort (CCR) Hotels & Spa Otel İşletmeciliği Kapasite Artışı projesi ile ilgili olarak 'ÇED Olumlu (Kapsam Ek-2)' kararı verildi. 1165 m2 alanda belgeye esas otel işletmeciliğinin kapasitesi 68 oda. Kapasite artışı ile; otel 112 oda (2 yetişkin), 1 aile odası (4 yetişkin), 3 bedensel engelli odası (2 yetişkin) olmak üzere 116 oda, 234 yatak sayısına ulaşacak. Tesis, 200 kişilik 2. sınıf alakart lokanta, 20 kişilik özel yemek mahalli, bar, 100 kişilik toplantı salonu, 80 kişilik bar salonu, şark köşesi, oyun odası, çocuk oyun odası, 30 kişilik karaoke odası, snack bar, açık yüzme havuzu, kapalı yüzme havuzu, aletli jimnastik salonu, Türk hamamı (2 adet), sauna, buhar odası, tuz odası, macera duşu, bay – bayan kuaför, cilt bakım odası, masaj odası (7 adet), satış ünitesi, şeklinde planlandı. Proje alanının Nevşehir İl merkezine mesafesi 9 km, Uçhisar belde merkezine yaklaşık 0,7 km mesafede bulunuyor. Proje bedeli ise; kapasite artışına konu 43 oda için; 36.571.500 TL, 528 parseldeki 5 oda için, 4.252.500 TL toplam: 40.824.000 TL olarak belirlendi.



Tarihi meyve suyu fabrikası lüks yaşam ve otel kompleksine dönüştürülüyor



Türkiye'nin köklü gıda üreticilerinden Ersu Meyve ve Gıda Sanayi A.Ş., Konya'nın Ereğli ilçesinde bulunan tarihi fabrikasını dev bir turizm ve yaşam kompleksine dönüştürüyor. Şirket, uzun süredir atıl vaziyette duran ve geçmişte yıllık 200 bin tona yakın meyve işleme kapasitesine sahip olan dev tesis arazisinde; otel, lüks loft daireler, alışveriş merkezi, bedesten ve teknoloji merkezini kapsayan karma bir projeyi hayata geçirecek. Yaklaşık 110 bin metrekare toplam inşaat alanına sahip olması planlanan proje için resmi adımlar atılarak mimari tasarım ve konsept çalışmaları adına ilgili mimarlık şirketiyle anlaşma sağlandı. Endüstriyel mirasın dönüşümü açısından bölgede örnek teşkil etmesi beklenen yatırım; bünyesindeki otel ve konaklama üniteleriyle Ereğli'nin nitelikli tesis ihtiyacına yanıt verirken, bölgenin ticaret ve sosyal yaşamına da önemli bir ivme kazandıracak. Yatırımcı / Sahibi: Borsa İstanbul'da işlem gören Ersu Meyve ve Gıda Sanayi A.Ş. Proje Alanı / Lokasyon: Konya'nın Ereğli ilçesinde yer alan, yıllık 150-200 bin ton kapasiteli eski/atıl Ersu Meyve Suyu Fabrikası arazisi. Proje Kapsamı: Yaklaşık 110 bin metrekarelik inşaat alanına sahip Karma Proje. Kompleks bünyesinde otel, lüks loft daireler, alışveriş merkezi, bedesten ve teknoloji merkezi yer alacak. Ersu Gıda, belediye onay süreçlerinin ardından projenin mimari tasarımı için mimarlık şirketiyle sözleşme imzalayarak resmi süreci başlattı. Ersu, proje alanının Konya Büyükşehir Belediye Meclisi tarafından 'Ticaret-Turizm Alanı' olarak planlanmasının onaylandığını duyurdu. Ersu'nun konuya ilişkin açıklaması şöyle: "Şirketimize ait Konya ili, Ereğli ilçesi, Ziya Gökalp Mahallesi'nde bulunan 419 ada 1 parsel ile 369 ada 2 ve 19 parsel numaralı taşınmazların, Konya Büyükşehir Belediye Meclisi'nin 13.08.2026 tarihli ve 2026/646 sayılı kararıyla "Ticaret-Turizm Alanı" olarak planlanması onaylanmıştır.27.08.2026 tarihinde tarafımıza ulaşmıştır. Söz konusu taşınmazlar üzerinde alışveriş merkezi, bedesten, otel, loft daireler ve teknoloji merkezi fonksiyonlarını içeren, yaklaşık 110.000 m² toplam inşaat alanına sahip karma kullanımlı bir proje geliştirilmesi amacıyla mimari proje çalışmalarının yürütülmesi konusunda bir mimarlık şirketiyle anlaşma sağlanmıştır. Projenin kapsamı, yatırım tutarı, finansman yöntemi ve uygulama takvimi; mimari çalışmaların tamamlanması, gerekli idari izin ve ruhsatların alınması ile teknik ve finansal değerlendirmelerin sonuçlanmasının ardından kesinleşecektir."

Antalya Aksu'ya 359 milyon proje bedeli ile 3 yıldızlı Sun Line Hotel planlanıyor



Antalya ili, Aksu ilçesi, Altıntaş Mahallesi(15454 Ada, 6 Parsel) mevkiindeki Atılgan Gıda İnşaat Turizm Otomotiv Ticaret ve Sanayi Limited Şirketi tarafından yapılması planlanan Turizm Konaklama Tesisi (Sun Line Hotel) projesi ile ilgili olarak 'ÇED Olumlu (Kapsam Ek-2)' kararı verildi. Atılgan Gıda İnşaat Turizm Otomotiv Ticaret ve Sanayi Limited Şirketi tarafından Antalya İli, Aksu İlçesi, Altıntaş Mahallesi, 15454 Ada, 6 Parsel adresinde toplam 2.169 m2'lik alan içerisinde "51 Oda (102 Yatak) Kapasiteli Turizm Konaklama Tesisi (Sun Line Hotel)" yapılması planlanıyor. Atılgan Gıda İnşaat Turizm Otomotiv Ticaret ve Sanayi Limited Şirketi tarafından yapılması planlanan turizm konaklama tesisinde 1.bodrum kat + 2.bodrum kat + zemin kat + 5 kat + çatı katı yer alıyor. 3 yıldızlı otel statüsünde tasarlanmış turizm konaklama tesisinde, 51 oda (2 yatak), 1 adet lokanta, 1 adet açık yemek alanı, 2 adet açık yüzme havuzu bulunuyor. Proje alanının Antalya İl merkezine mesafesi 19,4 km, Aksu İlçe merkezine yaklaşık 9,6 km mesafede bulunuyor. Proje Bedeli: 359.027.000 TL olarak belirlendi.

Rams Bodrum Turizm Yatırımları'ndan, Bodrum'a 1,26 milyar proje bedeli ile turizm konaklama tesisi



Muğla ili, Bodrum ilçesi, Torba Mahallesi, 108 Ada 6 Parsel, Kısmen 108 Ada 4 Parsel ile Kısmen 223 Ada 1 Parsel mevkiindeki Rams Bodrum Turizm Yatırımları A.Ş. tarafından yapılması planlanan Turizm Konaklama Tesisi projesi ile ilgili olarak 'ÇED Olumlu (Kapsam Ek-2)' kararı verildi. Proje alanı özel mülk alanı (tapulu alan), ek alan ve tahsis alan olmak üzere 3 alandan oluşuyor; 108 Ada 6 Parsel Alan; söz konusu parsel yatırımcı firma mülkiyetinde olup parselin toplam yüzölçümü 29.099 m² olarak belirtiliyor. Muğla İli, Bodrum İlçesi, Torba Mahallesi, 108 Ada 6 Parsel, 108 Ada 6 Parsele ek alan olarak verilen kısmen 108 Ada 4 Parsel ile kısmen 223 Ada 1 Parselde kalan alan ve 108 Ada 4 Parselde geriye kalan tahsis olarak verilen alan olmak üzere toplam 46.385 m2 alanda planlanan turizm konaklama tesisinin 185 oda ve 300 yatak kapasiteli olması planlanıyor. Turizm konaklama tesisinin; 108 Ada 6 Parsel Alan ve Ek Alanda 125 oda (180 yatak), Tahsis Alanda ise 60 oda (120 yatak) ile toplam 185 oda (300 yatak) kapasitesinde olması planlanıyor. Ayrıca lokanta, açık yemek alanı, alakart lokanta, lobi bar, pastane, çok amaçlı salon, açık yüzme havuzu, Türk hamamı, buhar odası, masaj odası, aletli jimnastik salonu, satış ünitesi, otopark vb yapılması planlanıyor. 29.099 m²'lik 108 Ada 6 Parsel alanın 20.508 m2'si Turizm Tesis Alanı, 8.590 m2 'si ise Günübirlik Tesis Alanı oluyor. Günübirlik tesis alanında 5 blok ve 1 havuz, turizm tesis alanında ise 17 adet bloktan oluşuyor. (108 Ada 6 Parsel Alanda toplam 22 blok). Ek alan ve tahsis alanda ise 13 blok oluyor. Böylece planlanan turizm konaklama tesisinde toplamda 35 blok olması planlanıyor. Proje konusu faaliyet alanı kuş uçumu yaklaşık; Muğla İl Merkezinin 77,96 km güneybatısında, Bodrum İlçe merkezinin 9,30 km kuzeydoğusunda, Torba Mahallesi merkezinin 4,30 km kuzeydoğusunda yer alıyor. Proje Bedeli: 1.263.095.752 TL olarak belirlendi.

Avrupa otel yatırımlarında İstanbul 2. sırada: Kentte 50 yeni otel projesi geliştiriliyor


Can Kadir Yalnızcan

Türkiye'nin turizm potansiyeli ve İstanbul'un küresel bir iş ile kültür merkezi olma konumu, konaklama gayrimenkulleri pazarındaki hareketliliği artırıyor. Küresel otelcilik raporlarına yansıyan verilere göre Londra'nın ardından Avrupa'nın en çok otel projesi geliştirilen ikinci kenti olan İstanbul, 50 yeni otel yatırımı ve binlerce odalık ilave kapasiteyle büyümesini sürdürüyor. Otel ve turizm gayrimenkulü pazarındaki gelişmeleri değerlendiren CBRE Türkiye Genel Müdürü Can Kadir Yalnızcan, konuya ilişkin açıklamasında şunları kaydediyor: "İstanbul turizmde yalnızca ziyaretçi sayısıyla değil, kişi başı harcama potansiyeli ve kurumsal seyahat dinamikleriyle de küresel ölçekte en cazip destinasyonlardan biri haline geldi. Uluslararası konaklama markalarının Türkiye pazarında portföylerini genişletme ve yeni konseptlerle yer alma isteği son derece yüksek. Kentte 50 yeni otel projesinin geliştirilmekte olması, İstanbul'un uzun vadeli turizm ve gayrimenkul potansiyeline duyulan güvenin açık bir göstergesidir." Pazara girecek yeni tesislerin yapısına ve yatırım tercihlerine değinen Can Kadir Yalnızcan, değerlendirmelerini şu sözlerle tamamlıyor: "Geliştirilmekte olan projelerin önemli bir bölümü lüks ve üst segment otel kategorisinde yer alıyor. Şehir merkezindeki arsa kısıtı nedeniyle yatırımcıların karma kullanımlı projelere, markalı rezidans konseptlerine ve kentin gelişen yeni ulaşım akslarına odaklandığını görüyoruz. Önümüzdeki süreçte hizmete girecek bu nitelikli tesisler, hem kentin yatak kapasitesini artıracak hem de İstanbul'un nitelikli turist çekme hedeflerini doğrudan destekleyecektir."

IHG Hotels & Resorts, Türkiye'deki büyümesini Holiday Inn Express Bursa Çekirge ile sürdürüyor



Dünyanın önde gelen otelcilik şirketlerinden IHG Hotels & Resorts, Türkiye'deki büyümesine yeni bir anlaşmayla devam ediyor. IHG ile Kahraman Grup arasında imzalanan anlaşma kapsamında, 70 odalı Holiday Inn Express Bursa Çekirge hayata geçirilecek. Bursa'nın öne çıkan bölgelerinden Çekirge'de konumlanacak otel; Holiday Inn Express markasının modern, güvenilir ve pratik konaklama deneyimini şehre taşıyacak. Proje, hem iş hem de tatil amaçlı seyahat eden misafirlere hitap edecek. Yeni anlaşma, IHG Hotels & Resorts'un Bursa'daki varlığını güçlendirirken, grubun Türkiye genelindeki büyüme stratejisinin de önemli bir parçasını oluşturuyor. IHG'nin dünyanın en bilinen otel markalarından biri olan Holiday Inn Express, misafirlerine ihtiyaç duydukları temel hizmetleri yalın, konforlu ve verimli bir deneyimle sunmasıyla öne çıkıyor. IHG Hotels & Resorts ve Kahraman Grup arasında kurulan iş birliğiyle hayata geçirilecek Holiday Inn Express Bursa Çekirge'nin, şehrin gelişen turizm ve konaklama sektörüne modern ve konforlu yeni bir seçenek kazandırması hedefleniyor. Bu anlaşmayla birlikte IHG Hotels & Resorts, güçlü global marka portföyü ve yerel yatırımcılarla geliştirdiği uzun vadeli iş birlikleri doğrultusunda Türkiye'deki büyümesini sürdürmeye devam ediyor.

İzmir, Bayraklı'ya 477 milyon proje bedeli ile 4 yıldızlı otel geliyor



İzmir ili, Bayraklı ilçesi, Adalet Mahallesi, 1593/1 Sokak No:17 (Tapunun Salhane Mahallesi, 25553 Ada, 1 Nolu Parseli) mevkiindeki İmarsan İnşaat Elektronik Bilgisayar Gıda Hayvancılık Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi tarafından yapılması planlanan Turizm Konaklama Tesisi Projesi (73 Oda Kapasiteli Otel) projesi ile ilgili olarak 'ÇED Olumlu (Kapsam Ek-2)' kararı verildi. Proje kapsamında kurulacak 4 yıldızlı otelde 5 tanesi suit oda olmak üzere toplamda 73 adet oda yer alıyor. Kurulması planlanan otelde ayrıca; lokanta, çok amaçlı salon, toplantı salonu, kapalı yüzme havuzu, Türk hamamı, sauna, masaj ünitesi ve aletli jimnastik salonu yer alıyor. Giriş katında lobi, danışma, çocuk oyun alanı, kafeterya, mutfak ve ofisler yer alırken, 10. kat terasında yüzme havuzu, bodrum (-1) ve bahçede otopark alanları bulunması planlanıyor. Proje alanı batı yönünde Manas Bulvarına yürüme mesafesinde (100m), Salhane Metro Durağı'na kuş uçumu 660m, Altınyol(D550)'a 850m mesafede; güneyde Ankara Asfaltı(D300)'na 500m mesafede yer alıyor. Proje Bedeli: 477.922.000 TL olarak belirlendi.

İzmir, Selçuk'ta 906 milyon proje bedelli Duja Ephesus Otel için "ÇED Olumlu" kararı verildi



İzmir ili, Selçuk ilçesi, Selçuk Mahallesi, Pamucak Mevkii, 1 nolu özel parsel (3107 ada 14 parsel) sınırları içerisinde, Bodrum Otel İşletmeleri A.Ş. tarafından yapılması planlanan turizm konaklama tesisi (Duja Ephesus Otel) projesi ile ilgili olarak 'Çevresel Etki Değerlendirmesi Olumlu' Kararı verildi. Turizm konaklama tesisinin, zemin+iki katlı olarak, 380 oda kapasitesindeki ana bina, A, B ve C bloklar ile 2 adet villa olarak toplam 382 birim ve 1.000 yatak kapasitesinde olması planlanıyor. Projenin toplam kapasitesinin, 382 konaklama birimi (380 oda ve 2 villa) ve 1.000 yatak olması; projedeki yapıların, maksimum zemin+iki katlı yapı şeklinde inşa edilmesi, toplam inşaat alanının 35.880 m² olması planlanıyor. Ayrıca 3.000 m² alanda aquapark alanı (havuzlar dahil) olarak planlandı. Tesisin konaklama birimlerinin dışında restoranlar, aquapark, açık ve kapalı havuzlar ile güneşlenme alanları, konferans salonu, spa (sauna, hamam, masaj vb.), fitness-plates salonu, satış birimleri vb. ile hizmet vermesi planlanıyor. Proje Bedeli: 906.640.000 TL olarak belirlendi.



Modern tasarım anlayışı, estetiği ve güvenliği bir arada sunan TOP 100 INNOVATOR ödüllü Dekodur; deko FireSafe®, üstün yangın güvenliği ve zarif tasarım çözümleriyle inovasyon dünyasına öncülük ediyor. EN 13501-1 standartlarına göre A1 ve A2-s1-d0 yangın sınıflarında sertifikalandırılan deko FireSafe® yanmaz özelliği sayesinde yapılarda yangın riskini minimize ederek güvenli alanlar oluşturur.
Dekodur yüksek basınçlı dekoratif yüzey laminatları, otel oda mobilyalarında, televizyon ürünlerinde, valizliklerde, dolap kapaklarında, iç cephe duvar kaplamalarında, asansör kabinlerinde, yemekle temaslı masa ve tezgah yüzeylerinde, otel ve turizm yatırımlarında tavan ve kolon kaplamalarında, otel baffle asma tavanlarında, restoran açık ve kapalı mutfaklarında, kapı kanat ve pervazlarında, resepsiyon ve bar bankolarında, gemi ve yat mobilyalarında, otel genel mahalleri ıslak hacim wc ve duş bölmelerinde, sabit ve hareketli mobilyalarda, hijyenik, antistatik ve darbeden etkilenmeyen yüzey yapısı ile her alanda kullanılır.

