

# THE VOICE

*of Travel*



AYIN KONUĞU  
T.C. HAZİNE VE  
MALİYE BAKANI  
GUEST OF THE MONTH  
REPUBLIC OF TURKEY,  
MINISTER OF TREASURY  
AND FINANCE

DR. BERAT  
ALBAÇRAK

ARAŞTIRMA  
RESEARCH  
ALMAN PAZARI  
GERMAN  
MARKET

GEZGİN GAZETECİ:  
TRAVELLING  
JOURNALIST:  
COŞKUN ARAL

RENGİ SOLMAYAN  
BİR MASAL: HİNDİSTAN  
A FAIRY TALE WHOSE  
COLOURS NEVER FADE:  
INDIA

TURİZM SEKTÖRÜNÜN  
DİJİTAL YOL HARİTASI  
DIGITAL ROAD MAP FOR  
THE TOURISM SECTOR

# Göbeklitepe'yi MüzeKart ile keşfedin.

Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip Erdoğan 2019'u Göbeklitepe yılı ilan etti.  
Siz de hemen MüzeKart alın, bu yıl keşfetmeye Göbeklitepe'den başlayın.



**T.C.  
Kültür ve Turizm  
Bakanlığı'na  
bağlı 300'den fazla  
müze ve örenyerini  
bir yıl boyunca  
keşfedin.**



  müzekart  
444 MÜZE (6893)  
www.muze.gov.tr



**DÖSİMM**

 TÜRKİYE



**FİRUZ B. BAĞLIKAYA**  
TÜRSAB Yönetim Kurulu Başkanı  
Chairman of the Executive Board  
at TÜRSAB

## Sektörü heyecanlandıran bir sezon: 2019

**TR** Yepyeni bir yıla yepyeni umutlarla 'merhaba' diyoruz. Geride bıraktığımız 2018 yılında ziyaretçi sayısı bakımından tarihin en yüksek seviyelerine çıktık. Turizmde rekorlar kırdığımız çok başarılı bir yılı geride bırakmanın verdiği özgüvenle 2019 yılında da başarıdan başarıya koşacağımıza inanıyoruz.

Artık yeni hedeflere, yeni zirvelere odaklanma zamanı. Cumhuriyetimizin 100'üncü kuruluş yıl dönümü olan 2023 yılına artık çok daha iddialı hedeflerle yürüyoruz. Kültür ve Turizm Bakanlığımız da 2023 yılı turizm hedeflerini revize ederek 70 milyon turist, 70 milyar dolar gelir olarak açıklamış durumda. Bu hedefe ulaşmak için aralıksız bir şekilde çalışmalı, hep birlikte daha çok gayret göstermeliyiz.

2019 yılı; aynı zamanda turizmde çitayı yükselttiğimiz, nicelikten niteliğe geçmeyi konuşmaya başladığımız bir sürecin de başlangıcı olacak. Artık küresel turizmdeki gelişmeleri daha yakından takip eden, hatta takip etmenin ötesine geçerek düecenya turizm trendlerine yön veren bir anlayışı hakim kılmalıyız.

TÜRSAB olarak biz de tüm çalışmalarımızı bu yönde gerçekleştiriyoruz. Türkiye'nin imajını yükseltecek etkinlik ve organizasyonlara sponsor olarak ülkemizin küresel rekabette öne çıkmasına katkı sağlıyoruz. Bu süreçte dünya turizm endüstrisini buluşturan fuar ve etkinliklere katılmaya da devam ediyoruz. Dünyanın en önemli turizm fuarlarından WTM Londra, Hollanda Utrecht, Fitur Madrid ve İran TITE Fuarı'na katılarak olumlu izlenimlerle döndük. 6-8 Aralık 2018'de 12. kez düzenlenen, 43 ülke ve 48 ilden 1200'ün üzerinde katılımcının yer aldığı, 44 bin kişinin ziyaret ettiği Travel Turkey İzmir Turizm Fuarı ve Kongresi ile 31 Ocak-3 Şubat 2019'da gerçekleştirilen EMITT fuarını çok başarılı bir şekilde tamamladık. Önümüzde Almanya'da ITB Berlin, Rusya'da MITT Moskova, Ukrayna Kiev'de UITT, Azerbaycan Bakü'de AITF ile ATM Dubai gibi önemli fuarlar var.

Kurumsal dergimiz The Voice of Travel vasıtasıyla sektördeki tüm gelişmeleri sizlerle paylaşmaya devam ediyoruz. Bu sayımızda Türk ekonomisinin başındaki isim olan Hazine ve Maliye Bakanı Sayın Berat Albayrak'ı konuk ediyoruz. İnanıyorum ki; devletimizin turizmde verdiği önemi, sektörümüzün ülkemize katkısını Sayın Berat Albayrak'tan duymak, Sayın Albayrak'ın verdiği mesajlarla yeni sezona hazırlanmak hepimizi bir kat daha motive edecek. Sektördeki güncel konuları ele aldığımız haberlerin yer aldığı The Voice of Travel dergimizin, keyifle okuyacağınız bir sayı olmasını temenni ediyorum.

## 2019: An exciting season for the tourism industry

**EN** We say 'hello' to brand new year with a brand new sense of hope. We leave behind 2018, a year in which we reached the highest ever number of visitors. We enter 2019 with the confidence that comes from leaving behind a very successful, record-breaking year, and we believe that this year too, we will go from strength to strength.

Now it's time to focus on new targets, new heights. We are now approaching the 100th anniversary of the founding of our Republic in 2023 with much more ambitious targets. Our Ministry of Culture and Tourism has also revised their tourism targets for 2023, which they have declared to be 70 million tourists and 70 billion Dollars income. In order to achieve this goal, we must work continuously, combining and increasing our efforts.

2019 will also be the year when we raise the bar for tourism and when we start the conversation about moving from quantity to quality. We need now to follow global tourism trends more closely, and, in fact, to go beyond simply following to reach an understanding of how we can influence world tourism trends.

At TÜRSAB all of our work is carried out with this aim. By sponsoring events and organisations, which raise the image of Turkey, we play a part in raising our country's profile in terms of global competition. As part of this process we continue to take part in all fairs and events, which bring together the world's tourism industry. We participated in one of the world's most important tourism fairs, WTM London, as well as the Netherlands Utrecht, Fitur Madrid and Iran TITE fairs, returning with positive impressions. 6 to 8 December 2018 for the 12th time present, 43 countries and built settlements over 1200 people from 48 provinces, visiting 44 thousand of Travel Turkey İzmir Tourism Fair and Congress with the EMITT fair held in January 31 to February 3 2019 very successful completed. Coming up are important fairs such as ITB Berlin in Germany, MITT Moscow in Russia, Ukraine Kiev in UITT Ukraine, Azerbaijan in Baku AITF and ATM Dubai.