BERK®

www.berklaminat.com.tr
Berk Laminat Limited - Kağıthane Caddesi No:19/A, Kağıthane - İstanbul 34403
Tel: +90 212 295 47 55 Whatsapp: +90 536 566 90 52 E-Posta: destek@berklaminat.com.tr

Marleo Port Projesi 2027 yaz sezonunda tam kapasiteyle hizmet vermeye hazırlanıyor



Balıkesir'in Altınoluk bölgesinde hayata geçirilen Marleo Port'ta yatırımın son aşamasına geçilirken, projenin ticari alanları için marka ve işletmecilerle görüşme süreci başlıyor. Ateşoğlu İnşaat Yönetim Kurulu Başkanı Hakan Peker'in yaklaşık 150 milyon TL öz sermaye yatırımıyla hayata geçirdiği proje; 20 odalı butik otel, plaj, restoran ve 5 ticari alandan oluşuyor. Denize sıfır konumda yer alan Marleo Port, ana ulaşım güzergâhına yakınlığı ve yüksek görünürlüğüyle ticari alanlar açısından da avantaj sağlıyor. Proje yönetiminin paylaştığı verilere göre, Marleo Port'un bulunduğu güzergâhtan günlük yaklaşık 36 bin araç geçişi gerçekleşiyor. Marleo Port'un yatırım sürecini değerlendiren Ateşoğlu İnşaat Yönetim Kurulu Başkanı Hakan Peker, başlangıçta küçük ölçekli bir butik otel olarak planlanan projenin, arsanın konumu ve bölgedeki ticari potansiyelin değerlendirilmesiyle büyüdüğünü belirtti. Peker, yatırımın yalnızca konaklama odaklı değil, farklı kullanım alanlarını bir araya getiren ve yıl boyunca faaliyet gösterebilecek bir yapıda kurgulandığını ifade etti. Projenin ticari yapısının da bu yaklaşım doğrultusunda şekillendirildiğini belirten Peker, yaklaşık 100'er metrekarelik 5 ticari alanın kafe, restoran ve farklı yeme-içme konseptleri için planlandığını söyledi. Aynı müşteri kitlesine hitap eden işletmelerin yan yana konumlanması yerine, birbirini tamamlayan farklı markaların yer alacağı bir yapı oluşturmayı hedeflediklerini belirten Peker, marka ve işletmeci seçiminde yalnızca kiralama koşullarının değil, işletmelerin Marleo Port'un müşteri profiline ve genel yapısına uyumunun da değerlendirileceğini ifade etti.

Küçük bir butik otel fikri 150 milyon TL'lik yatırıma dönüştü

Marleo Port'un temeli, Hakan Peker'in Körfez bölgesinde daha sakin bir yaşam kurma düşüncesiyle küçük ölçekli bir butik otel fikriyle atıldı. Satın alınan arsanın potansiyeli ve zaman içinde oluşan ticari talepler doğrultusunda yatırımın kapsamı genişletildi. Başlangıçta küçük bir otel ve birkaç ticari alandan oluşması planlanan yatırım, bugün 20 odalı butik otel, plaj, restoran ve 5 ticari alanı kapsayan yaklaşık 150 milyon TL'lik bir projeye dönüştü. Üst katta deniz manzaralı restoranın yer aldığı projede plaj alanı ise yalnızca otel misafirlerine değil, günübirlik ziyaretçilere de hizmet verecek. Marleo Port'un ilk etabının tamamlanmasıyla birlikte otelin 2027'nin ilk aylarında faaliyete geçmesi planlanıyor. Otel, plaj ve ticari alanların tamamı 2027 yaz sezonunda tam kapasiteyle hizmet verecek. 5 ticari alan için marka ve işletmecilerle yapılacak görüşmelerin de bu takvimden önce tamamlanması planlanıyor. Projenin tam kapasiteye ulaşmasıyla otel ve plaj bölümlerinde yaklaşık 100 kişilik istihdam oluşması, ticari alanların da faaliyete geçmesiyle toplam istihdamın yaklaşık 150 kişiye ulaşması öngörülüyor. Marleo Port, 2027 yaz sezonunda otel, plaj, restoran ve ticari alanlarıyla birlikte tam kapasiteyle hizmet verecek.

Akçay Otelcilik Turizm, Edremit'e 244 odalı otel planlıyor



Balıkesir ili, Edremit ilçesi, Zeytinli Mahallesi (1812 Ada, 3 Nolu Parsel) mevkiindeki Akçay Otelcilik Turizm ve İşletme A.Ş. tarafından yapılması planlanan Otel ve Ticari Alan (244 Oda, 706 Yatak Kapasiteli ve 6 Adet Ticari Alan) projesi ile ilgili olarak 'ÇED Olumlu (Kapsam Ek-2)' kararı verildi. Turizm konaklama tesisi olarak belirlenen proje, Balıkesir İli, Edremit İlçesi, Zeytinli Mahallesi, 1812 Ada, 3 Nolu Parsel üzerinde yer almakta olup, 41.318 m2 tapu alanın 9.195 m2 alanda faaliyet gösteriyor. Parsel Alanı Büyüklüğü: 41.318 m2 Proje Alanı Arsa Büyüklüğü: 9.195 m2 Proje Bürüt İnşaat Büyüklüğü: 39.984 m2 Bina Oturum Alanı Büyüklüğü: 5.135 m2 Peyzaj Alanı Miktarı: 4.059 m2 olarak belirtiliyor. Projenin planlandığı parsel üzerinde mevcut durumda yatırımcı firma tarafından kiralanan otel yer alıyor. Proje inşaat çalışmalarına başlamadan önce mevcut durumda yer alan otelin yıkılması planlanıyor. Proje kapsamında 1 bloktan oluşan 244 oda, 706 yatak kapasiteli ve 6 adet ticari alan faaliyeti planlanıyor. Proje Bedeli: 829.282.468 TL olarak belirlendi.

Ramada by Wyndham Zonguldak Çaycuma için imzalar atıldı



Wyndham Hotels & Resorts ile Çolakoğlu Yapı Ltd. Şti. arasında imzalanan franchise anlaşması kapsamında hayata geçirilecek 105 odalı Ramada by Wyndham Zonguldak Çaycuma, Çaycuma'da uluslararası bir markayla hizmet verecek ilk tesis olma özelliğini taşıyor. Yönetimini Softotel Hotel Management'ın üstleneceği proje, Filyos ve çevresindeki altyapı gelişimine katkı sağlarken iş ve tatil amaçlı seyahat eden misafirlere yüksek standartlarda konaklama deneyimi sunacak. Norm Architects imzası taşıyan mimarisiyle öne çıkan Ramada by Wyndham Zonguldak Çaycuma, 105 misafir odasının yanı sıra bölgedeki ticari hacimle birlikte artan etkinlik ve toplantı ihtiyacını karşılayacak modern bir kongre merkezine de ev sahipliği yapacak. Filyos Limanı'na yakın stratejik konumuyla tesis, bölgenin büyüyen sanayi merkezlerine erişim kolaylığı sağlarken Karadeniz'in doğal ve tarihi değerlerini keşfetmek isteyen turistler için de önemli bir konaklama noktası oluşturacak. Türkiye genelinde 130'dan fazla oteliyle faaliyet gösteren Wyndham, 40'a yakın yeni projeden oluşan yatırım stokuyla gelişmekte olan ikincil pazarlardaki büyüme stratejisini bu yatırımla sürdürüyor. İmzalanan iş birliğini değerlendiren Wyndham Hotels & Resorts Türkiye Ülke Direktörü Arcan Bayraktaroğlu, Filyos Limanı ve sanayi altyapısının bölgede yeni bir konaklama talebi yarattığına dikkat çekerek, büyük turizm merkezlerinin yanı sıra uzun vadeli potansiyel sunan yeni destinasyonların gelişimine katkı sağlamayı sürdürdüklerini vurguladı. Çolakoğlu Yapı Ltd. Şti. Yönetim Kurulu Üyesi Ahmet Çolakoğlu ise Filyos ve Çaycuma'nın sanayi ve turizm hareketliliğiyle yeni bir döneme girdiğini belirterek, projenin başarısını Wyndham'ın küresel gücü, güçlü satış ağı ve Ramada markasının uluslararası tanınırlığıyla desteklemekten memnuniyet duyduklarını ifade etti.

Navitas Spa & Sports
standartların üstünde
bir deneyim!

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

- Uzman tasarım ve inşa 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 müşteriyi elde tutma sonuçları



Sağlık Merkezinizin operasyon ihtiyaçlarına göre *özelleştirilebilir!*

SPA DANIŞMANLIĞI
İş hedeflerinize **ulaşmanızı** ve **yatırım getiriniz** elde etmenize için sizinle birlikte **çalışıyoruz.**

SPA TASARIMI
Uzman ekibimiz, hayalinizdeki **spa tesislerini** hayata geçirmek için **sizinle birlikte** çalışacaktır.

SPA GELİŞTİRME
Spanızı **kurmanızdan sonra sorunsuz, stressiz** bir inşa süreci sağlamak için **süreci yöneteceğiz.**

SPA ÇÖZÜM ORTAKLIĞI
Yapılan **ciro** üzerinden **kâr paylaşımı** yapılmaktadır.

SPA KİRALAMA İŞLETMECİLİĞİ
Mevcut Spa'ya **kira bedeli** biçilmektedir.

Zamanı güzelleştirmek için Navitas Spa hep iyi bir fikirdir.



BEDENİNİZİ VE RUHUNUZU NAVİTAS SPA'DA DİNLENDİRİN!

info@navitasspa.com

Navitasspa & sports

www.navitasspa.com
www.navitassports.net

Coral Travel'dan dijital dönüşümle yeni nesil seyahat ekosistemi

Turizm sektörünün köklü markalarından Coral Travel, değişen seyahat alışkanlıkları, yeni nesil müşteri beklentileri ve teknolojideki hızlı gelişmeler doğrultusunda yürüttüğü 360 derece dijital dönüşümünü tamamlıyor. Coral Travel'ın dönüşümü yalnızca dijital kanalların yenilenmesini değil, şirketin teknoloji mimarisinden veri altyapısına, satış ve dağıtım kanallarından müşteri ilişkileri yönetimine kadar tüm iş yapış biçiminin yeniden ele alınmasını kapsıyor. Böylece şirket, geleneksel tur operatörü deneyimini teknoloji ve veri yetkinlikleriyle birleştirerek daha çevik ve bütünleşik bir seyahat ekosistemi oluşturuyor. Yeni yapı ile Coral Travel, müşterinin seyahat fikrinin oluştuğu ilk andan araştırma ve rezervasyona, seyahat öncesi iletişimden tatil sürecine ve seyahat sonrasındaki ilişkiye kadar uzanan tüm yolculuğu daha bütüncül bir şekilde yönetmeyi hedefliyor. Dönüşümün temelini farklı sistem ve kanallarla bütünleşmeye açık, esnek ve ölçeklenebilir yeni nesil teknoloji mimarisi oluşturdu. Bireysel ve acente satış sistemlerinden rezervasyon altyapısına, ödeme sistemlerinden müşteri ilişkileri yönetimine, mobil uygulamadan üçüncü taraf hizmetlere kadar Coral Travel ekosistemindeki farklı teknoloji bileşenleri bütünleşik bir yapı içerisinde yeniden ele alındı. Yenilenen coraltatil.com internet sitesi ve rezervasyon altyapısı; kullanıcıların seyahat ürünlerine daha kolay ulaşabilmesi, farklı seçenekleri değerlendirebilmesi ve rezervasyon yolculuğunu mümkün olduğunca hızlı ve kesintisiz tamamlayabilmesi amacıyla yeniden yapılandırıldı. Coral Tatil Mobil uygulaması ise yalnızca bir satış kanalı olarak değil, müşterinin Coral Travel ile seyahat öncesinde, sırasında ve sonrasında iletişim kurabileceği sürekli bir dijital temas noktası olarak konumlandırıldı. Acente tarafında ise Coral Travel'ın geniş satış ağının ihtiyaçlarına yönelik dijital altyapısı güçlendirildi. Acentelerin ürünlere, fiyatlara ve rezervasyon olanaklarına daha hızlı ulaşabilmesi, satış süreçlerini daha verimli yönetebilmesi ve müşterilerine daha geniş bir ürün yelpazesi sunabilmesi hedeflendi. Dinamik paketleme altyapısıyla otel, uçak ve transfer gibi farklı seyahat bileşenlerinin bir araya getirilerek daha esnek seyahat seçeneklerinin oluşturulabilmesi de bu dönüşümün önemli parçalarından biri oldu. Dönüşümün önemli bir ayağını da veri oluşturuyor. Müşteri davranışları, satış verileri, dijital kanal performansı ve pazarlama sonuçlarının merkezi bir yapı içerisinde değerlendirilmesiyle veri, yalnızca performansı ölçen değil, satış, pazarlama, ürün yönetimi ve müşteri deneyimi kararlarını destekleyen stratejik bir kaynağa dönüşüyor. Yapay zekâ ve otomasyon da bu yeni yapının önemli bileşenleri arasında yer alıyor. İçerik üretimi, müşteri gruplandırması, ürün ve destinasyon önerileri, talep ve davranış analizleri ile dijital pazarlama süreçlerinde yapay zekâ destekli uygulamalardan yararlanılıyor. Pazarlama otomasyonları ve kişiselleştirme çözümleri sayesinde müşterilerin seyahat yolculuğunun farklı aşamalarında ihtiyaçlarına daha uygun içerik ve tekliflerle karşılaşması hedefleniyor. Yapay zekâ destekli bütçe ve teklif optimizasyonları, otomatik hedef kitle oluşturma, ürün bazlı reklam modelleri, kişiye ve davranışa göre değişebilen reklam içerikleri ve makine öğrenmesiyle çalışan kampanya yapıları bu yeni dönemin önemli bileşenlerini oluşturuyor. Coral Travel Türkiye Genel Müdürü Mehmet Kamçı, dijital dönüşümün şirket açısından anlamını şöyle değerlendirdi: "Dijital dönüşümü yalnızca teknoloji yatırımı ya da yeni dijital kanallar oluşturmak olarak görmüyoruz. Değişen müşteri beklentilerini daha iyi anlayabilmek ve onlara seyahatlerinin her aşamasında daha iyi bir deneyim sunabilmek için şirketimizin tüm iş yapış biçimini dönüştürdük. Teknoloji, veri, yapay zekâ ve otomasyonu; güçlü turizm deneyimimiz ve dağıtım ağımızla bir araya getirdik. Bundan sonraki hedefimiz, müşterimizin ihtiyacını daha iyi anlayan, doğru seyahat deneyimini doğru zamanda sunabilen ve rezervasyondan seyahat sonrasına kadar kesintisiz bir deneyim



sağlayan bir Coral Travel yaratmak." Coral Travel'ın dönüşüm yaklaşımının önemli farklarından biri de çevrim içi satışların büyütülmesi. İnternet sitesi, mobil uygulama ve çağrı merkezinin yanı sıra Coral Travel satış ofisleri ve geniş acente ağı da yeni nesil müşteri deneyiminin ayrılmaz parçaları olarak konumlandırılıyor. Müşteri ilişkileri ve veri altyapısının bu çok kanallı yapıyla bütünleşmesi sayesinde farklı temas noktalarında oluşan etkileşimlerin daha kapsamlı değerlendirilmesi hedefleniyor. Böylece müşteriler seyahatlerini dijital kanallarda araştırırken çağrı merkezinden destek alabiliyor, fiziksel satış noktalarında başlayan bir yolculuğu dijital kanallarda sürdürebiliyor. Coral Travel'ın satış ofisleri ve geniş acente ağı da bu bütünleşik deneyimin parçası olarak konumlandırılıyor. Coral Travel için hayata geçirilen dijital dönüşüm bir son değil; şirketin gelecekte geliştireceği yeni hizmet ve deneyimlerin temelini oluşturan yeni bir başlangıç niteliği taşıyor. Bu vizyonun merkezinde; müşterinin tercihlerini daha iyi anlayabilen, ihtiyacına uygun destinasyon ve ürünleri önerebilen, doğru zamanda doğru iletişimi kurabilen, farklı satış ve hizmet kanalları arasında kesintisiz bir deneyim sağlayabilen ve seyahat öncesinden seyahat sonrasına kadar müşteriyle ilişkisini sürdürebilen bir yapı bulunuyor. Mehmet Kamçı şirketin hedeflerini şu sözlerle anlatıyor: "Geleneksel tur operatörü deneyimini güçlü teknoloji altyapısı, merkezi veri, dijital pazarlama, yapay zekâ, otomasyon ve çok kanallı dağıtım gücüyle birleştiren Coral Travel; yalnızca seyahat satan bir platform olmanın ötesine geçerek müşterinin tüm seyahat yolculuğunu kapsayan yeni nesil, akıllı ve bütünleşik bir seyahat ekosistemi oluşturuyor.

Pegasus, İzmir'den İskandinavya'ya iki yeni hat açıyor

Pegasus Havayolları, 2027 yaz sezonuyla birlikte İzmir'den İskandinavya'ya iki yeni dış hat açmaya hazırlanıyor. AeroRoutes'ta yer alan bilgilere göre Pegasus, İzmir'den Helsinki ve Stockholm Arlanda'ya direkt seferler başlatacak. Her iki hatta da Airbus A320 tipi uçaklar kullanılacak. Pegasus'un İzmir-Helsinki seferleri 3 Nisan 2027 tarihinde başlayacak. Hat ilk etapta haftada 1 frekans olarak işletilecek. 2 Haziran 2027'den itibaren ise sefer sayısı haftada 2'ye çıkarılacak ve programa çarşamba seferleri de eklenecek. Pegasus'un İzmir-Stockholm Arlanda hattı ise 28 Mart 2027 tarihinde başlayacak. Yeni hat haftada 1 frekans olarak pazar günleri işletilecek. Pegasus'un bu iki yeni hattıyla birlikte İzmir'in Kuzey Avrupa bağlantılarının 2027 yaz sezonunda güçlenmesi bekleniyor. -AirportHaber



Prontotour'da gece modu açıldı: ProntON!