Through our corporate magazine The Voice of Travel we will continue to share developments in the tourism sector with you. In this issue, we welcome the leading name for the Turkish Economy Minister of Treasury and Finance, Mr. Berat Albayrak. I believe that hearing from Mr. Berat Albayrak about the importance that our government gives to tourism and the contribution of our sector to our country will be a further motivation for all of us as we prepare for the new season. I very much hope that you will enjoy reading this issue of The Voice of Travel magazine, and the news, which it contains, about current issues in the tourism sector.

# İÇİNDEKİLER | CONTENTS



Ayın Konuğu  
Guest of the Month

T.C. Hazine ve Maliye Bakanı  
Republic of Turkey, Minister of  
Treasury and Finance

**DR. BERAT  
ALBAYRAK**

**20**



**32**

**Araştırma  
Research**

**Alman pazarı  
yükseliş trendinde  
German market  
on a growth trend**



**48**

**Çurt içi destinasyon  
Domestic destination**

**Dört Mevsim  
Karadeniz  
Four Seasons in the  
Black Sea**

## YÖNETİM | MANAGEMENT

TÜRSAB adına İmtiyaz Sahibi  
Publisher on Behalf of TÜRSAB

Firuz B. Bağlıkaya  
TÜRSAB Yönetim Kurulu Başkanı  
TÜRSAB Chairman of the Board

Çayın Direktörü (Sorumlu)  
Publishing Coordinator

Mesut Kanat  
TÜRSAB Bilgi Teknolojileri ve Medya  
İletişimi Grup Başkanı  
TÜRSAB Head of Information Technology and  
Media Communication Group

TÜRSAB Adına  
Katkıda Bulunanlar  
Contributors

Ayşe Korkmaz, Özlem Kasa Orhanlı,  
Fatih Gönül, İsmail Toksoy, Can  
Esmer, Özgür Açıkbaş  
Göçhan Yıldırım

Görsel Yönetmen  
Visual Director

Sosyal Medya-Dijital İletişim  
Social Media-Digital  
Communication

Ferit Çağlar Gündüz, Serdar Erbay

## HAZIRLIK | CONTENTS PREPARATION

Genel Çayın Yönetmeni  
Editor in Chief

A. Nihat Dursun

Genel Koordinatör  
General Coordinator

Vahit Uysal

Editor  
Editor

Didem Yeniay

Kreatif Direktör  
Creative Director

Arzu Arat Yenici

Katkıda bulunanlar  
Contributors

Reyan Tuvi, Yusuf Tuvi, Deniz Yıldırım

Çeviri  
Translation

Joanna Marsh, Wave Media Partners

medya

Medya, İletişim ve Otelcilik A.Ş.  
Kocatepe Mah. Dolapdere Taksim Cad.  
No: 9-11 Beyoğlu / İstanbul

Baskı  
Print

Yeni Devir Matbaacılık ve Gazetecilik  
Anonim Şirketi

**THE  
VOICE**  
of Travel

18 Sektörden haberler  
Tourism Sector  
News

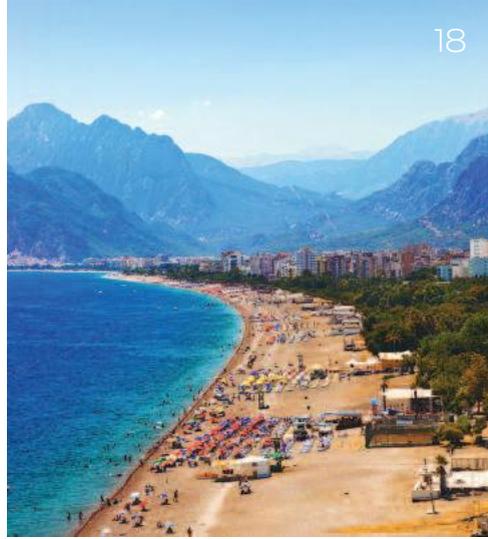
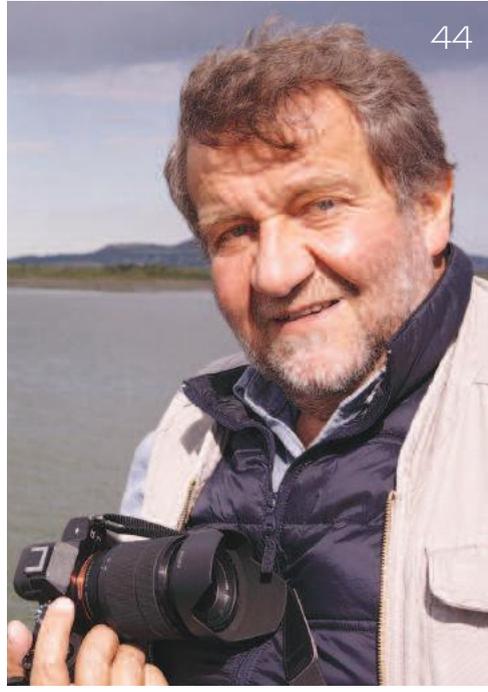
Turizmcilerden  
erken rezervasyon  
çağırısı  
Tourism  
professionals call  
for early bookings

36 TÜRSAB'dan  
haberler  
News from  
TÜRSAB

Türkiye'nin  
buluşma noktası:  
Travel Turkey İzmir  
Turkey's meeting  
point: Travel  
Turkey İzmir

60 Turizmde  
dijitalleşme  
Digitalisation in  
tourism

Turizm sektörü  
dijitalleşme yol  
haritasını belirledi  
The tourism sector  
establishes the  
roadmap for  
digitalisation



44 Söyleşi  
Interview  
Coşkun Aral  
"Seyahatlerim  
sırasında kendimi  
keşfediyorum"  
"I discover myself  
during my travels"

68 Yurt dışı  
destinasyon  
Overseas  
destination

Renği solmayan  
bir masal:  
Hindistan  
A never-fading  
fairy tale  
India

72 Dünya mirası  
World heritage

Ait olduğu  
topraklara geri  
dönen Çingene  
Kızı'na büyük ilgi  
Great interest in  
Gypsy Girl who  
returned to the land  
where she belonged



## Türkiye'nin yeni hikayesi bu zirvede konuşuldu Turkey's new story was discussed at this summit

*Türkiye Yatırımcı İlişkileri Derneği (TÜYİD) tarafından düzenlenen TÜYİD Yatırımcı İlişkileri Zirvesi, İstanbul'da gerçekleştirildi.*

*The TÜYİD Investor Relations Summit, organised by the Turkish Investor Relations Association (TÜYİD) was held in Istanbul.*



**TR** Türkiye Yatırımcı İlişkileri Derneği (TÜYİD) tarafından bu yıl 7'incisi düzenlenen TÜYİD Yatırımcı İlişkileri Zirvesi'nin açılış konuşması, Hazine ve Maliye Bakanı Berat Albayrak tarafından yapıldı. "Türkiye'nin Yeni Hikayesi" teması ile gerçekleşen zirvenin 'Küresel Pazarlarda Türkiye' başlıklı oturumunda TÜRSAB Başkanı Firuz B. Bağlıkaya konuşmacı olarak yer aldı. Dice Kayek'in kurucularından Ayşe Ege, Contemporary İstanbul Yönetim Kurulu Başkanı Ali Güreli, Yönetim Danışmanı Aclan Acar'ın da katıldığı oturumda uluslararası markaların başarı hikayeleri konuşuldu.

**EN** This year, the Turkish Investor Relations Association (TÜYİD) held the 7th Investor Relations Summit, at which the opening speech was made by the Minister of Finance and Treasury, Berat Albayrak. The theme of the summit was 'Turkey's New Story' and TÜRSAB President, Firuz B. Bağlıkaya, was the speaker at the session entitled 'Turkey in Global Markets'. Ayşe Ege, one of the founders of Dice Kayek; Contemporary İstanbul Chairman, Ali Güreli, and Management Consultant Aclan Acar also took part in the session, which discussed the success stories of international brands.



## TR “Turizm, dış ticaret açığını tek başına kapatabilecek bir sektör”

Zirvede turizm sektörünün başarı hikayesini anlatan TÜRSAB Başkanı Firuz B. Bağlıkaya, Türkiye turizminin 80’li yıllardan günümüze ekonomik olarak büyüme süreci, seyahat acentalarının ülkemize yabancı turist getirmeye yönelik çalışmaları ve katkıları üzerine bir konuşma yaptı.

Bağlıkaya, turizmin topyekün hareket gerektiren bir alan olduğunu, pasaport kontrol polisinden restorandaki garsona kadar herkesin topyekün bilinçle hareket etmesi gerektiğinin altını çizdi ve şunları söyledi: “Turisti sadece döviz olarak görmemek lazım. Ülkesine döndüğünde anlatacakları ülkemizin tanınması açısından çok önemli. Bir diğer önemli nokta ise gelir düzeyi yüksek, nitelikli turisti ülkemize çekebilmek. Bu sene 32 milyar dolar turizm geliri bekleniyor. Turizm, dış ticaret açığını tek başına kapatabilecek bir sektör. Dünya turizm sektörü yüzde 7, Akdeniz çanağı yüzde 11 büyüyor. Türkiye’nin turizmdeki büyüme oranı ise yüzde 15’in üzerinde bulunuyor. Yeter ki işimize sahip çıkalım, gözümüzü toptan ayırmayalım. Sektörden gelen, sektörü bilen, birkaç önemli markayı oluşturmuş bir Kültür ve Turizm Bakanımız var. Bu, bizim arzu ettiğimiz bir tabloydu. Yıllardır konuştuğumuz başlıkların bir bir yapıldığını inşallah hep birlikte göreceğiz.”

## EN “Tourism, a sector that can cover the current account deficit on its own”

At the summit the success story of the tourism sector TÜRSAB Chairman Firuz B. Bağlıkaya gave a speech about the economic growth period of Turkish tourism from the ‘80s to the present day, the work which travel agencies had done to bring foreign tourists to Turkey and their contribution.

Bağlıkaya stressed that tourism is a field which requires collective effort, from the passport control police to the waiter in the restaurant, everyone has to work consciously together and he said: “We can’t just see tourists as foreign currency. What they say when they return to their own countries is extremely important for our promotion. Another reason why it is important is to attract quality tourists to our country with a high level of income. This year 32 billion dollars of tourism revenue is expected. Tourism is a sector that can cover the current account deficit on its own. The world tourism sector is growing by 7 per cent and the Mediterranean basin by 11 per cent. Turkey’s tourism growth rate is over 15 per cent. It’s enough for us to get on with our work, and not lose our concentration. We have a Culture and Tourism Minister who came from the tourism sector, who knows the sector and has developed a number of important brands. This was the scenario that we wanted. I hope that all of us will see the matters that we have been talking about for years, happening one by one.”

# TÜRSAB Heyeti, Tahran'dan anlaşma ile döndü

## TÜRSAB Delegation returned from Tehran with an agreement

**İran'da düzenlenen 12. Uluslararası Tahran Turizm Fuarı'na geniş bir heyetle katılan TÜRSAB, fuarda İran Havayolu Ulaşımı ve Turizm Acentaları Birliği (AATTAI) ile iki ülke turizminin geliştirilmesi amacıyla bir iş birliği anlaşması imzaladı.**



**TÜRSAB participated in the 12th International Tehran Tourism Fair organised in Iran, with a large delegation. At the fair, a working agreement was signed with the Iranian Airline Transport and Tourism Agencies Association (AATTAI) to develop tourism between the two countries.**

**TR** Türkiye'nin önemli pazarlarından İran'ın başkenti Tahran'da 12-15 Şubat tarihleri arasında gerçekleştirilen TITE Tahran Fuarı sona erdi. TÜRSAB Yönetim Kurulu Başkanı Firuz B. Bağlıkaya, Başkan Yardımcısı Bedirhan Bayka, Yönetim Kurulu Üyeleri Ahmet Özden, Hacı İbrahim Canatan, Mehmet Ne-zih Hacialioğlu ve bölge temsil kurulu başkanlarından oluşan geniş bir heyetle ve 130 metrekarelik bir stantla fuara katılan TÜRSAB, fuardan olumlu izlenimlerle döndü.

### **İki ülke turizminin geliştirilmesi için iyi niyet anlaşması imzalandı**

Tahran Otelcilik ve Yan Ekipmanları Seyahat ve Turizm Fuarı (TITE) vesilesiyle Tahran'da bir konferans gerçekleştirildi. Konferansa; Tahran Büyükelçisi Derya Örs, İran İslam Cumhuriyeti Turizmde Sorumlu Cumhurbaşkanı Yardımcısı Ali Ashgar Monesan, İran Havayolu Ulaşımı ve Turizm Acentaları Birliği Başkanı Hormatolah Rafeyi, İran Seyahat Acentaları Birliği Başkan Yardımcısı Vali Teymouri ve Tahran Kültür ve Turizm Müşaviri Mehmet Taşkın, TÜRSAB Yönetim Kurulu Başkanı Firuz B. Bağlıkaya ve TÜRSAB Yönetim Kurulu Üyeleri, THY Tahran ofisi yetkilileri ve İran'ın çeşitli bölgelerinden sektör temsilcileri katıldı. İki ülke turizminin geliştirilmesi konularının ele alındı.

**EN** The TITE Tehran Fair took place from 12-15 February in Tehran, which is the capital of Iran, one of Turkey's most important markets. TÜRSAB took part in the fair with a stand of 130 square metres, and a large delegation including Chairman of the Board, Firuz B. Bağlıkaya; Vice President, Bedirhan Bayka; Members of the Executive Board Ahmet Özden, Hacı İbrahim Canatan and Mehmet Ne-zih Hacialioğlu; and heads of regional representative boards. They returned from the fair with a positive impression.