Turizm sektöründe trend belirleyen tur operatörü Prontotour, en uygun fiyatlı yeni kampanya konsepti ProntON'u duyurdu. "Pronto'da Gece Modu Açıldı" mottosuyla hayata geçirilen kampanya, haftanın yalnızca bir gecesinde, sınırlı saatler boyunca geçerli olacak gece fırsatlarından oluşuyor. Her hafta çarşamba günü saat 21.00'de başlayacak kampanya, perşembe sabahı saat 09.00'da sona erecek. ProntON kapsamında seçili yurt içi ve yurt dışı seyahat ürünlerinde güçlü fiyat avantajları sunulması planlanıyor. Ancak kampanyaya dahil edilen turlar ve indirim oranları her hafta değişebilecek. Böylece ProntON, klasik ve uzun süre devam eden kampanyalardan farklı olarak seyahatseverlerin her çarşamba gecesi takip edeceği dinamik bir fırsat platformuna dönüşecek. Prontotour Pazarlama Müdürü Burcu Burgazlı, ProntON'un tüketicinin fırsat beklentisine daha dinamik bir yaklaşım getirdiğini belirterek şunları söyledi: "ProntON'u bir anlamda 'Gece İndirim Platformu' olarak kurguladık. Her çarşamba gecesi seçtiğimiz ürünlerde dikkat çekici avantajlar sunacağız. Ancak burada önemli bir nokta var; bir hafta kampanyada gördüğünüz turu sonraki hafta aynı fiyat veya aynı indirimle göremeyebilirsiniz. Çünkü ürünler ve avantajlar sürekli değişecek. Dolayısıyla gerçekten 'alan aldı' diyebileceğimiz, hızlı karar verenlerin avantaj yakalayacağı bir sistem oluşturuyoruz. ProntON ile tüketicinin çarşamba gecelerini takip edeceği yeni bir alışkanlık yaratmak istiyoruz." Kampanyanın 12 saat süre ve kontenjanlarla sınırlı olmasına dikkat çeken Burgazlı, "Çarşamba saat 21.00'de ProntON'u açıyoruz, perşembe sabah 09.00'da kapatıyoruz. Sonraki hafta yeni ürünler ve yeni fırsatlarla tekrar açıyoruz. Seyahatseverler açısından 'Acaba bu hafta ProntON'da ne var?' merakı yaratmayı hedefliyoruz" dedi. Prontotour'un yeni dönem pazarlama stratejisinde dijital kanalların giderek daha fazla önem kazandığını ifade eden Burgazlı, şirketin tüketiciye tek bir mecradan değil, farklı temas noktalarından ulaşmaya odaklandığını belirtti. Seyahat kararının alınma biçiminin son yıllarda ciddi şekilde değiştiğini söyleyen Burcu Burgazlı, "Biz de sürekli kamuoyu araştırmaları yaptırarak bu ritmi takip ediyoruz. Tüketici karar aldığı andan rezervasyon yaptığı ana kadar pek çok farklı dijital kanalla temas ediyor. Sosyal medyadan performans pazarlamasına, içerik çalışmalarından influencer marketing projelerine kadar geniş bir iletişim ağı kullanıyoruz. ProntON gibi dinamik kampanyaları da özellikle dijital mecraların gücüyle büyütmeyi hedefliyoruz.


Burcu Burgazlı

Bu yıl Sahrap Soysal, Tuna Ortaylı ve Selin Atasoy'un yer aldığı 4 bölümden oluşan Karadağ'ı anlatan 'Madem Konu Açıldı' programına sponsor olduk ve bağlarımız olan Balkan coğrafyasını gezginlere farklı yönleriyle tanıtmak istedik" diye konuştu. Prontotour'un yaklaşan erken rezervasyon dönemine yönelik çalışmalarını tamamlamak üzere olduğunu belirten Prontotour Pazarlama Müdürü Burcu Burgazlı, tüketicinin tatilini önceden planlamasını teşvik edecek cazip fiyatlı ürün modelleri üzerinde çalıştıklarını söyledi. Burgazlı, "Erken rezervasyon bizim için yalnızca bir fiyat kampanyası değil, seyahatseverlere daha fazla seçenek ve planlama avantajı sunmak için önemli bir dönem. Önümüzdeki sezon için ürün ekiplerimizle birlikte en iyisine odaklanıyoruz. Bir taraftan da yeni destinasyonları ve farklı seyahat deneyimlerini ürün portföyümüze dahil ederek her kesimin bu dönemden yararlanmasını istiyoruz" dedi.

Hitit, CVSky'ın teknoloji partneri oldu

Havacılık sektörü ve seyahat ekosistemine küresel ölçekte yazılım çözümleri sunan Hitit, Afrika'daki büyümesini Cabo Verde merkezli startup havayolu CVSky ile yaptığı yeni iş birliğiyle sürdürüyor. Yolcu taşımacılığıyla operasyonlarına başlayacak ve ilerleyen dönemde kargo taşımacılığını da faaliyetlerine dahil etmeyi hedefleyen CVSky, yolcu hizmet sistemlerinden muhasebe ve performans çözümlerine, kargo operasyonlarından dijital satış kanallarına uzanan geniş bir ürün portföyü için Hitit'in Crane çözümlerini tercih etti. Yeni iş birliği, Hitit'in Cabo Verde'deki konumunu da güçlendirdi. Ülkenin en büyük havayolu Cabo Verde Airlines ile halihazırda çalışan Hitit, CVSky'ın da partner ağına katılmasıyla Cabo Verde'de aktif olarak tarifeli ve charter uçuş gerçekleştiren tüm havayollarına teknoloji sağlayan şirket konumuna geldi. Hitit böylece Cabo Verde havacılık sektöründeki güçlü varlığını pekiştirirken, Afrika pazarındaki büyümesini de yeni bir iş ortaklığıyla ileri taşıdı. Geniş bir büyüme perspektifiyle yola çıkan CVSky, iş birliği kapsamında Hitit'in kapsamlı Yolcu Hizmet Sistemleri (PSS) ürün ailesinin yanı sıra Gelir Muhasebesi ve İş Performansı Endeksi gibi muhasebe ve performans çözümlerini kullanacak. Gelecekte operasyonlarını kargo taşımacılığına da genişletmeyi hedefleyen havayolu, bu doğrultuda Hitit'in kargo çözümlerini de teknoloji altyapısına dahil edecek. Hitit'in modüler ve ölçeklenebilir teknoloji altyapısı sayesinde CVSky, operasyonlarının farklı aşamalarındaki ihtiyaçlarını aynı teknoloji ekosistemi üzerinden yönetebilecek. Bu iş ortaklığı, daha sorunsuz rezervasyon süreçleri, güçlendirilmiş dijital satış kabiliyetleri, daha verimli yolcu hizmetleri ve seyahatin her aşamasında iyileştirilmiş hizmet kalitesi sayesinde müşteri deneyimini önemli ölçüde geliştirecektir. Hitit teknolojileri sayesinde CVSky, operasyonel güvenilirliğini ve bağlantı kabiliyetlerini artırarak Cabo Verde genelindeki adalar arası hava ulaşımını daha güçlü ve kesintisiz hale getirme hedefini de destekleyecek. İş birliği, startup aşamasından itibaren büyüme hedeflerini destekleyecek teknolojik altyapıyı oluştururken, CVSky'ın operasyonlarını yeni iş alanlarına genişletmesine de olanak sağlayacak. Hitit Genel Müdürü Nevra Onursal Karaağaç, yeni iş birliğine ilişkin şu değerlendirmede bulundu: "CVSky'ın büyüme yolculuğuna daha başlangıç aşamasından itibaren eşlik etmekten büyük memnuniyet duyuyoruz. Aynı ülke içerisinde birden fazla havayolunun teknoloji partneri olmak, yalnızca ürünlerimizin yetkinliğinin değil, partnerlerimizle kurduğumuz uzun


Nevra Onursal Karaağaç

soluklu iş birliklerinin ve sunduğumuz yüksek hizmet kalitesinin de önemli bir göstergesi. CVSky'ın yolcu taşımacılığından kargoya uzanan büyüme hedeflerini geniş ürün portföyümüz ve havacılık teknolojilerindeki deneyimimizle desteklemekten mutluluk duyuyoruz. Bu yeni iş birliğinin Cabo Verde'deki güçlü konumumuzu pekiştirirken Afrika'daki büyümemize de katkı sağlayacağına inanıyoruz." CVSky Başkanı Manuel Lima, Hitit ile gerçekleştirilen iş ortaklığına ilişkin şu açıklamada bulundu: "CVSky'ın gelecekteki büyümesinin temellerini atarken Hitit ile iş ortaklığı kurmaktan büyük mutluluk duyuyoruz. Hitit'in ileri teknoloji çözümleri sayesinde yolcularımıza rezervasyon aşamasından seyahatin sonuna kadar daha akıcı ve verimli bir deneyim sunabileceğiz. Bunun yanında, Cabo Verde'deki temel hedeflerimizden biri olan güvenilir adalar arası hava ulaşımının güçlendirilmesine de katkı sağlayacağız."

Kruvaziyer turizminin yeni merkezi İstanbul

Türkiye'nin kruvaziyer turizminde son yıllarda yakaladığı ivme, uluslararası şirketlerin rota planlamalarına da yansımaya başladı. İstanbul, sahip olduğu havayolu bağlantıları, tarihi ve kültürel zenginliklerinin yanı sıra Galataport İstanbul'un kruvaziyer altyapısıyla Akdeniz çanağında ana liman merkezi olarak öne çıkıyor. Bu yöndeki en dikkat çekici gelişmelerden biri AROYA Cruises'dan geldi. Şirket, 10 Ekim 2026-24 Nisan 2027 tarihleri arasında İstanbul'u ana liman olarak kullanacağı yeni programıyla Galataport İstanbul çıkışlı seferler gerçekleştirecek. Program kapsamında Bodrum, Marmaris, Kuşadası ve İskenderiye gibi Akdeniz'in önemli destinasyonları ziyaret edilecek. AROYA'nın tercihi, İstanbul'un kruvaziyer trafiğinin yaz sezonunun dışına taşınması açısından da yeni bir adım olacak. Galataport İstanbul'da düzenli kış seferleri Kasım 2024'te MSC ile başladı. Kasım 2024-Nisan 2025 döneminde 25 seferde 55 bin yolcu, Kasım 2025-Nisan 2026 döneminde ise 21 seferde 52 bin yolcu ağırlandı. AROYA'nın da sisteme dahil olmasıyla Kasım 2026-Nisan 2027 döneminde Galataport İstanbul'da 51 sefer ve 150 bin yolcu hedefleniyor. AROYA'nın bu toplam içindeki payının 26 sefer ve 78 bin yolcuya ulaşması bekleniyor. Böylece geçen yıla göre kış dönemindeki sefer sayısında yüzde 143, yolcu sayısında ise yüzde 188 artış öngörülüyor. Bu tablo, İstanbul'un klasik yaz sezonunun dışına çıkarak 12 ay boyunca kruvaziyer gemilerine ana liman hizmeti verebilen bir destinasyona dönüşmesi açısından önem taşıyor. AROYA'nın İstanbul için planladığı yeni programın Türkiye'nin diğer limanlarına da doğrudan katkı sağlaması bekleniyor. İstanbul başlangıçlı programda Türk limanlarına yapılacak ilave uğraklarla birlikte şirketin Türkiye kruvaziyer sektörüne katkısının 76 ek sefere ulaşacağı belirtiliyor. İstanbul'daki yeni ana liman hareketliliği, Türkiye genelindeki güçlü kruvaziyer performansının yaşandığı bir döneme denk geldi. Türkiye limanlarını ziyaret eden kruvaziyer yolcu sayısı, 2026 yılının ilk yedi ayında 1 milyon 70 bin 481'e ulaştı. Aynı dönemde Türk limanlarına 656 kruvaziyer tipi yolcu gemisi uğradı. Yılın başında daha sınırlı olan trafik, turizm sezonuyla birlikte hızla arttı. Ocak ayında 28 bin 625 olan kruvaziyer yolcu hareketliliği, temmuz ayında 314 bin 26'ya yükseldi. Toplam 1 milyon 70 bin 481 kişilik hareketliliğin; 192.461'ini ana liman yolcuları, 878 bin 20'sini transit yolcular oluşturdu. İstanbul, 2026 yılının ilk yedi ayında 128.908 ana liman yolcusuyla Türkiye'de ilk sırada yer aldı. İstanbul'u 28 bin 177 ana liman yolcusuyla Kuşadası, 20 bin 844 ana liman yolcusuyla Çeşme takip etti. Ana liman ve transit yolcuların tamamını kapsayan toplam hareketlilikte ise Kuşadası ilk sırayı aldı. Kuşadası Liman Başkanlığına bağlı



limanlara ilk yedi ayda 274 kruvaziyer gemisi uğrarken, toplam 480 bin 983 yolcu hareketliliği gerçekleşti. İstanbul Liman Başkanlığına bağlı limanlar ise 119 gemi ve 265 bin 369 yolcu ile Kuşadası'nı takip etti. Türkiye'nin kruvaziyer performansı yalnızca İstanbul ve Kuşadası ile sınırlı kalmadı. Marmaris'te 28 gemi ve 78 bin 319 yolcu, Bodrum'da 59 gemi ve 68 bin 633 yolcu, İzmir'de 35 gemi ve 66 bin 398 yolcu, Çeşme'de ise 39 gemi ve 22 bin 866 yolcu hareketliliği kaydedildi. Türkiye'nin Akdeniz, Ege, Marmara ve Karadeniz kıyılarına yayılan bu hareketlilik, ülkenin kruvaziyer turizminde çok merkezli bir destinasyon yapısına kavuştuğunu ortaya koyuyor. İstanbul'da ise yeni ana liman programlarının devreye girmesiyle bu büyümenin farklı bir boyuta taşınması bekleniyor. Galataport İstanbul'un kış döneminde de uluslararası kruvaziyer şirketleri tarafından ana liman olarak tercih edilmesi, Türkiye'nin kruvaziyer turizminde sezonu 12 aya yayma hedefinin en somut göstergelerinden biri olarak öne çıkıyor. Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı (TGA), Türkiye'yi uluslararası alanda güçlü bir kruvaziyer merkezi haline getirmek amacıyla GoTürkiye platformu üzerinden hedefli tanıtım ve pazarlama faaliyetleri yürütüyor. Bu çalışmalarla Türkiye'nin kruvaziyer destinasyonlarının uluslararası görünürlüğünün artırılması ve ülkemizin küresel kruvaziyer turizmindeki rekabet gücünün daha da güçlendirilmesi hedefleniyor.

Pegasus ile AirAsia'dan tarihi iş birliği

Pegasus Hava Yolları ile AirAsia X, İstanbul Sabiha Gökçen–Kuala Lumpur hattını kapsayan kod paylaşımı anlaşmasına imza attı. İş birliğiyle Pegasus'un uçuş ağı ilk kez İstanbul Sabiha Gökçen üzerinden Güneydoğu Asya'ya bağlanırken, AirAsia da tarihindeki ilk kod paylaşımı anlaşmasını gerçekleştirmiş oldu. Pegasus yolcuları, AirAsia X tarafından gerçekleştirilen İstanbul Sabiha Gökçen–Kuala Lumpur direkt uçuşlarını Pegasus'un satış kanalları üzerinden satın alabilecek. Yolcular, Pegasus'un Türkiye ve yurt dışındaki uçuş noktalarından İstanbul'a gelerek Kuala Lumpur'a bağlantı yapabilecek; check-in ve bagaj işlemleri nihai varış noktasına kadar gerçekleştirilebilecek. AirAsia X, İstanbul Sabiha Gökçen–Kuala Lumpur hattında Kasım 2025'ten bu yana haftada dört frekans uçuyor. Hattın Şubat 2027 itibarıyla günlük olarak işletilmesi planlanıyor. İki şirket, iş birliğini ilerleyen dönemde daha fazla destinasyonu kapsayacak şekilde genişletmeyi hedefliyor. Pegasus Hava Yolları CEO'su Güliz Öztürk, "İstanbul Sabiha Gökçen, Avrupa ile Asya arasında doğal bir bağlantı noktası ve bu iş birliği, iki kıtayı buluşturuyor" dedi. Öztürk, AirAsia'nın tarihindeki ilk kod paylaşımı anlaşmasını Pegasus ile yapmasının kendileri açısından gurur verici olduğunu belirtti. AirAsia Group CEO'su Bo Lingam ise anlaşmanın şirketin 25. yılında önemli bir dönüm noktası olduğunu söyledi. Lingam, AirAsia'nın Asya'daki geniş ağının Pegasus'un 57 ülkede 161 destinasyona uzanan ağıyla



birleşmesi sayesinde Avrupa'nın Asyalı yolcular, ASEAN bölgesinin ise Avrupalı yolcular için daha erişilebilir hale geleceğini ifade etti. Anlaşma, İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanı'nın Avrupa ile Güneydoğu Asya arasındaki bağlantı rolünü güçlendiren önemli bir adım olarak öne çıkıyor.

HOTEL TECH ANTALYA

ULUSAL İKLİMLENDİRME KONGRESİ • 2026 •

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

/hoteltechantalya

+90 242 999 11 19

PLANT EXPO

TMMOB Makina Mühendisleri Odası

"Yurt dışı turlara ve özgür tatile ilgi artıyor!"

İstanbul Turizm Fuarı ITF 2026, sektör liderlerini buluşturdu. Jolly Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Mert Vardar, Tatilbudur Genel Müdür Yardımcısı Mustafa Kemal Çubuk, Setur Turizm Ürün Yönetimi Direktörü Serhat Günay ve Tatilsepeti Genel Müdürü Sedat Kılıç'ın bir araya geldiği "2026 sezon değerlendirmesi, 2027 beklentiler" başlıklı oturumda; fırsatları ve zayıf yanlarıyla iç pazar konuşuldu. Kaynak pazarlar küçülürken iç pazarın büyüdüğüne ve iç turizmde her geçen yıl daha geniş kitlelerin tatil yaptığına, yurt dışı tatile artan talebe vurgu yapan konuşmacılar seyahat acentelerinin turizm ekonomisinde önemli bir mihenk taşı olduğuna değindi. Tatilsepeti Genel Müdürü Sedat Kılıç, oturumda yer alan seyahat acenteleri olarak turizmi büyütmek için ellerini taşın altına koyduklarını kaydetti. Sedat Kılıç, "Bu oturumda yer alan liderlerin yanında yaklaşık 5 bin kişi çalışıyor. Hepimiz teknoloji geliştiren şirketleriz, bir şekilde rekabet etmeye çalışıyoruz. Burada gördüğünüz şirketler, ülke için çok değerliler. Tüketicinin mağdur olmaması için ellerini taşın altına koyuyorlar. Turizmi artırmak için, o sahil bölgesinde gördüğünüz yüzlerce binlerce otelin büyümesi, daha iyi servis vermesi için ellerinden geleni yapıyorlar" diye konuştu. 2026'da finansman giderlerinin katlanılamayacak boyutta acenteleri zorladığını belirten ve turizmde tekelleşmenin tehlikeli sürece işaret ettiğine de dikkat çeken Sedat Kılıç; konuşmasını şöyle sürdürdü: "Ben Eskişehirliyim, geldiğim coğrafyada 'El güzeli' diye bir deyim var. Biz el güzeli olan bir toplumuz, maalesef dışarıdakini pohpohlamayı evdekini yermeyi severiz. Aynı şartlarda servis vererek pazar payına oynayamıyoruz, maalesef haksız rekabet var. Maalesef bazı otellerin şu firma geliyor diye beklediğini biliyoruz. Bu durum gerçekten 'el güzeli' örneğidir. Yarın öbür gün bu global firmaların gelişiyle, çıkışıyla aldıkları komisyonlar arasında çok büyük farklar olacağını göreceksiniz. İşler o tarafa giderse o firmaların komisyonlarıyla otellere ne kadar küçük bir gelir kalacağını öngörmek mümkün. Biz buradaki acenteler, yaşamak için aldığımız komisyonlarla tüketicilerimiz mağdur olmasın diye çok ciddi bir emek harcıyoruz; yüzlerce insanımız bizimle hiç ilgisi olmayan sorunları çözmek için gece gündüz çalışıyor."



Seyahati tüketicinin değişen dikkati ve hızı belirleyecek

2026 yılında yaşanan jeopolitik gelişmeler, uzun resmi tatiller ve okulların geç kapanması gibi etkilere vurgu yapan; yaz sezonunun Temmuz, Ağustos'ta daha iyi geçtiğini, kısa tatillerin tercih edildiğini, yurt dışı tatile olan ilginin belirgin şekilde arttığını da anlatan Sedat Kılıç, 2027 turizmine ve geleceğine dair şu öngörüleri paylaştı: "Fütüristik yaklaşımları çok gerçekçi bulmuyorum, geleceği tahmin etmek gün geçtikçe daha zorlaşıyor. Teknolojiyi de geliştiren firmalar olarak başka servislerin eklendiği bir yapıya hızla evriliyoruz. Turizmin geleceğinde en kolay en doğru en net sonuca ulaşan platformlar ayakta kalacak. Tüketici eğilimlerine göre dikkat ve hızın belirleyici sonuçları var. Çok fazla seyahat edileceğini, deneyimin daha ön plana çıkacağını söyleyebiliriz. 2026'da 8 milyon insanımız yurt dışına çıktı, bu sayı hızla artacak; korkularını yendikten sonra yurtdışına daha çok ve kendi başlarına da çıkacaklarını düşünüyorum." Seyahat edenler için coğrafyanın genişlediğini, özgür tatile ilginin artığını da kaydeden Sedat Kılıç, "Bizim iç pazarda resort turizm dışındaki turizme, alternatif ürünlere daha fazla adapte olmamız gerekiyor. Çünkü özgür tatile eğilim artıyor. Özetle turizm her zaman büyür, büyümeye devam edecek. Sıkıntılarımız da hep olacak. Eşsiz bir coğrafyadayız. Bunu hep birlikte aşarız. Buradaki şirketler olarak turizmin bugüne gelmesi için nasıl rol aldıysak, yine turizme ivme kazandırmaya devam edeceğiz" sözleriyle konuşmasını tamamladı.

THY, dış hatlarda 11 destinasyonu programdan çıkardı

THY, yılın ikinci çeyreğinde durdurduğu çok sayıda uluslararası hatta yeni düzenlemeye gitti. Bazı destinasyonların dönüşü 2027 yaz sezonuna ertelenirken, 11 noktada ise planlanan yeniden başlama tarihleri sistemden kaldırıldı. Daha önce 24 Ekim 2026'ya kadar askıya alınan Juba, Kinşasa, Libreville, Luanda ve Lusaka seferleri, son güncellemeyle birlikte THY'nin gelecekteki uçuş programından çıkarıldı. Söz konusu karar özellikle THY'nin Afrika ağındaki değişim açısından dikkat çekiyor. Bu noktaların bir bölümü doğrudan uçuş yerine başka Afrika şehirleri üzerinden devam eden çoklu parkurlarla işletiliyordu. Nisan ayında açıklanan ilk programda İstanbul-Darüsselam-Lusaka hattındaki son Lusaka uçuşunun 10 Mayıs'ta yapılacağı, Kinşasa-Luanda bağlantılı operasyonların ise mayıs ayının ilk günlerinde sona ereceği belirtilmişti. Juba seferlerinin Asmara üzerinden yeniden başlatılmasına yönelik plan da daha önce iptal edilmişti. Daha önce 27 Mart 2027'ye kadar askıya alınan Billund, Fergana, Kerkük, Leipzig/Halle, Necef ve Türkistan hatlarında da planlanan geri dönüş tarihleri kaldırıldı. Böylece Afrika'daki 5 noktayla birlikte toplam 11 destinasyon THY'nin mevcut ileri tarihli uçuş programında artık yer almıyor. Akabe ve Havana ise tamamen programdan çıkarılan noktalar arasında bulunmuyor. Her iki destinasyona uçuşların daha önce 25 Ekim 2026 haftasında yeniden başlaması planlanırken, son güncellemeyle dönüş tarihi en erken 28 Mart 2027 haftasına taşındı. Böylece THY'nin Akabe ve Havana operasyonlarına ilişkin planı 2027 yaz tarifesinin başlangıcına ertelenmiş oldu. Türk Hava Yolları'nın İran operasyonlarında da mevcut program kesinlik kazanmış değil. İsfahan, Meşhed, Şiraz, Tebriz ve Tahran İmam Humeyni Havalimanı'na yönelik seferler, mevcut tarifede en erken 28 Mart 2027



haftasından itibaren yeniden başlayacak şekilde planlanıyor. Ancak Aeroroutes bu tarihlerin geçici olduğuna dikkat çekiyor. Bölgedeki gelişmelere bağlı olarak İran uçuşlarında yeni tarife değişiklikleri yapılabileceği değerlendiriliyor. THY'nin dış hat ağındaki bu süreç nisan ayında başlamıştı. Aeroroutes'un 24 Nisan'da yayımladığı ilk tarife güncellemesinde Akabe, Billund, Bissau, Fergana, Freetown, Havana, Hurghada, Juba, Kinşasa, Kerkük, Leipzig/Halle, Libreville, Luanda, Lusaka, Monrovia, Necef, Pointe-Noire ve Türkistan olmak üzere toplam 18 uluslararası destinasyonda uçuşların askıya alındığı açıklanmıştı.

Corendon Airlines, Amsterdam Get Together 2026'da 2027 yaz sezonu uçuş planını açıkladı

Corendon Airlines, Amsterdam'da düzenlediği geleneksel Get Together etkinliğinde Avrupa'daki iş ortaklarıyla bir araya geldi. Etkinlikte Corendon Airlines'ın 2027 yaz sezonu uçuş programı paylaşılırken, yeni destinasyonlar ve farklı Avrupa pazarlarındaki uçuş planları hakkında bilgiler verildi. 2027 yaz sezonunda Corendon Airlines, Türkiye, Yunanistan, Mısır ve İspanya başta olmak üzere popüler tatil destinasyonlarına yönelik mevcut uçuş ağını sürdürürken, Bulgaristan'ın Karadeniz kıyılarına ilk kez uçuş başlatacağını açıkladı. Corendon Airlines, 2027 yazında Almanya'dan Bulgaristan'ın Varna ve Burgaz şehirlerine haftada 8 uçuşa kadar sefer düzenlemeyi planlıyor. Corendon Airlines'ın yeni Bulgaristan operasyonu kapsamında Köln/Bonn'dan Varna'ya haftada iki, Köln/Bonn'dan Burgaz'a haftada iki, Nürnberg'den Varna'ya haftada iki ve Stuttgart'tan Varna'ya haftada iki uçuş gerçekleştirilmesi planlanıyor. Köln/Bonn'dan Varna'ya ilk uçuşun 15 Mayıs 2027 tarihinde gerçekleştirilmesi ve yeni seferlerin ilerleyen dönemde kademeli olarak artırılması öngörülüyor.

Corendon Airlines Ticari İşlerden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı (CCO) Paul Schwaiger, yeni destinasyonlara ilişkin değerlendirmesinde, "2027 yaz sezonuna hazırlanırken Avrupa'daki iş ortaklarımızla güçlü ve uzun vadeli iş birliklerimizi sürdürmeye devam ediyoruz. Farklı pazarlardaki yolcu taleplerini yakından takip ederken, operasyonel verimliliğimizi ve finansal dayanıklılığımızı güçlendirmeye odaklanıyoruz. Bulgaristan ve İstanbul gibi yeni destinasyonları uçuş ağımıza dahil ederken, Birleşik Krallık'ta Antalya, Polonya'da ise Antalya ve Heraklion gibi güçlü ve kendini kanıtlamış rotalarımızı sürdürerek dengeli ve sürdürülebilir bir büyüme yaklaşımı benimsiyoruz" dedi.

Almanya'dan İstanbul'a yeni bağlantılar

Corendon Airlines'ın 2027 yaz sezonundaki bir diğer yeni destinasyonu ise İstanbul olacak. 1 Temmuz 2027 itibarıyla Düsseldorf ve Köln/Bonn'dan İstanbul Havalimanı'na haftada ikişer uçuş gerçekleştirilmesi planlanıyor. İstanbul'un 2027 yılında Avrupa Oyunları'na ev sahipliği yapacak olması ve Formula 1'in yeniden şehre dönmesinin planlanması, Corendon Airlines'ın İstanbul uçuşlarına yönelik yolcu talebine katkı sağlayacak önemli gelişmeler arasında öne çıkıyor. Corendon Dutch Airlines'ın Amsterdam–Curaçao uçuşlarıyla başlayan uzun menzilli operasyonların ardından Corendon Airlines, Aralık 2026'da Düsseldorf'tan Curaçao'ya gerçekleştireceği seferlerle Almanya'dan ilk uzun menzilli uçuş operasyonunu başlatacak. 14 Aralık 2026'da başlayacak Düsseldorf–Curaçao seferleri, kış sezonunda haftada üç kez gerçekleştirilecek. Uçuşlarda 30 Business Class, 16 Economy Plus ve 239 Economy Class koltuk olmak üzere toplam 285 koltuk kapasiteli Airbus A330-300 kullanılacak.

Birleşik Krallık'ta Antalya bağlantıları devam ediyor

Corendon Airlines, 2027 yaz sezonunda Birleşik Krallık'tan Antalya'ya mevcut güçlü bağlantılarını koruyacak. Glasgow'dan haftada iki, Manchester ve London Stansted'den



ise haftada üçer uçuş gerçekleştirilmesi planlanıyor. Corendon Airlines, Polonya pazarında da Antalya ve Heraklion bağlantılarını sürdürerek mevcut güçlü destinasyonlarına odaklanmaya devam edecek. 2027 yaz sezonunda Varşova ve Katowice'den Heraklion'a haftada iki uçuş; Antalya'ya ise haftada üç uçuş gerçekleştirilmesi planlanıyor. Heraklion seferleri çarşamba ve cumartesi günleri, Antalya seferleri ise pazartesi, çarşamba ve cumartesi günleri gerçekleştirilecek. 2027 yaz sezonu programı rezervasyon sistemlerinde satışa açılırken, 1 Nisan 2027 ve sonrasındaki uçuşlar için rezervasyonlar alınmaya başlandı. 2026 yılında küresel ekonomik koşullar, yüksek yakıt maliyetleri, jeopolitik gelişmeler ve değişen tüketici talebi gibi faktörlerin havacılık sektöründeki operasyonel koşulları etkilediği bir dönemin ardından Corendon Airlines, 2027 sezonunda kapasite planlamasında disiplinli bir yaklaşım benimseyerek konsolidasyon, operasyonel verimlilik ve uzun vadeli pazar istikrarına odaklanacak. Corendon Airlines, farklı Avrupa pazarlarında yeni destinasyonlar sunarken, aynı zamanda yolcu talebinin güçlü olduğu ve operasyonel olarak sürdürülebilir sonuçların elde edildiği hatlara odaklanarak iş ortaklarıyla uzun vadeli iş birliklerini güçlendirmeyi hedefliyor.

Kruvaziyer tatilinde yeni model! Gemi, uçak ve transfer tek pakette



Sea Genesis Group bünyesinde geliştirilen CruiseScanner'ın yeni altyapısıyla kruvaziyer seyahati yalnızca gemi rezervasyonundan ibaret olmayacak. Kullanıcının seçtiği sefere uygun havayolu ve transfer seçenekleri de sisteme dahil edilebilecek. Böylece bugün belirli gemi ve tarihler için hazırlanan sınırlı sayıdaki kruvaziyer paketinin yerine, yüz binlerce farklı ürünün paket tatil olarak sunulabilmesinin önü açılacak. CruiseScanner'ın yeni versiyonuyla ürün çeşitliliğinin de genişlemesi bekleniyor. Platformda 60 uluslararası kruvaziyer hattının 100 bini aşkın sefer ve tatil seçeneği yer alırken, yeni paketleme altyapısıyla farklı tarihler, destinasyonlar, gemiler ve kabin kategorileri uygun uçuş ve transfer alternatifleriyle bir araya getirilebilecek. Geleneksel modelde seyahat acenteleri belirli gemi ve tarihler için önceden oluşturdukları sınırlı sayıdaki paketleri satışa sunarken, yeni altyapı bu yapıyı daha geniş bir ürün havuzuna taşımayı hedefliyor. Böylece tüketicinin karşısına yalnızca önceden belirlenmiş paketler değil, farklı seyahat tercihlerine göre oluşturulabilecek çok daha fazla alternatif çıkacak. Yeni versiyonun öne çıkan özelliklerinden biri de seyahatin tamamının gün gün detaylı tur programıyla sunulması olacak. Kullanıcılar uçuş ve varış bilgilerinden havalimanı-liman transferlerine, gemiye binişten uğranacak destinasyonlara ve dönüş yolculuğuna kadar seyahatin farklı aşamalarını tek program içerisinde görebilecek. Kruvaziyer seferinin yanı sıra geminin kalkış limanına ulaşım için uçuş seçenekleri ve transfer hizmetlerinin de paket içerisine dahil edilebilmesiyle gemi, uçak ve transfer tek seyahat planında buluşacak. Sea Genesis Group Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Yazıcı, kruvaziyer sektöründe paket tatil anlayışının teknolojiyle birlikte değiştiğine dikkat çekerek, "Bugün kruvaziyer pazarında paket ürün denildiğinde çoğunlukla belirli tarihler için hazırlanmış sınırlı sayıdaki seçeneklerle karşılaşıyoruz. CruiseScanner'ın yeni versiyonuyla bunu çok daha geniş bir yapıya taşıyoruz. 60 kruvaziyer hattının 100 binlerce ürününü; uçuş, transfer ve gün gün detaylandırılmış tur programlarıyla misafirlerimize sunmaya hazırlanıyoruz. Böylece pazarda artık belli sayıda kruvaziyer paketi değil, yüz binlerce ürünün paketlenebildiği bir sistemden söz edeceğiz" ifadelerini kullandı.

MSC Cruises'tan yapay zekâ destekli ''MSC Concierge''

MSC Cruises, farklı ülkelerden misafirlerin kruvaziyer deneyimini daha kolay, kişisel ve erişilebilir hale getirmek amacıyla geliştirdiği yapay zekâ destekli yeni dijital hizmeti MSC Concierge'i tanıttı. Misafirlerin ceplerinde taşıyabilecekleri kişisel bir dijital asistan olarak tasarlanan MSC Concierge, MSC Cruises'ın dijital ekosistemi MSC for Me uygulamasıyla entegre çalışıyor. Misafirler, akıllı telefonları veya tabletleri üzerinden erişebildikleri sohbet tabanlı sistem sayesinde ihtiyaç duydukları bilgilere anında ulaşabiliyor ve seyahatlerini kendi tercihlerine göre daha kolay planlayabiliyor. MSC Cruises'ın MSC for Me uygulamasına entegre edilen yeni dijital asistanı MSC Concierge, misafirlere kendi dillerinde 7 gün 24 saat destek sağlıyor. Türkiye'den misafirler, yapay zekâ destekli hizmet sayesinde gemide ihtiyaç duydukları bilgilere Türkçe ulaşarak restoran rezervasyonlarından kara turlarına kadar pek çok işlemi kolayca gerçekleştirebiliyor. Ücretsiz olarak sunulan ve 7 gün 24 saat erişilebilen MSC Concierge, Türkçe dahil 90'dan fazla dilde hizmet veriyor. Misafirler sisteme kendi dillerinde sorular yöneltebiliyor, gemide sunulan hizmetler hakkında bilgi alabiliyor ve farklı işlemleri sohbet tabanlı arayüz üzerinden kolayca gerçekleştirebiliyor. MSC Concierge'in sunduğu Türkçe dil desteği, özellikle Türkiye'den seyahat eden misafirlerin gemide kendilerini daha rahat ve güvende hissetmelerine katkı sağlıyor. Misafirler yabancı dil konusunda endişe yaşamadan restoranlardan spa hizmetlerine, eğlence programlarından kara turlarına kadar merak ettikleri konular hakkında Türkçe bilgi alabiliyor. Böylece dil farklılığı, gemideki hizmetlerden yararlanmanın ya da yeni deneyimler keşfetmenin önünde bir engel olmaktan çıkıyor. MSC Concierge, farklı dilleri konuşan misafirlerin yolculuklarını kendi dillerinde ve kişisel ihtiyaçlarına uygun biçimde yönetmelerine yardımcı oluyor. Yapay zekâ destekli MSC Concierge, gemi içindeki hizmetler hakkında bilgi vermenin ötesine geçerek misafirlere yolculuklarının farklı aşamalarında destek sağlıyor. Sistem üzerinden restoran rezervasyonları yapılabiliyor, spa uygulamaları ve kara turları planlanabiliyor, gemi hesabı bilgileri görüntülenebiliyor ve kişisel tercihlere uygun eğlence önerileri alınabiliyor. Misafirler böylece günlerini planlamak, yeni deneyimler keşfetmek veya ihtiyaç duydukları hizmete ulaşmak için farklı kanallar arasında zaman kaybetmeden, tek bir dijital asistan üzerinden bilgi ve destek alabiliyor. MSC Concierge, yolculuğun daha kişisel ve zahmetsiz biçimde planlanmasına yardımcı olurken misafirlere tatillerinin keyfini çıkarmak için daha fazla zaman kazandırıyor. MSC Cruises'ın misafirperverlik anlayışını desteklemek amacıyla geliştirilen MSC Concierge, gemi personeliyle kurulan insan etkileşiminin yerini almak yerine bu deneyimi tamamlamayı hedefliyor. Dijital hizmet, sık sorulan sorulara ve günlük ihtiyaçlara hızlı yanıt verirken misafirlerin diledikleri zaman gemi personelinden destek almaya devam etmelerine olanak tanıyor. Başarılı bir pilot uygulamanın ardından filonun büyük bölümünde kullanıma sunulan MSC Concierge, pilot döneminde 170 binden fazla misafir tarafından kullanıldı. Sistem üzerinden 1 milyondan fazla mesajlaşma gerçekleştirilirken, hizmetten duyulan memnuniyet oranı yüzde 93 olarak ölçüldü. MSC Cruises CEO'su Gianni Onorato, konuya ilişkin değerlendirmesinde şunları söyledi:


Burcu Burgazlı

"Misafirlerimize kruvaziyer deneyimlerinin her aşamasında en iyi tatil deneyimini sunmaya kararlıyız. En son teknolojiyi gemi personelimizin sıcak misafirperverliğiyle bir araya getirerek misafirlerimizin seyahatlerini her zamankinden daha fazla kişiselleştirmelerine olanak tanıyoruz. MSC Concierge sayesinde misafirler ihtiyaç duydukları bilgilere anında ulaşabiliyor ve kamaralarının ya da güneşlenme alanlarının konforundan ayrılmadan hizmet taleplerini iletebiliyor. Böylece gemide geçirdikleri zamanı daha özgürce değerlendirebiliyor, yeni deneyimler keşfedebiliyor ve seyahatlerinin her anından maksimum verim alabiliyorlar." MSC Concierge, yapay zekâ teknolojisini çok dilli hizmet anlayışıyla bir araya getirerek dünyanın farklı bölgelerinden misafirlerin kruvaziyer deneyimini daha erişilebilir hale getiriyor. Türkçe dahil 90'dan fazla dilde sunduğu gerçek zamanlı destek sayesinde misafirler, yolculukları boyunca ihtiyaç duydukları bilgi ve hizmetlere kendi dillerinde kolayca ulaşabiliyor.