### **A goodwill agreement was signed for the development of tourism in the two countries**

A conference was held in Tehran as part of the Tehran Hotel and Auxiliary Equipment Travel and Tourism Fair (TITE). Participants in the Conference included: Tehran Ambassador, Derya Örs; Vice President of the Islamic Republic of Iran Responsible for Tourism, Ali Ashgar Monesan; Iranian Airline Transportation and Tourism Agencies Association President, Hormatolah Rafeyi; Iranian Travel Agencies Association Vice President, Vali Teymouri; and Tehran Culture and Tourism Counsellor Mehmet Taşkın; TÜRSAB Chairman of the Board Firuz B. Bağlıkaya and members of the TÜRSAB Executive Board, THY Tehran office members and representatives of the tourism sector from various regions of Iran. In the conference,



ği konferansta, TÜRSAB ve AATTAI arasında, karşılıklı turizm potansiyelini geliştirmek ve turist sayısını artırmak amacıyla iyi niyet anlaşması imzalandı.

### **İranlılar daha çok Türk turist bekliyor**

Konferansta konuşan AATTAI Başkanı Hormatolah Rafeyi, İran ve Türkiye'nin tarihi, kültürel, siyasi bağları nedeniyle iki kadim dost ülke olduğuna vurgulayarak, Mevlana gibi çok önemli bir ortak değere sahip olduğumuzu ifade etti. İran'dan yılda yaklaşık 8 milyon kişinin yurt dışına çıktığını açıklayan Rafeyi şunları söyledi: "İran'dan yılda yaklaşık 8 milyon turist yurt dışına çıkıyor ve İranlılar iki Müslüman ülke Türkiye ile Irak'a gidiyor ancak Türkiye'den İran'a gelen turist sayısı yüzde 4'ün altında. TÜRSAB yetkilileriyle yapacağımız anlaşmalarla tek yönlü olan turizmi çift yönlü hale getirmeye çalışacağız."

### **Bağlıkaya; "İran'ın eşsiz zenginliğini ülkemizde daha fazla tanıtmak için hazırız"**

Daha sonra konuşan TÜRSAB Yönetim Kurulu Başkanı Firuz B. Bağlıkaya, Bursa, Antalya, Konya ve Düzce temsilcileriyle turizm ve kültürel ilişkileri geliştirmek amacıyla İran'a geldiklerini belirterek, şunları kaydetti: "Turist alışverişinde İran ile Türkiye arasında bir dengesizlik olduğunun biz de farkındayız. Türkiye'ye gelen İranlı sayısını azaltmak yerine İran'a gelen Türkiyeli sayısını artırma yönünde çaba sarf etmeye ve çözüm bulmaya geldik." Türkiye'nin İran'dan 2 milyonun üzerinde ziyaretçi aldığını ifade eden Bağlıkaya, Türkiye'de İran'ın eşsiz zenginliklerini daha fazla anlatmak için ellerinden geleni yapacakları sözünü verdi.

### **Seyahat acentaları için verimli bir fuar oldu**

Fuarda İranlı turizmciyle buluşan seyahat acentaları, TÜRSAB'ın 130 metre-karelik standını iş görüşmeleri için ücretsiz olarak kullandı. Fuara katılan seyahat acentaları verimli bir fuar geçirdiklerini kaydettiler.

where the development of tourism in the two countries was discussed, a goodwill agreement was signed between TÜRSAB and AATTAI to develop mutual tourism potential and increase the number of tourists.

### **Iranians expect many more Turkish tourists**

Speaking at the conference, AATTAI President, Hormatolah Rafeyi, stressed that Iran and Turkey were two ancient friends, due to their historical, cultural, and political ties, and stated that they had many significant shared values such as Mevlana. Attar explained that around 8 million people travelled abroad from Iran every year. He said: "Around 8 million Iranian tourists travel abroad every year and Iranians visit two Muslim countries, which are Turkey and Iraq, whilst less than 4% of Iran's tourists come from Turkey. The agreement, which we have signed with TÜRSAB, will aim to make this tourism, which is currently one-sided, into two-way traffic."

### **Bağlıkaya; "We are ready to promote the unique riches of Iran in our country"**

Speaking afterwards, the TÜRSAB Chairman of the Executive Board, Firuz B. Bağlıkaya, stated that he had come to Iran together with representatives of Bursa, Antalya, Konya and Düzce, in order to develop tourism and cultural relationships. He said: "We are aware that there is an imbalance in tourism trade between Iran and Turkey. Rather than reducing the number of tourists which come from Iran to Turkey, we have come to identify and put our efforts towards a solution which will increase the number of Turks coming to Iran." Stating that Turkey had received over 2 million visitors from Iran, Bağlıkaya promised that they would do their best to do more to promote Iran's unique riches in Turkey.

### **It was a productive fair for travel agencies**

During the fair, travel agencies met with representatives of the Iranian tourism sector and were able to use TÜRSAB's 130 metre-square stand free of charge for their business meetings. Travel agencies participating in the fair said they had had a productive time..





## Utrecht Vakantiebeurs Turizm Fuarı umut verdi The Utrecht Vakantiebeurs Tourism Fair gave us hope

**TR** Hollanda'nın Utrecht şehrinde yapılan turizm fuarı Vakantiebeurs kapılarını bu yıl 49'uncu kez açtı. Yurt dışına en çok turist gönderen ülkeler arasında yer alan Hollanda pazarı için önemli bir nabız yoklama durağı olan Vakantiebeurs'a geçen yıllara göre ciddi şekilde ilginin artması turizmcileri sevindirdi.

9-13 Ocak tarihleri arasında gerçekleştirilen fuarın ilk gününde profesyonellere yönelik yoğun iş görüşmeleri yapılırken, ikinci gün ise fuar halka açıldı ve gişelerde uzun kuyruklar oluştu. 2018 yılında TÜRSAB'ın da katıldığı Vakantiebeurs Utrecht Turizm Fuarı'nda 125 ülkeden toplam 1150 stant yer aldı.

**EN** The tourism fair, Vakantiebeurs, which takes place in Utrecht, in The Netherlands, opened its doors for the 49th time this year. The Netherlands is one of the countries, which sends the most tourists abroad, so Vakantiebeurs is a good place to test the waters. Those working in the tourism sector were pleased to note a considerable increase in interest, compared to the previous year.

The fair took place from 9th to 13th January. The first day was for tourism professionals, and was a busy day for meetings, whilst the second day was open to the public, with long queues forming at the booths. TÜRSAB also participated in the Vakantiebeurs Utrecht Tourism Fair in 2018, when there were a total of 1150 stands from 125 countries.