THY ve Air China mevcut ortak uçuş anlaşmasının kapsamını genişletti

Dünyanın en fazla ülkesine uçan havayolu Türk Hava Yolları, Air China ile mevcut ortak uçuş anlaşmasının kapsamını genişletti. Pekin'de düzenlenen 4. Çin Hava Taşımacılığı Birliği (CATA) Havacılık Konferansı ve Fuarı'nın açılış töreninde Türk Hava Yolları ve Air China, ortak uçuş iş birliğinin kapsamını genişleten anlaşmaya imza attı. Yeni anlaşmayla iki ülkenin bayrak taşıyıcı havayolları arasındaki iş birliğinin daha da güçlendirilmesi hedeflendiği kaydedildi. Haziran 2024'te İstanbul-Pekin uçuşlarını kapsayacak şekilde başlayan serbest satış modeli kapsamındaki ortak uçuş iş birliği, yeni anlaşmayla Türkiye ile Çin arasındaki tüm direkt ana hat uçuşlarını kapsayacak şekilde genişletildi. İş birliğine ayrıca Pekin üzerinden gerçekleştirilen seçili Çin iç hat uçuşları ile İstanbul üzerinden gerçekleştirilen seçili dış hat uçuşları da dahil edildi. Star Alliance üyesi iki havayolu, merkezleri arasındaki bağlantı ve transfer imkanlarını geliştirerek iş birliklerini güçlendirmeye devam ediyor. Yeni anlaşma kapsamında Türk Hava Yolları misafirleri; Pekin üzerinden Shenzhen, Chongqing, Xiamen, Hangzhou, Nanjing ve Qingdao dahil olmak üzere Çin ana karasındaki daha fazla noktaya ulaşabilecek. Air China misafirleri ise İstanbul üzerinden Ankara'nın yanı sıra Afrika'da Akra, Lagos, Marakeş, Darüsselam, Cezayir ve Tunus; Latin Amerika'da ise Cancun ve Meksiko City dahil olmak üzere Türk Hava Yolları'nın uçuş gerçekleştirdiği çeşitli destinasyonlara bağlantı imkânından yararlanabilecek. Her iki havayolunun uçuşlarının tek bilet altında sunulabilmesi sayesinde genişletilen iş birliği; misafirlere Çin, Türkiye ve ötesindeki seyahatlerinde daha fazla seçenek ve kesintisiz bağlantı imkânı sunacak. Türk Hava Yolları ve Air China, önümüzdeki dönemde Türkiye ile Çin arasında açılacak yeni direkt hatları da ortak uçuş iş birliğine dahil etmeyi planlıyor. İki havayolu, stratejik ortaklıklarını daha da geliştirerek Türkiye ile Çin arasındaki ticaret, turizm ve kültürel bağların güçlenmesine katkı sağlamayı hedefliyor.

TÜYAP

TUSİD

Türkiye

HOSTECH

by TUSİD İSTANBUL

Uluslararası Otel, Restoran, Kafe, Gastronomi, Unlu Mamüller ve Teknolojileri Fuarı

10 - 14 Kasım 2026









www.hostechbytusid.com

TÜYAP FUAR VE KONGRE MERKEZİ BÜYÜKÇEKMECE | İSTANBUL

BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TOBB (TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ) DENETİMİNDE DÜZENLENMEKTEDİR.

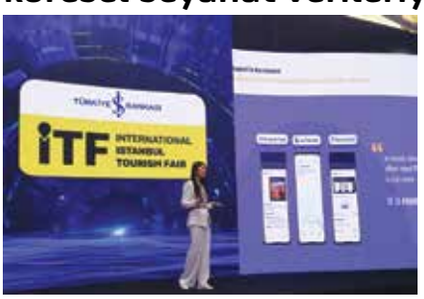
Royal Caribbean Türkiye'de 20. yılında tatil ekosistemini büyütüyor

Dünyanın en büyük kruvaziyer markalarından Royal Caribbean, Türkiye'de 20 yılı geride bırakırken kruvaziyer turizminde değişen tatil anlayışını Türkiye pazarına taşıyor. Bugüne kadar 100 milyondan fazla misafiri ağırlayan ve 30 gemilik aktif filosuyla dünyanın farklı noktalarında seferler gerçekleştiren marka, seyahat tercihlerinde artık rota ve limanlar kadar gemide yaşanan deneyimin de belirleyici hale geldiğine dikkat çekiyor. Yeni nesil gemilerden özel destinasyonlara, beach club projelerinden eğlence ve gastronomiye uzanan yatırımlarla gemiler başlı başına birer tatil destinasyonuna dönüşürken Royal Caribbean, 20 yıllık Türkiye deneyimiyle bu yeni nesil kruvaziyer anlayışını Türk yolcularla buluşturmayı hedefliyor. Kruvaziyer sektöründe uzun yıllar seyahatin temel unsuru rota ve ziyaret edilen limanlar olurken, yeni nesil cruise tatillerinde geminin kendisi de destinasyon kadar belirleyici hale geliyor. Gastronomiden canlı eğlenceye, su parklarından spor alanlarına, çocuk ve genç programlarından yetişkinlere özel bölümlere uzanan deneyimler, kruvaziyer gemilerini yalnızca ulaşım ve konaklama aracı olmaktan çıkarıyor. Dünyanın en büyük kruvaziyer markalarından Royal Caribbean bugün 30 gemilik filosuyla 300'ün üzerinde destinasyona seyahat gerçekleştirirken, yatırımlarını da bütüncül bir tatil deneyimi oluşturmak üzerine şekillendiriyor. 1968 yılından bu yana kruvaziyer sektöründe faaliyet gösteren Royal Caribbean; FlowRider sörf simülatörü, North Star gözlem kapsülü, RipCord by iFLY, AquaTheater, Central Park, Ultimate Abyss, Category 6 ve Crown's Edge gibi farklı nesillerde geliştirdiği deneyimlerle gemi tatilinin sınırlarını genişletiyor. Yeni nesil Icon Class gemilerde ise su ve eğlence alanlarından gastronomiye, çocuk ve gençlere özel bölümlerden büyük ölçekli sahne prodüksiyonlarına kadar farklı yaş gruplarına yönelik deneyimler aynı tatilde bir araya geliyor. Kruvaziyer tatilindeki değişimi değerlendiren Royal Caribbean Türkiye Genel Müdürü Alper Taşkıranlar, "Türkiye'de cruise kültürünün gelişmesiyle tatil tercihlerinin de değiştiğini görüyoruz. Yolcular artık yalnızca hangi ülkelere gideceklerine değil, hangi gemiyle seyahat edeceklerine ve gemide nasıl bir deneyim yaşayacaklarına da bakıyor. Gastronomi, eğlence ve ailelere sunulan olanaklar kararın önemli bir parçası haline geldi. Bugün geminin kendisi de başlı başına bir tatil destinasyonu." dedi. Royal Caribbean'ın yeni nesil gemilerinden Legend of the Seas, 4 Temmuz 2026 itibarıyla yedi gecelik Batı Akdeniz seferlerine başladı. Icon Class'ın üçüncü gemisi olan Legend of the Seas; sekiz farklı mahalle, Category 6 su parkı, Crown's Edge, AquaDome, ailelere yönelik Surfside alanı, geniş gastronomi seçenekleri ve Broadway prodüksiyonu Charlie and the Chocolate Factory ile dikkat çekiyor. Yeni gemi yatırımları 2027'de Hero of the Seas ile devam edecek. Ağustos 2027'de Miami'den seferlere başlaması planlanan Icon Class'ın dördüncü gemisi; dokuz havuz, 28 yeme-içme noktası ve üç katlı Ultimate Family Treehouse gibi özellikle çok kuşaklı ailelere yönelik yeni deneyimler sunacak. Royal Caribbean'ın büyüme stratejisi yalnızca yeni gemilerle sınırlı kalmıyor. Bahamalar'daki Perfect Day at CocoCay ile gemideki tatil deneyimini karaya taşıyan marka,



Royal Beach Club ve yeni özel destinasyon yatırımlarıyla bu modeli farklı bölgelere genişletiyor. Royal Caribbean Group, karadaki özel destinasyon portföyünü 2028 yılına kadar 2'den 8'e çıkarmayı hedefliyor. Paradise Island, Cozumel ve Santorini projelerinin yanı sıra Perfect Day Mexico ve Lelepa gibi yeni destinasyonlar, gemi ve kara deneyimini aynı tatil ekosistemi içerisinde buluşturacak. Royal Caribbean'ın Türkiye yapılanması 2006 yılında Sunorama Cruises'ın İstanbul'da faaliyete başlamasıyla kuruldu. Sunorama Cruises bugün markanın Türkiye pazarındaki satış, pazarlama, dağıtım, acente ilişkileri ve marka geliştirme çalışmalarını yürütüyor. Taşkıranlar, "2006'da Türkiye'de başladığımız yolculuğun 20. yılına ulaştık. Önümüzdeki dönemde hedefimiz kruvaziyeri yalnızca belirli bir seyahat kitlesinin tercih ettiği niş bir ürün olmaktan çıkararak ailelerden çiftlere, genç profesyonellerden kurumsal gruplara kadar daha geniş kesimlerin değerlendirdiği bir seyahat alternatifine dönüştürmek" ifadelerini kullandı. Royal Caribbean'ın 2027 programında Legend of the Seas Akdeniz'de; Icon of the Seas, Star of the Seas, Utopia of the Seas ve Hero of the Seas Karayipler'de; Odyssey of the Seas Doğu Akdeniz'de öne çıkarken, büyüyen Asya-Pasifik pazarında da farklı gemi ve rota seçenekleri Türk yolcularla buluşacak.

Trip.com Group, ITF 2026'da Türkiye turizminin geleceğine teknoloji ve küresel seyahat verileriyle ışık tuttu



Turizm sektörünün Türkiye'den ve dünyadan önemli temsilcilerini buluşturan İstanbul Turizm Fuarı – ITF 2026, 24–25 Eylül tarihlerinde Yenikapı Avrasya Gösteri ve Sanat Merkezi'nde gerçekleştirildi. Sektör profesyonellerinin turizmin geleceğini, değişen seyahat alışkanlıklarını ve yeni iş modellerini değerlendirdiği buluşmada Trip.com Group da iki üst düzey yöneticisinin katılımıyla küresel seyahat eğilimleri ve Türkiye pazarına ilişkin görüşlerini sektör temsilcileriyle paylaştı. Fuarın ilk gününde Trip.com Group Güney Avrupa Konaklama Bölge Direktörü Haijing Li, "Süper Uygulamalar ve Yeni Nesil Turizmin Geleceği" başlıklı sunumunda yapay zekâ, kişiselleştirme ve bağlantılı seyahat deneyimlerinin gezginlerin karar verme ve rezervasyon süreçlerini nasıl dönüştürdüğünü ele aldı. Fuarın ikinci gününde ise Trip.com Group Türkiye, Yunanistan ve Kıbrıs Konaklama Ülke Müdürü Abdullah Kural, "Küresel OTA Devlerinin Gözünden Türkiye Turizm Pazarı" başlıklı panelde Türkiye'ye yönelik uluslararası talep, önemli kaynak pazarlar, değişen rezervasyon davranışları ve otellerin küresel gezginlere ulaşmasında ortaya çıkan yeni fırsatlara ilişkin değerlendirmelerini paylaştı.

Teknolojinin değeri daha fazla seçenek değil, seyahati kolaylaştırmak

ITF 2026'da yeni nesil turizmin geleceğini değerlendiren Haijing Li, yapay zekâ ve kişiselleştirmenin seyahat deneyimindeki artan rolüne dikkat çekti. Gezginlerin bugün ilham alma ve araştırmadan karşılaştırma ve rezervasyona, seyahatlerini yönetmekten ihtiyaç duyduklarında destek almaya kadar yolculuğun her aşamasında daha kesintisiz bir deneyim beklediğini belirten Li, teknolojinin gerçek değerinin tüketicileri daha fazla seçenekle karşı karşıya bırakmak değil, doğru seçeneğe daha kolay ulaşmalarını sağlamak olduğunu vurguladı. Li, "Gezginlerin önünde bugün hiç olmadığı kadar fazla seçenek var; ancak daha fazla seçenek her zaman daha kolay karar vermek anlamına gelmiyor. Yapay zekânın gerçek değeri, insanların ihtiyaçlarını ve seyahatlerinin bağlamını anlayarak kendileri için en ilgili seçenekleri bulmalarına yardımcı olmasında yatıyor. Müşteriler için en fazla değer yaratan seyahat platformları, giderek seyahat deneyimindeki karmaşıklığı ve belirsizliği azaltmaya yardımcı olan platformlar olacak" dedi. Teknolojinin insan unsurunun yerini almadığının da altını çizen Li, sözlerini şöyle sürdürdü: "Biz bunu 'High Tech, High Touch' yaklaşımıyla tanımlıyoruz. Teknoloji hız ve verimlilik sağlarken, özellikle seyahat planlarının değiştiği veya gezginlerin desteğe ihtiyaç duyduğu anlarda insan muhakemesi, empati ve güven hâlâ vazgeçilmez. Geleceği yapay zekâya karşı insan olarak görmüyoruz. Teknolojinin insan hizmetini daha etkili hale getireceğine inanıyoruz." ITF 2026'nın ikinci gününde "Küresel OTA Devlerinin Gözünden Türkiye Turizm Pazarı" panelinde konuşan Abdullah Kural, Türkiye'nin sahip olduğu kaynak pazar ve destinasyon çeşitliliğinin yarattığı fırsatlara dikkat çekerek şunları söyledi: "Türkiye'ye yönelik uluslararası talepte güçlü bir ivme görüyoruz. Ancak bizim açımızdan özellikle dikkat çekici olan, bu talebin giderek daha çeşitli bir yapıya kavuşması. Asya, Avrupa ve Orta Doğu'dan gezginlerin Türkiye'ye geldiğini görüyoruz. Türkiye'nin çok daha geniş bir destinasyon yelpazesinde önemli bir potansiyel bulunuyor. Küresel erişimimizi ve gezgin içgörülerimizi yerel pazar bilgisiyle bir araya getirerek, Türkiye'deki otel iş ortaklarımızın daha geniş uluslararası kitlelerle buluşmasını desteklemeyi hedefliyoruz."