## Hollanda pazarında yüzde 30 artış bekleniyor

**TR** Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın bir resepsiyon verdiği fuarda açıklamalarda bulunan Mehmet Nuri Ersoy; "Siz ilişkileri ne kadar iyileştirip kuvvetlendirirseniz, aradaki turizmi de o kadar kuvvetlendirmiş oluyorsunuz. Zaten bunun ciddi yansımalarını rezervasyonlarda da görüyoruz. Hollanda'dan Türkiye'ye olan yolcu trafiği geçen sene yaklaşık yüzde 33'lük artışla kapanmıştı. Şu anda erken rezervasyon rakamlarına baktığımız zaman yine yüzde 30 civarında bir artış öngörüyoruz" dedi.

## The Dutch market is expected to increase by 30 per cent

**EN** The Ministry of Culture and Tourism held a reception at the fair where Mehmet Nuri Ersoy explained: "The extent to which you improve and strengthen your relationships, is the extent to which tourism between these parties will improve. In fact, we can already see this clearly reflected in the bookings. Last year concluded with the number of passengers travelling from the Netherlands to Turkey up by 33 per cent. At the moment, when we look at the early booking figures, we can anticipate another increase of around 30 per cent," he said.

## Türkiye en büyük katılımcı oldu

**TR** Türkiye, fuarda, Lahey Büyükelçiliği Kültür ve Tanıtma Müşavirliği'nin 29 özel işletmenin ve sektör kuruluşunun katılımıyla açtığı yaklaşık 652 metre karelik stantla en büyük katılımcı oldu. Vakantiebeurs Utrecht Turizm Fuarı'na TÜRSAB'ı temsilen TÜRSAB Yönetim Kurulu Üyesi Özgen Uysal ve Denetim Kurulu Üyesi Mustafa Demir katıldı.



## Rakamlarla Hollanda pazarının önemi Importance of Dutch market in figures

Hollanda'dan yurt dışı çıkış sayısı (2017): 19,1 milyon  
Number of overseas departures from the Netherlands (2017): 19.1 million

Hollanda vatandaşlarının yurt dışı turizm harcaması:  
19,5 milyar dolar (UNWTO 2017)  
Foreign tourism spend of Dutch citizens: USD 19.5 billion (UNWTO 2017)

Hollanda'dan ülkemize gelen ziyaretçi sayısı: 1 milyon kişi (Ocak - Kasım 2018)  
The number of visitors coming to our country from the Netherlands: 1 million (January-November 2018).

Hollanda pazarı artış oranı: yüzde 27,3  
Dutch market growth rate: 27.3 per cent

Hollandalı turistin ortalama geceleme sayısı: 11,7 gece (TÜİK 2017)  
Average number of nights stayed by Dutch tourists: 11.7 nights (Turkish Statistical Institute 2017)

Hollandalıların Türkiye'deki kişi başı ortalama seyahat harcamaları: 863 dolar (TÜİK 2017)  
Average holiday spend by Dutch people in Turkey: 863 USD (Turkish Statistical Institute 2017)

## Turkey was the largest participant

**EN** Turkey was the largest participant in the fair, with the Culture and Tourism Office of the Turkish Embassy in The Hague taking a stand of around 652 square metres, with 29 private companies and tourism sector organisations taking part. TÜRSAB Board Member, Özgen Uysal, and Supervisory Board Member, Mustafa Demir, represented TÜRSAB at the Vakantiebeurs Utrecht Tourism Fair.



## TÜRSAB'dan turizm taşımacılığı konusunda önemli adım TÜRSAB takes significant step in tourism transportation

***Seyahat acentalarının transfer konusunda yaşadığı sıkıntıları çözmek için çalışmalarına hız veren TÜRSAB, Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı bürokratları ve 21 farklı ilden belediye temsilcileriyle bir araya geldi.***

***TÜRSAB accelerated its efforts to solve the problems, which were experienced by travel agencies related to transfers, which brought together civil servants from the Ministry of Transport and Infrastructure and representatives from 21 different municipalities.***

**TR** Antalya'da ikincisi gerçekleştirilen Turizm ve Karayolu Ulaştırma Koordinasyon Toplantısı'na, Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı Karayolu Düzenleme Genel Müdürü Mahmut Gürses ile TÜRSAB Yönetim Kurulu Başkanı Firuz B. Bağlıkaya başta olmak üzere TÜRSAB Yönetim Kurulu Üyeleri Nezih Hacialioğlu ve Özgen Uysal, TÜRSAB Karayolu Ulaştırma İhtisas Başkanı Taşkın Arık, Karayolu Düzenleme Genel Müdür Yardımcısı Ufuk Korkmaz, Karayolu Düzenleme Daire Başkanları

**EN** The second 'Tourism and Highway Transportation Co-ordination Meeting' held in Antalya, was chaired by Chairman of the Executive Board at TÜRSAB, Firuz B. Bağlıkaya, and Ministry of Transport and Infrastructure Director of Highway Organisation, Mahmut Gürses. It was attended by TÜRSAB Board of Directors Members Nezih Hacialioğlu and Özgen Uysal; Chairman of TÜRSAB's Highway Transportation Specialism, Taşkın Arık;



Kerim Cicioğlu, Çetin Bahadır, UKOME şube müdürleri ile 21 farklı ilden belediye temsilcileri katılım sağladı.

Turizm taşımacılığı alanında ortaya çıkan sorunların çözümünü ve kurumlar arasında yaşanan uyumsuzlukların giderilmesini hedefleyen toplantıda, konu hakkında ciddi aşama kaydedildiği belirtildi. Toplantının ev sahibi olan TURSAB, bundan sonraki dönemlerde Türkiye'yi ziyaret edecek yabancı misafirleri en iyi şekilde ağırlamak amacıyla mevcut sistemdeki sorunları ortadan kaldırma çaba harcıyor.

### **Bağlıkaya; "Herkesi memnun edecek çözüm için çalışıyoruz"**

Toplantının önemine değinerek katılan herkese teşekkür eden TURSAB Yönetim Kurulu Başkanı Firuz B. Bağlıkaya, şunları söyledi: "Turizm sektörü hepimizin ortak noktası ve hepimiz aynı gemideyiz. Sektör için herkesin aynı heyecanla, canla başla çalıştığını biliyoruz. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı'nın değerli temsilcilerinin konuyla ilgili çok değerli katkıları bulunuyor. Bu toplantıdan herkese memnun edecek ortak akıl ve anlayışla sorunlarımıza çözüm bulacağımıza inanıyorum."

Acentaların en önemli gündem maddelerinden biri olan Ulaştırma Elektronik Takip ve Denetim Sistemi (U-ETDS) ile ilgili düzenlenen bu toplantının ilki 22 Aralık'ta Antalya'da 500'ün üzerinde acentanın katılımıyla gerçekleşmişti.

Highway Regulation Deputy General Director, Ufuk Korkmaz; Highway Organisation Department Heads Kerim Cicioğlu and Çetin Bahadır; and UKOME branch managers and representatives from 21 different municipalities participated.

It was reported that serious progress had been made in the meeting towards solving the problems experienced by Turkish tourism in the field of transportation and resolving the incompatibility between different bodies. TURSAB, which hosted the meeting, is striving to eliminate the problems in the current system, to make sure that from now on foreign tourists visiting Turkey will be hosted in the best possible way.

### **Bağlıkaya: We are working to find a solution which will satisfy everyone**

Chairman of the Executive Board at TURSAB, Firuz B. Bağlıkaya, touched on the importance of the meeting and thanked everyone who had taken part. He noted: "This is a common issue for all of us in the tourism sector and we are all in the same boat. We know that we are all working as hard as we can for the sector with the same enthusiasm. The esteemed representatives of the Ministry of Transport and Infrastructure have made very valuable contributions. I believe that from this meeting we will find a solution to our problems that will please everyone, based on understanding and common sense."

TURSAB organized the first of these meetings on December 22nd in Antalya to focus on one of the agents' most important agenda items regarding the Electronic Monitoring and Supervision System (U-ETDS). It took place with the participation of over 500 agents.



18 yıl aradan sonra EMITT'e katılan TÜRSAB'a büyük ilgi  
After a break of 18 years, TÜRSAB participated in EMITT attracting great attention

**Türkiye'nin ve dünyanın önemli turizm fuarları arasında yer alan 23. Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı (EMITT), 94 ülkeden 5 binin üzerinde katılımcı ve 57 bini aşkın ziyaretçiyi bir araya getirdi.**

**The 23rd East Mediterranean International Tourism and Travel Fair (EMITT) is among the most important tourism fairs in Turkey and in the world. It brought the tourism industry together by hosting over 5 thousand participants from 94 countries and more than 57 thousand visitors.**

**TR** ITE Turkey tarafından organize edilen EMITT, 31 Ocak – 3 Şubat 2019 tarihleri arasında TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi'nde düzenlendi. Fuarın açılış konuşmasını gerçekleştiren Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy, yaz mevsimi gelmeden önce seyahat acentelerinin kuruluş ve çalışmalarını düzenleyen 1618 sayılı yasa'yı meclise göndermek istediklerini belirterek, "Burada öncelikli hedefimiz sinema yasasında olduğu gibi sektörün büyük bir çoğunluğunun desteğini ve onayını aldığımız yeni bir yasa tasarısını meclise gönderip, turizm sektörünün hizmetine sunmak" dedi.

Fuarın açılışında konuşan Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) Yönetim Kurulu Başkanı Firuz Bağlıkaya ise TÜRSAB olarak 18 yıl aradan sonra bu fuara katılmaktan büyük mutluluk duyduklarını ifade ederek, fuarın İstanbul turizmine de katkı sağladığını, fuar için gelen yabancı ziyaretçilerin İstanbul'un güzelliklerini görme fırsatı yakaladıklarını söyledi.

### **TÜRSAB standı büyük ilgi gördü**

EMITT'e uzun bir aradan sonra 200 metre karelik bir stantla katılan TÜRSAB, fuar boyunca standını seyahat acentalarına ücretsiz açarak üyelerinin iş görüşmelerine olanak sağladı. Seyahat acentalarının yanı sıra yurt içinden ve dışından çok

**EN** EMITT, which was organised by ITE Turkey; took place between January 31st and February 3rd 2019 at TÜYAP Fair and Congress Centre. Minister of Culture and Tourism, Mehmet Nuri Ersoy, who made the opening speech of the fair, stated that he wanted to put law number 1618 before parliament before the start of the summer season. This law regulates the establishment and activities of travel agencies. "Here our first priority is to support the vast majority of the industry, as the cinema law did, and to serve the tourism industry by presenting parliament with a new bill, which has been approved." he said

Speaking at the exhibition's opening, Turkey Travel Agencies Association (TÜRSAB) Chairman of the Board, Firuz Bağlıkaya stressed how happy he was to be taking part in the fair after a gap of 18 years. He said that the fair contributes to Istanbul's tourism, and that the foreign visitors who come for the fair had the opportunity to see the beauties of Istanbul.

### **The TÜRSAB stand attracted a lot of attention**

TÜRSAB, which joined EMITT with a 200 square metre stand after a long break, opened its stand to travel agencies free of charge during the exhibition and gave its members the opportunity to hold business meetings there. In addition to travel agencies, the TÜRSAB



sayıda ziyaretçi ağırlayan TÜRSAB standı, fuar boyunca yoğun ilgi gördü. TÜRSAB standında fuar süresince Gaziantep, Şanlıurfa ve İstanbul'un tarihi ve doğal güzelliklerini içeren, sanal gerçeklik gözlükleriyle izlenebilen tanıtım filmi büyük beğeni topladı.

### **Turizm profesyonelleri EMITT'te buluştu**

EMITT 2019 fuarı kapsamında her yıl Travel Shop Turkey iş birliği ile gerçekleşen "Davetli Tur Operatörü" programına bu yıl Asya, Avrupa, Uzakdoğu ve Latin Amerika dahil 100'den fazla ülkeden 811 davetli tur operatörü katıldı. Diğer yandan Çin turizm pazarı için de EMITT konferans programında ayrı bir çalışma gerçekleştirildi. Destination Dr. Consulting Baş Danışmanı Edward Dramberger, Çin pazarında etkin olabilmek için alıcılarla nasıl ilişki kurulacağını ve satış kapatılacağını anlatan bir atölye çalışması düzenledi.

### **Konferans ve oturumlara ilgi yüksek oldu**

EMITT süresince birçok konferans gerçekleştirildi. Konferans programının ikinci gününde ise sektörün liderleri TÜRSAB Yönetim Kurulu Başkanı Firuz Bağlıkaya, TÜROFED Yönetim Kurulu Başkanı Osman Ayık ve TTYD Başkanı Oya Narin; geleceğin turizmine dair öngörülerini paylaşıp turizm yol haritası oluşturmak adına gerçekleştirilmesi gereken stratejilerden bahsettiler. Birçok panel ve oturumun gerçekleştirildiği fuarda, "Turizmin Geleceği Onların Elinde! Y Kuşağıyla Doğru İletişim Kurmayı Öğrenin" başlıklı oturum ile moderatörlüğünü Gastronomi Turizmi Derneği Başkanı Gürkan Boztepe'nin yaptığı "Parlayan Yıldız: Gastronomi" oturumu da gerçekleştirildi.

stand, also welcomed many visitors from Turkey and abroad, and attracted great attention during the fair. A promotional film was shown on the TÜRSAB stand, about the historical and natural beauties of Gaziantep, Şanlıurfa and İstanbul, which could be watched with virtual reality glasses. It proved to be very popular.

### **Tourism professionals met at EMITT**

As part of EMITT 2019, 811 invited tour operators from more than 100 countries including participants from Asia, Europe, Far East and Latin America took part in the "invited tour operator" programme which is organised every year in cooperation with Travel Shop Turkey. At the same time, a separate study was carried out in the EMITT Conference Programme regarding the Chinese tourism market. Destination Dr., Dr. Edward Dramberger, held a workshop on how to contact buyers and close sales in order to be active in the Chinese market.