Hilton'un yeni markası Outset Collection EMEA'ya geliyor



Hilton (NYSE: HLT), Avrupa, Orta Doğu ve Afrika'daki ilk Outset Collection by Hilton oteli için Arte Hoteles ile franchise anlaşması imzaladığını duyurdu. 2026 yılının sonlarında açılması planlanan Casa Verbena Madrid, Outset Collection by Hilton, markanın özgün ve yerel dokuyla bağ kuran bağımsız konaklama yaklaşımını İspanya'nın başkentinin kalbine taşıyarak misafirlerine yerel hikâyelerden ve özgünlükten beslenen bir konaklama deneyimi sunacak. Madrid'in hareketli şehir merkezinde, Calle de Preciados üzerinde konumlanan otel; Puerta del Sol, Plaza Mayor ve Gran Vía başta olmak üzere şehrin en ikonik noktalarının yanı sıra çok sayıda kültür-sanat noktası, mağaza ve yeme-içme mekânına yürüme mesafesinde yer alacak. Otel, 45 modern odanın yanı sıra sıcak ve davetkâr bir resepsiyon alanı ve kahvaltı bölümüne sahip olacak. Üst segment tasarım detayları ve çevresiyle kurduğu güçlü bağla tesis, Outset Collection by Hilton'un bulunduğu bölgenin dokusunu yansıtan, kendine özgü karaktere sahip otellere yönelik yaklaşımını ortaya koyacak. Hilton Avrupa, Orta Doğu ve Afrika Başkanı Simon Vincent, konuyla ilgili şunları söyledi: "Bu anlaşma, özgün ve deneyim odaklı konaklamalara yönelik artan talep doğrultusunda büyümeye devam eden Collection markalarımızın yakaladığı güçlü ivmeyi yansıtıyor. Avrupa'nın en dinamik seyahat destinasyonlarından biri olan Madrid, her otelin kendine özgü hikâyesini ve bulunduğu bölgeyle bağını öne çıkaran Outset Collection için ideal bir konum sunuyor. Marka, otel sahiplerine tesislerinin benzersiz karakterini öne çıkarma esnekliği sağlarken Hilton'un ölçeği, erişim gücü ve ticari platformundan yararlanma imkânı da sunuyor. Hilton'a duydukları güven için Arte Hoteles'e teşekkür ediyor, bu heyecan verici vizyonu birlikte hayata geçirmek için sabırsızlanıyoruz." Outset Collection by Hilton, Hilton'un büyüyen Collection markaları portföyünün bir parçası olarak kişisel, anlamlı ve bulunduğu çevreyle bağ kuran konaklama deneyimleri arayan misafirler için tasarlandı. Keşfedilmeyi bekleyen özel adreslerden yeniden hayat bulan ikonik yapılara ve özgün şehir otellerine uzanan portföyde her otel, misafirlerini yeni keşiflere davet ederken otel sahiplerine de tesislerini benzersiz kılan özellikleri koruma esnekliği sunuyor. Arte Hoteles Genel Müdürü Álvaro Mazaheri ise şunları söyledi: "Outset Collection by Hilton'u Madrid'e getirmek üzere Hilton ile iş birliği yapmaktan gurur duyuyoruz. Bu proje, yerel uzmanlığımızı Hilton'un küresel platformuyla bir araya getirerek şehrin enerjisini yansıtan, aynı zamanda kendine özgü kimliğini koruyan; hikâyesi, karakteri ve özgünlüğüyle öne çıkan bir otel yaratmak için heyecan verici bir fırsat sunuyor." Casa Verbena Madrid, Outset Collection by Hilton, kısa süre önce açılan Hotel Palacio Bellas Artes San Sebastian, Curio Collection by Hilton ile önümüzdeki dönemde açılması planlanan DoubleTree by Hilton Madrid Principe de Vergara ve Cuber House Valencia, Curio Collection by Hilton otellerinin de aralarında bulunduğu Hilton'un İspanya'daki büyüyen portföyüne katılacak.

Küresel yatırım şirketi KKR, Japonya'da bulunan 16 otelden oluşan portföyünü sattı



Küresel yatırım şirketi KKR, Japonya'nın 11 kentinde bulunan 16 otelden oluşan portföyünü önde gelen bir kurumsal yatırımcıya sattı. Four Points Flex by Sheraton markasıyla faaliyet gösteren otellerin işletmesi ve varlık yönetimi ise mevcut yapıyla devam edecek. KKR tarafından yönetilen fonlar, Japonya'da bulunan 16 otelden oluşan portföyün satışını tamamladı. Four Points Flex by Sheraton markası altında faaliyet gösteren otellerin yeni sahibi, önde gelen küresel bir kurumsal yatırımcı oldu. Satışın finansal ayrıntıları açıklanmadı. Satışa konu olan oteller Japonya'nın 11 kentinde yer alıyor. Portföy; Büyük Tokyo bölgesinin yanı sıra Osaka, Kyoto ve Fukuoka gibi önemli turizm merkezlerini de kapsıyor. Otellerin ulaşım bağlantılarına, iş merkezlerine ve turistik bölgelere yakın konumlarda bulunduğu belirtildi. KKR, söz konusu otel portföyünü 2024 yılında Unizo Holdings'ten satın aldı. Şirket daha sonra otellerde kapsamlı bir yenileme ve yeniden konumlandırma çalışması yürüttü. Ekonomim'in aktardığına göre, bu süreçte Marriott International ile stratejik iş birliğine gidilerek Four Points Flex by Sheraton markası Asya-Pasifik bölgesinde hayata geçirildi. Markanın Marriott'un küresel dağıtım ağı ve Marriott Bonvoy sadakat programından yararlanması sağlandı. Satışın ardından portföyün varlık yönetimi KJRM tarafından sürdürülecek. KKR'nin 2022 yılında satın aldığı KJRM, otellerin satın alınmasından yenileme ve yeniden konumlandırma çalışmalarına kadar geçen süreçte varlık yöneticisi olarak görev yaptı. KJRM'nin yeni yatırımcıyla birlikte Japonya'daki istikrarlı otel yatırımlarını portföye ekleme çalışmalarını sürdüreceği belirtildi. Otellerin operasyonlarını ise KKR'nin Japonya'daki otel işletme platformu K+ Hospitality Management yürütmeye devam edecek. KKR, portföyü satın aldıktan sonra otellerin değerini artırmaya yönelik çeşitli çalışmalar gerçekleştirdi. Bu kapsamda tesislerde yenileme çalışmaları yapılırken yönetim yapısı yeniden düzenlendi. Ayrıca bütçeleme, raporlama ve gelir yönetimi uygulamalarının geliştirilmesiyle fiyatlandırma ve doluluk oranlarının optimize edilmesine yönelik adımlar atıldı. Şirket, insan kaynakları uygulamalarının da güçlendirildiğini açıkladı. KKR'nin Asya gayrimenkul ekibinin satın alma biriminin başında bulunan David Cheong, Japonya'da kaliteli ve erişilebilir konaklamaya yönelik talebin artması nedeniyle portföyün yeniden konumlandırılması için fırsat gördüklerini belirtti. KKR, Japonya gayrimenkul piyasasındaki faaliyetlerini de sürdürüyor. Şirketin ülkede ticari, ofis ve konut varlıklarının yanı sıra çok aileli konut ve ofis yatırımlarından oluşan farklı portföyleri bulunuyor. (Ekonomim)

Zincir oteller öğrenci odaklı stratejilerini genişletiyor

Konaklama sektörünün en dirençli talep yaratıcılarından biri olan yükseköğretim, özellikle dünyanın önde gelen zincir otellerini bu alana yönelik hizmet geliştirmeye yönlendiriyor. Hilton'un üniversite öğrencileri pazarlarına yönelik son hamlesi, diğer zincir otelleri de hareke geçirdi. Hilton'dan sonra aralarında IHG, Accor, Hyatt ve Marriott International da öğrenci pazarına yönelişlerini hızlandırıyor. Hilton'un Graduate by Hilton'dan farklılaşmak üzere konumlandırılan üst orta segment markası Undergraduate by Hilton'un yakın zamanda piyasaya sürülmesi, şirketin iki yıldan biraz fazla bir süre içinde eğitim turizmi sektörüne yaptığı ikinci büyük yatırımı işaret ediyor. 2024 yılında Graduate Hotels'i 210 milyon dolara satın aldıktan sonra Hilton, konsepti artık ABD'deki varlıklı üniversite şehirlerinin ötesine, daha küçük üniversite topluluklarına da genişletti. Şirket, bu fırsatın gelecekteki Graduate programı genişlemesinden bağımsız olarak, dünya çapında ek 400 ila 500 oteli destekleyecek kadar büyük olduğuna inanıyor. Graduate, Hilton'un tamamen kişiye özel, üst düzey yaşam tarzı markası olmaya devam ediyor. Undergraduate ise, kendine özgü konumlandırması, tasarım çerçevesi ve konuk deneyimiyle ayrı bir üst orta sınıf marka olarak bilinçli bir şekilde geliştirildi. Graduate, kampüse özgü, destinasyon odaklı yemek ve hiper-yerel tasarım üzerine kurulurken, Undergraduate ise, "üniversite hayatının ruhunu ve ritmini" yakalıyor. Undergraduate için yiyecek ve içecek konsepti, baristalar tarafından yönetiliyor. Gün boyu açık, paket servis seçenekleri sunan bir pazar ve gün boyunca hizmet veren bir bar programı etrafında şekilleniyor. Undergraduate, şirketin en dinamik genişleme alanlarından biri olan Lifestyle portföyünün devam eden ivmesini yansıtıyor. Şirket yönetimi, bu yıl 60, 2028 yılına kadar da dünya genelinde 700 Lifestyle oteli açmayı planlıyor. Birçok üniversite şehri, yılın büyük bir bölümünde haftanın yedi günü iş hacmi yaratıyor. Dönem içinde veliler ziyaret eder, mezuniyet hafta sonları fiyat indirimlerine yol açar, dönem dışında mezun etkinlikleri otelleri doldurur ve üniversite sporları genellikle büyük şehir etkinlikleriyle yarışacak doluluk oranlarına ulaşır. Akademik konferanslar, araştırma iş birlikleri ve üniversiteyle bağlantılı kurumsal seyahatler de mevsimsel talebi daha da dengeleyebilir. Öte yandan IHG Hotels & Resorts, dönüşüm projeleri ve seçici yeni inşaat projeleri kombinasyonuyla üniversite pazarlarındaki varlığını genişletiyor. IHG, öğrenci odaklı özel bir marka oluşturmak yerine, Hotel Indigo, voco ve Holiday Inn Express otellerini yıl boyunca yükseköğretim kurumlarının talebini desteklediği şehirlere yerleştirmeye odaklandı. Accor da benzer bir strateji izliyor ancak daha çok genç gezginlere hitap eden yaşam tarzı markalarına odaklanıyor. Grup, ortak alanları, esnek oda düzenleri ve yiyecek-içecek konseptleriyle Z kuşağı gezginlerinin ilgisini çeken TRIBE, Jo&Joe ve Mama Shelter markaları için daha fazla genişleme fırsatını değerlendiriyor.



Marriott International, genişleyen seçkin hizmet ve yaşam tarzı portföyüyle genç gezginleri de hedefliyor. Moxy, AC Hotels ve Aloft gibi markalar, erişilebilir fiyatlarla tasarım odaklı konaklama sunarak eğitim merkezlerinde ivme kazanmaya devam ediyor. Son dönemdeki geliştirme faaliyetleri, üniversitelerin, inovasyon kampüslerinin ve yaşam bilimleri kümelerinin gece konaklama talebini artırdığı karma kullanımlı kentsel bölgelere giderek daha fazla odaklanıyor. Bu arada Hyatt, özellikle Caption by Hyatt ve Hyatt Centric aracılığıyla yaşam tarzı portföyü etrafında ivme kazanmaya devam etti. Her iki marka da ortak çalışma alanları, yerel yemek konseptleri ve esnek kamusal alanların hem öğrencilere hem de genç iş seyahati yapanlara hitap ettiği, güçlü eğitim ve inovasyon ekosistemlerine sahip karma kullanımlı mahallelerde giderek daha fazla yer alıyor.

Emirates, büyüyen uçuş ağı ve artan taleple kış sezonuna giriyor

Emirates, yaz sezonunu beklentilerin üzerinde bir performansla tamamlarken, ekim ayı sonunda başlayacak kış seyahat dönemine yüksek rezervasyon talebiyle giriyor. Havayolu, filosuna ve uçak içi ürünlerine yönelik yatırımlarının yanı sıra küresel uçuş ağını genişletmeye, yolcularına daha esnek rezervasyon seçenekleri ve kapsamlı seyahat güvencesi sunmaya devam ediyor. Temmuz ve ağustos aylarında 8,6 milyondan fazla yolcu taşıyan Emirates, uçuş ağının genelinde güçlü doluluk oranlarına ulaştı. Havayolu şu anda operasyonlarını, yaşanan aksaklıklar öncesindeki kapasitesinin yaklaşık yüzde 93'ü seviyesinde sürdürüyor. Yolcuların seyahat kararlarını uçuş tarihine daha yakın vermeye başladığı bir dönemde, kış sezonuna yönelik rezervasyonlar da olumlu seyrediyor. Güney Afrika, Brezilya, Hindistan, Portekiz, Mısır, Gana, Kolombiya, Suudi Arabistan ve Pakistan, talebin geçen yılın üzerinde olduğu pazarlar arasında yer alıyor. Emirates'in flydubai ortaklığıyla hizmet sunduğu Nepal'de de benzer bir artış görülüyor. BAE'den yurt dışına yönelik seyahat talebi gücünü korurken, Emirates'in premium kabinlerine yönelik ilgi de artmaya devam ediyor.

Yaz döneminde güçlü yolcu talebi

Emirates'in Batı Asya, Avrupa, Orta Doğu, Amerika ve Afrika uçuşlarında yaz boyunca doluluk oranları yüzde 75'in üzerinde gerçekleşti. Endonezya, Fildişi Sahili ve Birleşik Krallık bağlantılı rotalar özellikle güçlü performans gösterdi. Premium Ekonomiye yönelik talep de uçuş ağı genelinde artarken, en yüksek büyüme Amerika kıtasında kaydedildi. Dubai'ye yönelik yolcu trafiği de yaz döneminde gücünü korudu. Yalnızca ağustos ayının ikinci yarısında 500 binden fazla yolcu Emirates uçuşlarıyla Dubai'ye geldi. Bu rakam geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 7 artışa işaret etti. Yolcular arasında yeni eğitim-öğretim yılı öncesinde şehre dönen Dubai sakinlerinin yanı sıra çalışmak ve yaşamak üzere Dubai'ye taşınanlar ve yaz sonu tatili



için şehri tercih eden ziyaretçiler de yer aldı. Emirates, yaz döneminde yolcularına daha fazla esneklik sağlayan uygulamaları da hayata geçirdi. Uçuş ağı genelinde bir defaya mahsus ücretsiz tarih değişikliği sunulurken, Dubai seyahatlerinde ücretsiz tarih değişikliği sınırsız hale getirildi ve iade işlemlerindeki kesintiler azaltıldı. Havayolu ayrıca çatışma ve hava sahası kaynaklı aksaklıklara karşı tıbbi güvence ile gerektiğinde Emirates tarafından sağlanan konaklama, yer hizmetleri ve yeniden rezervasyon desteğini bir araya getiren "Kapsamlı Seyahat Güvencesi"ni kullanıma sundu

ANFAŞ SUNAR

ANFAŞ FOOD PRODUCT

33. Uluslararası Gıda ve İçecek İhtisas Fuarı

&

ANFAŞ HOTEL EQUIPMENT

37. Uluslararası Konaklama ve Ağırlama Ekipmanları İhtisas Fuarı

SEZON BURADA BAŞLIYOR.

12 - 15 OCAK 2027

ANFAŞ EXPO CENTER, ANTALYA

KATILIMCI BAŞVURUSU İÇİN
KODU TARAYIN.

BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ (TOBB) İZNİ İLE DÜZENLENMEKTEDİR.

ALTİD, turizm sektöründeki güncel mevzuat değişikliklerini değerlendirdi

Alanya Turistik İşletmeciler Derneği (ALTİD) haftalık olağan Yönetim Kurulu toplantısında, turizm sektörünü yakından ilgilendiren güncel mevzuat ve yönetmelik değişiklikleri ele alındı. Turizm tesislerinin mülkiyet yapısına ilişkin yapılan yeni düzenlemeyle, belirli şartları taşıyan tesislerde mevcut kat mülkiyeti ve kat irtifakı uygulamalarının korunmasının önü açıldı. ALTİD Başkanı Cem Özcan başkanlığında gerçekleştirilen haftalık olağan Yönetim Kurulu toplantısında, derneğin haftalık faaliyetlerinin yanı sıra turizm sektöründeki güncel gelişmeler ve mevzuat değişiklikleri değerlendirildi. Toplantıda ele alınan düzenlemeler arasında, Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik ile hayata geçirilen ve turizm tesislerinin mülkiyet yapısını ilgilendiren değişiklik öne çıktı. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın imzasıyla Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren 11706 sayılı Cumhurbaşkanı Kararı kapsamında, 1 Haziran 2019 tarihinden önce imar planlarında yalnızca ticari kullanıma ayrılmış alanlarda bulunan ve turizm işletmesi veya kısmi turizm işletmesi belgesine sahip belirli tesislere istisna getirildi. Düzenlemeye göre, söz konusu tesislerde konaklama birimlerinin aynı malike ait olması ve bu birimler üzerinde kat mülkiyeti veya kat irtifakının bulunması halinde, yönetmeliğin 13'üncü maddesinin sekizinci fıkrası uygulanmayacak.