### **High interest in conferences and sessions**

Many conferences were held during EMITT. On the second day of the conference program, the leaders of the sector, TÜRSAB Chairman of the Board Firuz Bağlıkaya, TÜROFED Chairman Osman Ayık and TTYD President Oya Narin shared their opinions on the tourism of the future and discussed the strategies needed in order to create a tourism road map. A large number of panels and sessions took place at the fair, "The Future of Tourism is in Their Hands! Learn To Communicate Properly With Generation Y" session was moderated by Chair of the Gastronomy Tourism Association Gürkan Boztepe, who held a "Gastronomy: the Shining Star" session.



## TÜRSAB Yönetim Kurulu toplantıları Anadolu'ya açıldı TÜRSAB board meetings were opened up to Anatolia

**TR** Göreve geldiğinden bugüne kadar yeni bir vizyonla hareket eden TÜRSAB Yönetimi, yönetim kurulu toplantılarını ülke geneline yayma kararı aldı. Bugüne kadar hep TÜRSAB Genel Merkez binasında gerçekleştirilen Yönetim Kurulu toplantıları, TÜRSAB Bölge Temsil Kurullarının (BTK) yer aldığı illerde de yapılacaktır.

İlki Ankara'da gerçekleştirilen TÜRSAB Yönetim Kurulu Toplantısı, Firuz B. Bağlıkaya başkanlığında, Orta Anadolu BTK üyelerinin de katılımıyla Ankara Özel TÜRSAB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'nde gerçekleştirildi. Bölgedeki seyahat acentalarının sorunlarının ve taleplerinin de ele alındığı toplantı, son derece verimli geçti.

### TÜRSAB'ın ikinci YK toplantısı için durağı Trabzon oldu

TÜRSAB Yönetim Kurulu'nun merkez binası dışında gerçekleştirilen ikinci toplantısı için durağı ise Trabzon oldu. TÜRSAB Başkan Yardımcısı Selçuk Boynueğri, TÜRSAB Yönetim Kurulu Üyeleri, TÜRSAB Genel Sekreteri Melike Ertekin ile Doğu Karadeniz Bölge Temsil Kurulu üyelerinin de katıldığı toplantıda bölge turizminin geliştirilmesine yönelik konular da masaya yatırıldı. TÜRSAB heyeti toplantının ardından Trabzon Valisi İsmail Ustaoglu'nu makamında ziyaret ederek, bölgedeki gelişmeler hakkında bilgi aldı. Ziyaret sırasında yaptığı konuşmada TÜRSAB'ın turizm gelirini yükseltmenin yanı sıra turizmi 12 aya ve Türkiye'nin her bölgesine yayma konusunda çaba gösterdiğini ifade eden TÜRSAB Başkan Yardımcısı Selçuk Boynueğri; "Amacımız turizmin önünü daha da açmak, sektör bazında rakamları artırmak,

**EN** From the time that Firuz B. Bağlıkaya took office, TÜRSAB has been acting with a new vision, and it was decided that its board meetings should be spread throughout the country. The meetings of the Board of Directors, which up until now have been held at TÜRSAB's Headquarters, will now also be held in provinces where there are TÜRSAB Regional Representation Boards (BTK).

The first meeting in Ankara of the TÜRSAB Board of Directors was held under the chairmanship of Firuz B. Bağlıkaya, with the participation of Central Anatolian BTK members at the Vocational and Technical Anatolian High School. The meeting, where the problems and needs of travel agencies in the region were discussed, was extremely productive.

### Trabzon was the next stop for TÜRSAB's second meeting

The next stop for the second meeting of the TÜRSAB Board of Directors to be held outside its headquarters, was Trabzon. The meeting was attended by TÜRSAB Vice President Selçuk Boynueğri, TÜRSAB Executive Board members, TÜRSAB Secretary General Melike Ertekin and Eastern Black Sea Regional Representation Board members. Topics related to the development of tourism in the region, were brought to the table. After the meeting of the TÜRSAB delegation, they made a visit to the office of the Trabzon Governor İsmail Ustaoglu to find out about developments in the region. In the talks held during the visit, TÜRSAB Vice President Selçuk Boynueğri stated that TÜRSAB was continuing its efforts to increase tourism revenue and to spread tourism over 12 months and to every region of Turkey. He said: "Our goal is





seyahat acentalarının pozisyonunu iyileştirmek ve güzel bir sinerji ile 25 milyar olan turizm girdisini daha da yukarılara çıkarmaktır. TÜRSAB bu alanda önemli çalışmalar yapıyor” diye konuştu.

*to bring tourism even further to the fore, to increase figures in the sector, improve the position of travel agencies and, harnessing a beautiful synergy, to increase tourism receipts, currently at 25 billion, even further. TÜRSAB is doing important work in this field.”*



## THY, 3 farklı ülkeden Ankara'ya doğrudan uçacak Turkish Airlines will fly directly to Ankara from 3 different countries

**TR** Son yıllarda turizm alanında atılan adımlarla adını duyuran Ankara'nın ulaşım olanakları da genişliyor. Türk Hava Yolları (THY) Ankara için üç önemli şehre doğrudan sefer başlattı. THY, Ankara'dan İngiltere'nin başkenti Londra'ya, Roma'ya ve Tiflis'e haftada iki sefer düzenleniyor.

**EN** In recent years, Ankara has made a name for itself as a tourist destination and now it is also becoming more accessible. Turkish Airlines (THY) has launched direct flights from three important cities to Ankara. THY is operating flights twice a week from Ankara to the British capital, London, to Rome and Tbilisi.





TÜRSAB TV, turizm sektörünün nabzını tutmaya devam ediyor  
TÜRSAB TV continues to feel the pulse of the tourism sector



**TR**Sektöre özgü programları ile Facebook, YouTube, Periscope ve TÜRSAB Web Sitesi üzerinden izleyiciyle buluşan TÜRSAB TV, turizm sektörüne çağdaş bir soluk kazandırmaya devam ediyor. TÜRSAB üyesi seyahat acentalarını bilgilendirmek hedefiyle kurulan TÜRSAB TV, zengin içerikleri ve dinamik yayın akışıyla izleyiciyle buluşuyor.

**EN**TÜRSAB TV continues to provide a breath of fresh air to the tourism sector, with its tourism industry programmes, which can be seen by its audience on Facebook, YouTube, Periscope and the TÜRSAB website. TÜRSAB TV was established to keep TÜRSAB member travel agencies well informed, and it treats its audience to rich content and a flow of dynamic broadcasts.