Mevcut mülkiyet yapısı korunacak

Yeni düzenlemeyle, belirtilen şartları taşıyan tesislerde mevcut kat mülkiyeti ve kat irtifakı yapısı yönetmeliğe aykırılık olarak değerlendirilmeyecek. Önceki uygulamada ise konaklama hizmeti sunulan tesislerin tek bir bağımsız bölüm olarak değerlendirilmesi ve konaklama birimleri üzerinde kat mülkiyeti, kat irtifakı ve devre mülk gibi hakların oluşturulmaması yönündeki hükümler uygulanıyordu. Bu şartlara aykırılık tespit edilmesi durumunda turizm belgesinin düzenlenmemesi veya mevcut belgenin iptal edilmesi söz konusu olabiliyordu. Yapılan değişiklikle, 1 Haziran 2019 tarihinden önce belirtilen niteliklerde kurulmuş ve konaklama birimleri aynı malike ait olan tesisler, söz konusu kısıtlamanın kapsamı dışında tutuldu. Düzenlemenin, geçmiş yıllarda oluşturulan mülkiyet yapıları nedeniyle hukuki belirsizlik yaşayan turizm tesisleri açısından önem taşıdığı değerlendiriliyor. Değişiklikle, belirli şartları taşıyan tesislerde mevcut mülkiyet haklarının korunmasına yönelik önemli bir düzenleme yapılırken, yatırımcı ve işletmecilerin mülkiyet süreçlerinde karşılaşabileceği hukuki risklerin azaltılması hedefleniyor. ALTİD tarafından yapılan değerlendirmede, turizm sektörünü ilgilendiren mevzuat değişikliklerinin yakından takip edildiği ve üyelerin güncel gelişmeler hakkında bilgilendirilmeye devam edileceği belirtildi

Kitapsız bir sektörden bir kütüphaneye


Halim Bulutoğlu

EKİN Grubu'nun kurucu ortaklarından Halim Bulutoğlu, EKİN'in Türk turizmine bıraktığı yayıncılık mirasının kısa öyküsünü 232 sayfalık "EKİN 'farklıydı" adlı kitapta anlatıyor. Kitap hakkında editörü İ. Bülent Çelik'in kaleme aldığı yazıdan da yararlanarak şu notları paylaşmakta yarar görüyoruz. Türkiye'de, hemen her sektörde yaşanan önemli çıkış dönemleri, sayıları iki elin parmağını geçmeyen; isimleri ise çoğu zaman fazla öne çıkmayan insanların omuzlarında yükselir. Büyük ivmelenmelerin gerçek sahipleri, başkalarının yüksek sesle sahiplendiği başarıların gölgesinde, sessizce anlaşılmayı bekler. Halim Bulutoğlu ve EKİN Grubu, Türkiye'de turizmin kurumsallaşması sürecinde, en kritik dönemde, en önemli katkıların merkezinde yer alan işte böyle bir hikâyenin kahramanlarıdır. Halim Bulutoğlu, turizm yayıncılığını EKİN'in üretim hattının merkezine aldığı çeyrek asra yakın süre boyunca nasıl mütevazı kaldıysa, bu kitapta da aynı yaklaşımını sürdürmüş. EKİN'in yaşamını özetlediği bu çalışmada hem Grubun ürettiklerinin hem de kendi performansının belki de çok küçük bir bölümünü sergilemekle yetinmiş. Oysa EKİN'in Türkiye turizmine katkısını anlamak için, yalnızca bir kurumun yayın listesine değil, bir sektörün dününe ve bugününe bakmak gerekiyor. Neydi Bulutoğlu'nun ve EKİN'in Türkiye'de turizmin tanıtımına ve kurumsallaşmasına katkısı? Tek cümleyle özetlemek gerekirse: O güne kadar birkaç gönüllü gezginin yazdığı üç-beş kitaptan ibaret olan yazılı turizm tanıtım külliyatını, devasa bir kütüphaneye dönüştürmekti. Üstelik yalnızca Türkçe değil, Türkiye'ye turist gönderen bütün önemli ülkelerin dillerinde, her yıl güncellenen "Hotel Guide"lardan gezi rehberlerine; bölge rehberlerinden cep kılavuzlarına; Türkiye'nin antik kentlerini krokileriyle anlatan gezi kitaplarından doğa ve macera yayınlarına; sektörel eğitim kitaplarından kurumsal periyodik dergilere kadar uzanan geniş bir yayın dünyası kurmak... Uzak yakın parkurların tek tek rotalarıyla, Türkiye'nin turizm belleğini sayfalara taşıyarak "Kitapsız, yayınsız" bir sektörü kitaplı, yayınlı hale getirmek...

Turizmin fuarlarla büyüyen dünyası

EKİN, Türkiye'de bilinçli bir turizm fuarcılığının da temel taşlarını döşeyen kurum oldu. Sadece döşemekle kalmadı; EMITT'i yarattı. Uluslararası turizm konferansları, hosted buyer programları, önemli sektörel paneller ve workshoplarla, paydaşlarını da sürece katarak turizm sektöründe yeni bir kültürün öncülüğünü yaptı. EKİN'in fuarcılık anlayışı, yalnızca stantlardan ve ziyaretçi sayılarından ibaret değildi. Sektörün farklı aktörlerini bir araya getiren, yeni iş birliklerine alan açan, bilgi ve deneyim paylaşımını teşvik eden bir buluşma kültürü yaratıyordu. Turizm Endüstrisi katalog yayınları ve HOTEQ benzeri fuarlarla, konaklama sektörünün endüstriyle buluşmasını kolaylaştırdı. Dünyanın en usta aşçılarının katıldığı uluslararası aşçı yarışmaları bile, bir fuarın sınırlarını aşarak ilginin ve prestijin zeminine dönüşüyordu. Ve elbette, Türkiye'nin, belki de dünyanın ilk online sektör gazetesi olan ve hâlâ yayınını sürdüren TurizmGazetesi.com... O da bir EKİN projesiydi.

Bir sektörün görünmeyen hafızası

EKİN'in katkısı, yalnızca yayınladığı kitaplarda, düzenlediği fuarlarda ya da hayata geçirdiği projelerde değildi. Turizmle ilgili bugün hâlâ yayımlanan neredeyse bütün önemli yayınların genetiğine nüfuz etmiş bilgi, fotoğraf ve belgelendirme arşivleri üretti. Bir anlamda, Türkiye turizminin görünmeyen hafızasını oluşturdu. Bugün bir otelin, bir seyahat acentesinin, bir destinasyonun ya da bir turizm profesyonelinin işini kolaylaştıran pek çok bilgi kaynağının gerisinde, bu uzun ve sabırlı emeğin izlerini bulmak mümkün. Bu nedenle EKİN'in hikâyesi, yalnızca bir ticari kurumun hikâyesi değildir. Bir sektörün nasıl bilgiyle büyüdüğünün, nasıl yayınlarla kendini tanımladığının ve nasıl ortak bir kültür oluşturduğunun da hikâyesidir. Bu kitap, bir kurumun yaşamını anlatırken, aynı zamanda Türkiye turizminin dönüşümüne de tanıklık ediyor. Ve belki de en kıymetli tarafı şu: Kendini anlatmakta bu kadar mütevazı davranan bir kurumun, aslında ne kadar büyük bir iz bıraktığını okura fark ettiriyor. EKİN'in hikâyesi, sessiz kahramanların hikâyesidir. Şimdi o hikâyeyi dinleme sırası bizde.

Elazığ, Malatya, Adıyaman, Bingöl ve Tunceli'nin turizm potansiyeli ortak vizyonla geliştirilecek

Kültür ve Turizm Bakanlığı koordinasyonunda, Elazığ Valiliği ev sahipliğinde düzenlenen 'Bölgesel Turizm Çalıştayı'nda iki gün boyunca düzenlenen panellerde, Elazığ, Malatya, Adıyaman, Bingöl ve Tunceli'nin turizm potansiyelinin geliştirilmesi ele alındı. Kültür ve Turizm Bakan Yardımcısı Nadir Alpaslan'ın moderatörlüğünde düzenlenen "Yeni Nesil Bölgesel Turizm: Entegre Destinasyon Yönetimi" başlıklı panele Türk Hava Yolları Genel Müdürü Ahmet Olmuştur, Vakıfbank Genel Müdürü Osman Arslan, Gaziantep Büyükşehir Belediyesi Başkan Vekili Feray Yılmaz ve Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği (TTYD) Başkanı Oya Narin bölgesel turizmin geleceğine ilişkin değerlendirmelerde bulundu.

"Kolektif ruhun benimsenmesi önemli"

THY Genel Müdürü Ahmet Olmuştur, turistik ziyaretlerdeki talep değişimlerine işaret ederek, "Yeni nesil ziyaretçilerin talepleri artık tek bir noktayı görmek değil, birçok noktayı deneyimlemek. Türkiye gibi, dünyanın en çok ziyaret edilen dördüncü ülkesi unvanına sahip bir ülkede, bilinen yerlerin yanı sıra bu 5 ilde olduğu gibi çok kıymetli değer hazineleri var. Biz de THY olarak bölgede uçuşlarımıza devam ediyoruz. Yeni nesil entegre turizm, bizim için yeni nesil ziyaretçilerin talepleri açısından çok kıymetli bir yerde bulunuyor. Bu yüzden kolektif ruhun sektörde benimsenmiş olması, altının çizilmesi ve bu yönde aksiyon alınması bizim için çok kıymetli." diye konuştu.

"Kamu bankaları destek paketi için çalışacak"

VakıfBank Genel Müdürü Osman Arslan da, düzenlenen etkinliğin bölge ve Türkiye ekonomisi için önemine dikkati çekerek, "Türk bankacılık sektörü ülkemizin turizm potansiyelinin farkında ve bunu destekleyecek kaynaklara sahiptir. Yeter ki burada doğru bir model oluşturalım." dedi. Bankacılık sektörünün bölgeye ayıracağı turizm amaçlı kaynaklarını artıracağını duyuran Arslan, özel bankalarla birlikte tüm kamu bankalarının, bölgede destek paketleri oluşturmak için çalışacağını bildirdi. Arslan, "Fırat Rotası Destek Paketi' olarak bölgeye özel bir çalışma yürütüyoruz, önemli bir kaynak desteği sağlayacağız. Teminatınız yoksa da Kredi Garanti Fonu'yla görüşmelerimiz sonuçlanmak üzere." bilgisini verdi.

"Turizmi şehrin tamamına yaymak"

Gaziantep Büyükşehir Belediyesi Başkan Vekili Feray Yılmaz ise, şehirde yaptıkları çalışmalar hakkında bilgi vererek, "Amacımız, şehrin turizmini tek bir merkezde yaşatmak değil; tüm ilçelere, kırsala ve şehrin tamamına yaymak. Sürdürülebilirlik açısından yerel ve mevsimsel ürünleri destekleyip bunların üretimde ve sosyal günlük hayatımızda daha çok kullanılır hâle gelmesini teşvik ediyoruz. Hedefimiz; turizm gelirlerini geniş kesimlere yayan, kaynakları daha az tüketen, şehri ve kentliyi sürece dâhil eden bir yönetim modeli oluşturmak." ifadelerini kullandı.

"Entegre bir destinasyon modeli önemli"

TTYD Başkanı Oya Narin, paneldeki konuşmasında; bölgenin mevcut turizm değerlerini birbirine bağlayan, ziyaretçilerin kalış süresini artıran ve turizm gelirinin yerel ekonomiye daha güçlü şekilde yayılmasını sağlayan entegre bir destinasyon modelinin önemine işaret ederek şöyle konuştu: "Altıncı bölge teşviklerinin konaklama tesisleri yatırımlarının yanı sıra seyahat ve gastronomi gibi ilgili her alanı kapsayacak şekilde genişletilmesinin, bölge turizminin gelişmesi açısından çok önemli buluyoruz. Türkiye turizminin geleceğinde bölgelerimizin potansiyelini daha güçlü iş birlikleriyle harekete geçirmenin önemli olduğuna inanıyoruz. Ekonomik büyümenin ve istihdamın en güçlü alanlarından biri olan seyahat ve turizm sektörü 2025 yılında dünya ekonomisine 11,6 trilyon dolar katkı sağladı



ve 366 milyon kişilik istihdamı destekledi. Türkiye ise 2025 yılını 63 milyon 917 bin ziyaretçi ve 65 milyar 231 milyon dolar turizm geliriyle tamamladı. Bugün iç turizmde senelik dünyada 4 milyar kişi Türkiye'de ise 68 milyon kişi seyahat ediyor. 2035 yılında ise küresel turizm ekosisteminin 16 trilyon dolara çıkması beklenirken, dünyada iç turizm hareketinin 4,5 milyar kişiye, uluslararası seyahat hareketinin ise 2 milyar kişiye yaklaşması bekleniyor. Küresel turizmde gelecek 10 yılda yüzde 50'ye yaklaşan bir gelişime paralel Türkiye turizminin de altyapı, finansman ve sürdürülebilirlik başlıklarının öne çıkacağı "üçüncü turizm hamlesi" olarak nitelendirilebilecek yeni bir döneme ihtiyacı bulunuyor.

Jeotermal ve kadın istihdamı önemli, Altıncı bölge teşvikleri genişletilmeli

Türkiye turizminde en büyük fırsat, yeni bir değer yaratmanın yanında eldeki zengin değerleri birbirine doğru şekilde bağlayabilmekte yatıyor. Bugün Elazığ, Malatya, Adıyaman, Tunceli ve Bingöl'ün birbirinden çok farklı deneyimler sunan, birlikte düşünüldüğünde ise çok daha güçlü bir seyahat hikayesi oluşturabilecek beş şehirdir. Ziyaretçiyi bölgede daha uzun konaklamalarla tutabilmek, şehirler arasında dolaşmasını sağlamak ve turizm gelirini yerel ekonomiye daha geniş biçimde yayabilmek çok önemli. Sağlık ve jeotermal turizmin özellikle daha uzun süreli konaklamalar açısından değerlendirilmeli. Ayrıca bölgede kadın istihdamı turizmde ön plana çıkartılmalı. Ayrıca, altıncı bölge teşvikleri de konaklama tesisleri yatırımlarının yanı sıra seyahat ve gastronomi gibi ilgili her alanı kapsayacak şekilde genişletilmesi, bölge turizminin gelişmesi açısından çok büyük önem taşıyor."

Turizm tesisleri yönetmeliğinde değişiklik: Kat mülkiyetinde eski tesisler için istisna getirildi

Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren 11706 sayılı Cumhurbaşkanı Kararı ile Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmelik kapsamında kritik bir hukuki düzenlemeye gidildi. Yapılan değişiklikle, 1 Haziran 2019 tarihinden önce imar planlarında yalnızca ticari kullanıma ayrılmış alanlarda kurulmuş olan ve turizm belgesi bulunan tesisler için kat mülkiyeti ile kat irtifakı uygulamalarında özel bir muafiyet sağlandı. Yönetmelik uyarınca, normal şartlarda konaklama birimleri üzerinde kat mülkiyeti veya kat irtifakı tesisi edilmesi turizm işletmesi belgesi alınmasına engel oluşturuyor veya mevcut belgelerin iptaline yol açıyordu. Yeni düzenleme ile 1 Haziran 2019 öncesinde bu statüde kurulmuş ve konaklama birimleri aynı malike ait olan tesisler, yönetmeliğin kısıtlayıcı maddesinden muaf tutuldu. Geriye dönük



kazanılmış hakların korunmasını hedefleyen bu karar, geçmişten gelen mülkiyet yapısı nedeniyle belge iptali veya ruhsat riski taşıyan köklü tesislerin hukuki durumunu netleştirerek yatırımcılara ve işletmecilere mülkiyet süreçlerinde büyük bir esneklik kazandırdı.

Akdeniz'in en büyük kruvaziyer etkinliğine Global Ports Holding ev sahipliği yaptı



Global Yatırım Holding'in iştiraki ve dünyanın en büyük kruvaziyer liman işletmecisi Global Ports Holding (GPH), Akdeniz'in en büyük kruvaziyer buluşması olan Seatrade Cruise Med'e ev sahipliği yaptı. Dünyanın en büyük ikinci kruvaziyer destinasyonu olan Akdeniz'in kruvaziyer endüstrisini bir araya getiren etkinlik, 16-17 Eylül tarihlerinde İspanya'nın Las Palmas de Gran Canaria kentinde bulunan ve Global Ports Holding tarafından işletilen Las Palmas Kruvaziyer Limanı'nın yeni terminalinde düzenlendi. 30 yıllık tarihinde ilk kez bir liman sahasında düzenlenen Seatrade Cruise Med, kruvaziyer sektörünün önde gelen kruvaziyer şirketlerini, liman otoritelerini, turizm destinasyonlarını ve küresel hizmet sağlayıcılarını bir araya getirdi. 80'den fazla ülkeden 2 bini aşkın katılımcının yer aldığı etkinlikte, dünyanın önde gelen kruvaziyer şirketlerinin 220'den fazla üst düzey yöneticisi bir araya gelirken, 224 şirket de etkinlik kapsamında yer aldı. Global Ports Holding Yönetim Kurulu Başkanı ve CEO'su Mehmet Kutman, Seatrade Cruise Med'in yeni Las Palmas Cruise Port terminalinde düzenlenmesinin kendileri için özel bir anlam taşıdığını belirterek, "Seatrade Cruise Med'e yeni Las Palmas Cruise Port terminalinde ev sahipliği yapmak bizim için çok özel bir an oldu. Terminal, etkinliğe kendine özgü bir enerji kattı ve modern bir kruvaziyer altyapısının neler sunabileceğini ortaya koydu. Yolcular için daha iyi bir deneyim, daha yüksek büyüme kapasitesi ve destinasyon için uzun vadeli değer bunlardan bazıları" dedi. Global Ports Holding, 14 bin metrekarelik yeni Las Palmas Kruvaziyer Limanı yatırımını Mart 2026'da tamamlayarak hizmete açmıştı. Aynı anda dört kruvaziyer gemisine hizmet verebilecek kapasiteye sahip terminal, modern altyapısı ve geliştirilmiş yolcu deneyimiyle Las Palmas'ın bölgedeki kruvaziyer konumunu güçlendiren önemli bir yatırım olarak öne çıkıyor. Seatrade Cruise Med'in yeni terminalde gerçekleştirilmesi, bu yatırımın uluslararası kruvaziyer sektörüne kapsamlı şekilde tanıtılması açısından da önemli bir fırsat yarattı.

TÜROB'dan turizm çalışanlarına sigarayı bırakma yolunda destek

Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB), çalışan sağlığını ve sağlıklı yaşam alışkanlıklarını desteklemeye yönelik yeni bir sosyal sorumluluk projesine imza atıyor. Allen Carr's Easyway Türkiye iş birliğiyle hayata geçirilen proje ile sigarayı bırakmak isteyen turizm sektörü çalışanlarının bu yönde teşvik edilmesi ve bırakma süreçlerine destek sağlanması amaçlanıyor. Proje İstanbul'da Eresin Hotels ile başlarken, ilk etapta 20'ye yakın otelde sigarayı bırakmak isteyen çalışanlara yönelik seminerler gerçekleştirilecek. Yaklaşık 6 saat sürecek seminerler çalışanlara ücretsiz olarak sunulacak. İlk aşamada sektör çalışanlarına yönelik uygulanacak programın, sonraki aşamada sektör yöneticilerini de kapsayacak şekilde genişletilmesi planlanıyor. Projenin bir yıl boyunca TÜROB üyesi otellerde sürdürülmesi planlanıyor. Seminer programıyla aynı zamanda tütün ürünleri kullanımının azaltılması konusunda farkındalık oluşturulması, çalışan sağlığının desteklenmesi ve sağlıklı yaşam alışkanlıklarının teşvik edilmesi hedefleniyor.

Eresin: Sigarayı bırakmak isteyen çalışanlarımızın yanındayız

Projeyle ilgili bilgi veren TÜROB Başkanı Müberra Eresin, amaçlarının sigarayı bırakmak isteyen sektör çalışanlarını teşvik etmek ve bu süreçte onlara destek olmak olduğunu belirtti. Eresin, "Sigara bağımlılığı, Türkiye genelinde olduğu gibi turizm sektöründe de önemli bir sorun. Biz bu projeyle sigarayı bırakmak isteyen çalışanlarımıza bir fırsat sunmak, onları teşvik etmek ve bu süreçte yanlarında olmak istiyoruz. Buradaki amacımız kesin bir sonuç vaadetmek değil; çalışanlarımızın sigarayı bırakma yönündeki kararlarını desteklemek ve sağlıklı yaşam konusunda farkındalık yaratmak. Turizm



sektörünün en önemli değerinin insan kaynağı olduğuna inanıyor, çalışanlarımızın sağlığını ve yaşam kalitesini destekleyen projeleri son derece önemsiyoruz" dedi. 'Sigarayı Bırakmanın Kolay Yolu' adlı kitabın yazarı Allen Carr tarafından geliştirilen yöntem, sigara içme isteğini yalnızca irade gücüyle bastırmak yerine, sigaraya yönelik zihinsel ve psikolojik bağımlılık üzerine odaklanan bir yaklaşım olarak tanımlanıyor. Söz konusu yöntem 1983 yılından bu yana dünyanın birçok ülkesinde sigarayı bırakmak isteyen kişilere destek amacıyla uygulanıyor.

Berker Bülbüloğlu: "Ankara'ya gelen ziyaretçiye bir gece daha kalması için güçlü bir neden sunmalıyız"



27 Eylül Dünya Turizm Günü dolayısıyla değerlendirmelerde bulunan Ankara Turizm Derneği Başkanı Berker Bülbüloğlu, Türkiye'nin turizmde ulaştığı büyüklüğün Başkent için yeni bir sorumluluk doğurduğunu belirtti. Bülbüloğlu, "Ankara'ya iş, diplomasi, sağlık veya eğitim için gelen insanları şehrin tarihine, kültürüne ve gündelik yaşamına da davet etmeliyiz" dedi. Türkiye turizmi 2025 yılında 65 milyar 230 milyon dolar gelir elde etti. TÜİK verilerine göre ülkeden çıkış yapan ziyaretçi sayısı 63 milyon 917 bine ulaştı. Ziyaretçilerden elde edilen turizm gelirinin yüzde 21,1'i yeme içme harcamalarından oluştu. Ankara Turizm Derneği (ATD) Başkanı Berker Bülbüloğlu, bu rakamların turizmin otel ve ulaşımın ötesinde, şehirdeki pek çok işletmeye dokunduğunu gösterdiğini söyledi. "Turizmde artık yalnızca 'kaç kişi geldi' sorusunu sormak yeterli değil" diyen Bülbüloğlu, Ankara açısından asıl sorunun ziyaretçinin şehirle ne kadar bağ kurduğu olduğunu vurgulayarak "Ankara'ya bir toplantı için gelen kişi, programı bittiğinde şehrimizde ne yapacağını biliyor mu? Bir akşam daha kalırsa hangi müzeyi gezecek, hangi lezzeti tadacak, hangi ilçeyi keşfedecek? Bizim çözmemiz gereken mesele bu. Ziyaretçiye Ankara'da geçireceği zamanı kolayca planlayabileceği, nitelikli seçenekler sunmalıyız" diye konuştu. Ankara'nın Cumhuriyet tarihinin yanı sıra çok daha eski uygarlıkların izlerini taşıdığını belirten Bülbüloğlu, Gordion Antik Kenti ve Aslanhane Camii'nin UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer almasının Başkent'in uluslararası tanıtımı için güçlü bir dayanak olduğunu ifade etti. Bülbüloğlu, "Bu değerleri yalnızca tanıtım metinlerinde sıralamakla yetinemeyiz. Gordion'a nasıl gidileceği, çevresinde nasıl bir gün geçirileceği, Aslanhane Camii'ni ziyaret eden kişinin Ulus'ta başka neler görebileceği açık ve anlaşılır biçimde anlatılmalı. İyi bir turizm deneyimi, ziyaretçinin ilgisini çeken bir hikâyeyle başlar; ulaşım, rehberlik ve konaklama seçenekleriyle tamamlanır" dedi.

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



www.turoops.com | 0 312 430 33 34

Turoops

FUARLAR

YURTİÇİ FUARLAR

Tarih	Fuarın Adı	Konusu	Yeri	Düzenleyen
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
10 - 14 Kasım 2026	Hostech by Tusid İstanbul	Uluslararası Otel, Restoran, Kafe, Gastronomi Fuarı	İstanbul Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi	Tüyap Tüm Fuarcılık Yapım A.Ş
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 'Congresium'	Atis Fuarcılık Anonim Şirketi
19 - 21 Kasım 2026	Towel Expo Denizli Havlu Bornoz Otel Tekstili Ve Teknolojileri Fuarı	Havlu Ve Bornoz Ürünleri, Pike Nevresim Ve Yatak Takımları, Her Türlü Otel Tekstili İle Yan Sanayileri Ve Teknolojileri	Egs Kongre Ve Kültür Merkezi Denizli	Trend Fuarcılık Ve Yayıncılık A.Ş.
19 - 21 Kasım 2026	15.Van Doğu Anadolu Turizm Ve Seyahat Fuarı	Seyahat Acenteleri, Oteller, Rent A Car Şirketleri, Turizm Büroları, Kalkınma Ajansları, Bölgesel Turizm Tanıtma Ofisleri, Kültür Ve Turizm Müdürlükleri	Van Fuar Ve Kongre Merkezi	İpekyolu Expo Fuar A.Ş.
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, Arıtma, 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
12 - 15 Ocak 2027	Anfaş Hotel Equipment - 37. Uluslararası Konaklama Ağırlama Ekipmanları İhtisas Fuarı	Otel, Otel Ekipmanları, Temizlik, Endüstriyel, Restoran, Bakım Onarım	Anfaş Antalya Fuar Ve Kongre Merkezi	ANFAŞ A.Ş.
12 - 15 Ocak 2027	Anfaş Food Product - 33. Uluslararası Gıda Ve İçecek İhtisas Fuarı	Gıda, İçecek Ürünleri, Ambalaj Ve Ekipmanları,-Sağlıklı Yaşam Ürünleri	Anfaş Antalya Fuar Ve Kongre Merkezi	ANFAŞ A.Ş.
19 - 23 Ocak 2027	Uluslararası İstanbul Mobilya Fuarı	Mobilya, Dekorasyon	1) İstanbul Tüyap Fuar Ve Kongre Merkezi 2) İstanbul Fuar Merkezi	Tüyap Tüm Fuarcılık Yapım A.Ş. / Mos Fuarcılık A.Ş.
20 - 22 Ocak 2027	4. Alanya Otel, Restaurant, Kafe Ekipmanları Fuarı	Otel, Restaurant, Kafe Ekipmanları Ve Teknolojileri	Konaklı Kültür Merkezi	Başak Fuar Hizmetleri Ltd. Şti.
28 - 30 Ocak 2027	ATRAX Fuarı	14.Uluslararası Eğlence, park, spor & Rekreasyon alanları Endüstrisi Fuarı	İstanbul Fuar Merkezi	Turex Ulusl. Fuarcılık A.Ş.
28 - 30 Ocak 2027	İzmir Otel, Kafe,Restoran Ekipmanları Ve Ev Dışı Tüketim Fuarı	Otel,Kafe,Restoran Ekipmanları Ve Ev Dışı Tüketim Ürünleri	İzmir Mmo Tepekule Kongre Ve Sergi Merkezi	Başak Fuar Hizmetleri Ltd. Şti.
04 - 06 Şubat 2027	EMITT 30.Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı	Acenteler, Oteller, Beldeler, Ülkeler	İstanbul Fuar Merkezi	ICA Fuarcılık A.Ş.
18 - 20 Mart 2027	2. Bodrum Otel, Kafe, Restaurant Ekipmanları, Ev Dışı Tüketim Ürünleri, Gıda Ve İçecek Fuarı	Otel, Kafe, Restaurant Ekipmanları, Ev Dışı Tüketim Ürünleri, Gıda	Muğla Heredot Kültür Merkezi	Başak Fuar Hizmetleri Ltd. Şti.
06 - 10 Nisan 2027	(Modef 2027) 56.Uluslararası Mobilya Ve Dekorasyon Fuarı	Mobilya ve Dekorasyon	İnegöl Hikmet Şahin Kültür Parkı Uluslararası Fuar Alanı	Modef Fuarcılık Tic. Ltd. Şti.
07 - 10 Eylül 2027	TBEX EUROPE 2027 İZMİR TÜRKİYE	Dünyanın dört bir yanından seyahat içerik üreticileri, turizm profesyonelleri ve önde gelen seyahat markalarını buluşturan bir organizasyon	İzmir İZFAŞ Fuar Merkezi	İzmir Büyükşehir Belediyesi Turizm Şube Müdürlüğü ve İZFAŞ

YURTDIŞI FUARLAR

Tarih	Fuarın Adı	Konusu	Yeri	Düzenleyen
07 - 10 Ekim 2026	IRAQ Home & Hotel Expo	Uluslararası Otel Malzemeleri ve Mobilya Fuarı	Irak - Bağdat	GET Events
15 - 17 Ekim 2026	Uluslararası Otel ve Restoran Ekipmanları ve Ev Tekstili Fuarı	Otel Ekipmanları ve Ev Tekstili	İspanya - Madrid	Expotim - Ladin
02 - 05 Kasım 2026	Equiphotel Paris	Uluslararası Turizm Fuarı	Fransa - Paris	RX Global
03 - 05 Kasım 2026	GulfHost 2026	Uluslararası Otel ve Restoran Ekipmanları Fuarı	BAE - Dubai	Selten Uluslararası Fuar ve Aksesuarları Tic. Ltd. Şti.
13 - 15 Kasım 2026	PHILOXENIA - HOTELIA 2026	Turizm ve Otel, Otel Ekipmanları	Yunanistan - Selanik	Messe Turkey Fuarcılık
15 - 18 Kasım 2026	HORECA EXPO	Uluslararası Yiyecek, İçecek ve Gıda Teknolojileri Fuarı	Belçika - Gent	Expotim
07 - 10 Ocak 2027	VAKANTIEBEURS Turizm ve Rekreasyon Fuarı	Uluslararası Turizm Fuarı	Hollanda - Utrecht	Jaarbeurs
20 - 24 Ocak 2027	FİTUR 2027	Uluslararası Turizm Fuarı	İspanya - Madrid	IFEMA
21 - 24 Ocak 2027	GesundReisen	Uluslararası Sağlık Turizm Fuarı	Almanya - Stutgart	Messe Stutgart
09 - 11 Şubat 2027	Bit 27 İtalya Turizm Fuarı	Uluslararası Turizm Fuarı	İtalya - Fieramilano (Rho)	Fiero Milano
16 - 18 Mart 2027	ITB Berlin	Almanya Turizm Fuarı	Almanya - Berlin	Messe Berlin
01 - 03 Nisan 2027	ITM Intourmarket 2027	Uluslararası Seyahat Fuarı	Rusya - Moskova	Expotour Ltd.
13 - 15 Nisan 2027	MITT Moscow	Moskova Turizm Fuarı	Rusya - Moskova	ITE Group
01 - 03 Haziran 2027	The Hotel Show	27.Uluslararası otel, restoran, mutfak, dekorsyon malzeme ve ekipmanları fuarı	Dubai - BAE	TG Expo

TOPLANTI ve KONGRELER

Tarih	Toplantı/Kongrenin Adı	Konusu	Yeri	Düzenleyen
19 - 20 Kasım 2026	Event Summit Türkiye	Etkinlik ekonomisini oluşturan tüm değer zincirini kapsayan bütüncül bir buluşma noktası	42 Venue Maslak İstanbul	Boss Event Marketing
26 Kasım 2026	16.Uluslararası Resort Turizm Kongresi	Turizm Profesyonellerinin katılacağı bir kongre	Antalya	AKTOB Akeniz Turistik Otelciler Birliği
16 - 17 Aralık 2026	Meet Global MICE Kongresi	BRICS ülkeleri ve Küresel Güney'den kurumsal ve dernek alıcıları, MICE ve etkinlik planlayıcıları, MICE tedarikçileri, resmi turizm otoriteleri katılıyor	Rusya - Moskova	Moskova Turizm Komitesi
Kasım 27	The Meet	DMC'ler, oteller, havayolu şirketleri ve teknoloji firmalarının katılacağı bir toplantı	Sırbistan - Belgrad	Uzakrota - Balkan Holidays

2026 yılının ilk 8 ayında ülkemize gelen yabancı ziyaretçi sayısı yüzde 1,84 düşüşle 34 milyon 826 bin oldu

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın son açıkladığı verilere göre 2026 yılının ilk 8 ayında (ocak - ağustos) 34 milyon 826 bin 677 yabancı ziyaretçi Türkiye'ye geldi. Yabancı ziyaretçi sıralamasında; ilk üç sırada, 4 milyon 717 bin 814 kişi ile Rusya, 4 milyon 391 bin 616 kişi ile Almanya, 2 milyon 714 bin 652 kişi ile İngiltere yer aldı. Geçtiğimiz yılın aynı döneminde gelen yabancı ziyaretçi sayısı ise 35 milyon 481 bin olmuştu. Buna göre 2026 yılının ilk 8 ayında yabancı ziyaretçi sayısında, geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre yüzde 1,84 düşüş yaşandı. Aylık bazda ise ağustos ayında gelen yabancı ziyaretçi sayısı, geçen yılın aynı ayına göre yüzde 0,03 oranında bir düşüşle 6 milyon 963 bin oldu.

TÜRKİYE'YE GELEN YABANCI ZİYARETÇİ SAYILARI* (2024 - 2025 - 2026)

MİLLİYET	2024	2025	2026	Değişim %	
				2025 / 2024	2026 / 2025
Rusya Fed.	4 550 588	4 554 395	4 717 814	0,08	3,59
Almanya	4 385 331	4 400 592	4 391 616	0,35	-0,20
İngiltere (Birleşik Krallık)	3 102 412	3 002 928	2 714 652	-3,21	-9,60
İran	2 101 847	1 944 968	1 911 827	-7,46	-1,70
Bulgaristan	1 871 827	1 746 585	1 738 991	-6,69	-0,43
Polonya	1 327 953	1 358 415	1 305 414	2,29	-3,90
Amerika Birleşik Devletleri	943 099	1 026 835	959 130	8,88	-6,59
Hollanda	955 610	934 539	932 119	-2,20	-0,26
Gürcistan	1 003 932	875 294	896 574	-12,81	2,43
Romanya	833 313	835 516	782 714	0,26	-6,32
Fransa	794 320	796 732	745 992	0,30	-6,37
Ukrayna	637 466	688 333	725 362	7,98	5,38
Irak	635 497	691 291	691 489	8,78	0,03
Azerbaycan	658 378	638 707	639 725	-2,99	0,16
Suudi Arabistan	654 391	688 040	612 038	5,14	-11,05
Kazakistan	667 831	573 931	603 619	-14,06	5,17
İtalya	461 698	548 736	541 293	18,85	-1,36
Özbekistan	381 839	444 681	496 495	16,46	11,65
Belçika	466 448	452 844	434 891	-2,92	-3,96
Avusturya	404 993	418 477	406 570	3,33	-2,85
Yunanistan	461 776	406 914	386 401	-11,88	-5,04
Çin Halk Cumhuriyeti	268 252	269 045	363 562	0,30	35,13
İsveç	292 414	294 110	304 898	0,58	3,67
İspanya	253 816	298 987	299 314	17,80	0,11
Çek Cumhuriyeti (Çekya)	302 584	292 427	275 469	-3,36	-5,80
İsviçre	253 310	251 566	243 758	-0,69	-3,10
Danimarka	247 638	234 759	223 562	-5,20	-4,77
Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti	178 385	199 880	216 713	12,05	8,42
Cezayir	206 677	208 517	214 895	0,89	3,06
Kanada	190 894	203 297	209 176	6,50	2,89
Moldova	231 915	247 030	205 763	6,52	-16,71
Diğer	6 077 440	5 952 852	5 634 841	-2,05	-5,34
YABANCI TOPLAMI	**35 803 874**	**35 481 223**	**34 826 677**	**-0,90**	**-1,84**

TÜRKİYE'YE GELEN YABANCI ZİYARETÇİLERİN YILLARA VE AYLARA GÖRE DAĞILIMI*

	YILLAR			DEĞİŞİM %	
AYLAR	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	2 126 698	-5,34	-2,08
MART	2 701 244	2 346 403	2 463 920	-13,14	5,01
NİSAN	3 611 244	3 900 546	3 532 505	8,01	-9,44
MAYIS	5 130 119	5 037 447	4 856 862	-1,81	-3,58
HAZİRAN	5 860 446	5 772 328	5 540 424	-1,50	-4,02
TEMMUZ	7 333 812	7 116 096	7 096 564	-2,97	-0,27
AĞUSTOS	6 825 403	6 965 343	6 963 065	2,05	-0,03
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**	
8 AYLIK TOPLAM	**35 803 874**	**35 481 223**	**34 826 677**	**-0,90**	**-1,84**

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

DAIKIN Doğru Hava Uzmanı

444 999 0 • daikin.com.tr

ENDÜSTRİYEL SOĞUTMADA DA ÇÖZÜM Daikin uzmanlığında





• Gıda Perakende • Ticari Soğutma
• Endüstriyel Soğutma • Transport Soğutma

Soğuk zinciri oluşturan tüm süreçlerde, Daikin'in sessiz ve güvenli çözümleri, %50'ye kadar enerji verimliliği sağlıyor.

Hızlı, Dayanıklı ve Ekonomik Ürünlerimizle Profesyonel Tekstil Çözümlerinizde Yanınızdayız

odaline
BY İSMET ASLIKARA





Ürünlerimiz:
-Linen Grubu
-Masa Örtüsü
-Perde
-Koltuk











Referanslarımızdan Bazıları:
Crowne Plaza İstanbul Kurtköy
Crowne Plaza İstanbul Tuzla
Çekmeköy İnventist
Bodrum Yelken Hotel
Ramada by Wyndham Şile
Ramada Encore By Wyndham Şişli
Shmayaa Hotel Midyat

Demirtaş Dumlupınar OSB Mah. Mustafa Karaer Cad. No:13 Osmangazi – BURSA
Tel: 0224 211 33 20-21 / 0532 284 01 41 / 0530 876 72 00 Mail: info@odaline.com.tr



İyi Bir Otel Deneyimi Kaliteli Uykuyla Başlar.

Dünyanın seçkin otelleri bu deneyimi **Yatsan** ile yaşatıyor.