### **Turizm sektöründe yaşanan gelişmeler ve daha fazlası, TÜRSAB TV’de**

İlgiyle izlenen canlı yayınlarıyla interaktif bir yayın anlayışını benimseyen TÜRSAB TV, yayına katılan meslek profesyonellerinin cevaplandığı sorularla tüketici ve turizmci arasındaki köprüyü kurmaya devam ediyor. “Firuz Bağlıkaya ile TÜRSAB Gündemi”, TÜRSAB Akademi bünyesinde düzenlenen eğitim yayınları, “İlker Ünsever ile Turizm Hukuku”, “Acentalar Soruyor İhtisas Başkanları Yanıtlıyor”, “Gastronomi Sohbetleri”, “Turizm Gazetecileri Soruyor” ve “MICE Sohbetleri” programlarıyla TÜRSAB TV, turizm sektörünü yayıncılık ile bir araya getirirken, her konuyu özel olarak ele alıyor.

### **Developments in the tourism sector and more, on TÜRSAB TV**

TÜRSAB TV adopts an interactive broadcasting approach with its live broadcasts, and continues to build bridges between consumers and those who work in tourism, with the questions answered by the professionals who take part in its broadcasts. TÜRSAB TV brings together the tourism industry with broadcasting, addressing all sorts of topics specifically with programmes such as: "TÜRSAB's Agenda with Firuz Bağlıkaya"; the educational broadcasts prepared by the TÜRSAB Academy; "Tourism Law with İlker Ünsever", the programme which provides detailed answers to the questions troubling travel agencies and consumers; "Agencies Ask, the Heads of Specialisms reply"; "Gastronomy Conversations"; "Ask Travel Journalists" and "MICE Conversations".



# Turizmcilerden erken rezervasyon çağrısı

## Tourism professionals call for early bookings

Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK), tatil satın alımlarında taksit sayısının 9'dan 12'ye çıkarılmasına yönelik bir çalışma başlattı. Çalışmanın erken rezervasyon kampanyası başta olmak üzere iç turizmi hareketlendireceğini ifade eden sektör temsilcileri, uygulamayı memnuniyetle karşıladı.

The Banking Regulation and Auditing Agency (BDDK) initiated a process to increase the number of instalments for holiday payments from 9 to 12. Tourism sector representatives welcomed the development and said that it would invigorate domestic tourism, and particularly early booking campaigns.





**TR** Bankacılık Dzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK), kredi kartlarında taksit sınırını yükseltilmesi için bir çalışma başlattı. Dzenleme kapsamında kredi kartlarıyla yapılan seyahat acentası harcamalarında taksit sayısı 9'dan 12'ye çıkartılacak. TURSAB Yönetim Kurulu Üyesi Mehmet NeziH Hacıoğlu, dzenlemenin iç turizm ve erken rezervasyon kampanyalarına ivme kazandıracağını vurguladı.

### **"Erken rezervasyon dönemini kaçırmayın"**

Erken rezervasyon kampanyasında gelinen aşamayla ilgili bilgi veren Hacıoğlu, bu yıl erken rezervasyon kampanyalarının geçtiğimiz yıl kadar iyi gitmese bile bu yıl nisan ayı sonuna kadar yapılan erken rezervasyon sayısının 1,5 milyonu bulacağını açıkladı. Vatandaşları erken rezervasyon kampanyalarından yararlanmaya çağırın Mehmet NeziH Hacıoğlu, şöyle devam etti:

"Haziran, temmuz ve ağustos aylarında istedikleri bölge ve otelde daha uygun koşullarda tatil yapmak isteyen vatandaşlarımızın erken rezervasyon kampanyasını kaçırmaması gerekiyor. 2019 sezonu için Türkiye'ye olan talep çok yüksek. Bu da hem otellerin iç pazara ayırdığı kontenjanı düşürmesine hem de fiyatların artmasına neden oluyor. Dolayısıyla vatandaşlarımız özellikle Akdeniz bölgesindeki lüks tesislerde yer bulmakta zorluk çekebilirler. Bu nedenle vatandaşlarımıza tatillerini bu yıl erken almalarını tavsiye ediyoruz."

Bu yıl erken rezervasyonlardaki taksit sayısının 9'dan 12'ye çıkarıldığı müjdesini de veren Mehmet NeziH Hacıoğlu, vatandaşların erken rezervasyon seyahat iptal sigortası yaptırmaları konusunda da tavsiyede bulundu.

**TR** Yurt dışı pazarlarında yaşanan artış nedeniyle otellerin iç pazara ayırdığı kontenjanları düşürmesi ve otellerde yaşanan fiyat artışları nedeniyle bu yıl erken rezervasyon kampanyaları biraz daha önem kazandı. Turizmciler, tatilcileri istedikleri otelde, istedikleri tarihte yer bulabilmeleri için ellerini çabuk tutmaya çağırıyor.

**EN** This year, early booking campaigns are even more important than usual, due to the decrease in the number of hotel rooms allocated to the domestic market and the increase in hotel prices, which has resulted from the growth in demand from overseas markets. The tourism sector called on holidaymakers to commit early if they want to find room in their preferred hotel for their chosen dates.

**EN** The Banking Regulation and Supervision Agency (BDDK) started a project to raise the instalment limit on credit cards. Under the regulations, the number of instalments on payments made to travel agencies will be increased from 9 to 12. TURSAB Executive Board Member, Mehmet NeziH Hacıoğlu, stressed that the regulation would spur on domestic tourism and early booking campaigns.

### **"Don't miss the early booking period"**

Hacıoğlu provided information about the position of the early booking campaign. He explained that although the early booking campaigns this year were not as good as last year, the number of early reservations by the end of april this year would reach 1.5 million. Calling on people to take advantage of early booking campaigns, Mehmet NeziH Hacıoğlu continued:

"People who want to get the best deal for their holiday in june, july and august, in the area and the hotel of their choice, shouldn't miss out on the early booking campaigns. For the 2019 season there is a very high demand for Turkey. This leads both to hotels reducing the number of rooms allocated to the domestic market, and also to an increase in prices. Therefore, local people may find it especially difficult to find room in luxury establishments in the Mediterranean region. For this reason, we advise people to book their holidays early this year."

Mehmet NeziH Hacıoğlu also passed on the good news that the number of payment instalments available this year for early bookings had increased from 9 to 12. He also advised people to take out travel insurance against cancellation of early bookings.



T.C. HAZİNE VE MALİYE BAKANI

# DR. BERAT ALBAYRAK:

"Turizm, ÇEP 'dengeleme' süreci için vazgeçilmez bir sektör"

**TR** *Hazine ve Maliye Bakanı Berat Albayrak, Yeni Ekonomi Programı'nda (YEP) özel bir önem atfettiği turizm sektörüne ilişkin beklentilerini ve değerlendirmelerini The Voice of Travel dergisine açıkladı.*



REPUBLIC OF TURKEY, MINISTER OF TREASURY AND FINANCE

# DR. BERAT ALBAYRAK:

Minister Albayrak: Tourism, an indispensable sector for the 'balancing' process of the ÇEP (New Economy Programme)

**EN** *The Minister of Treasury and Finance, Berat Albayrak, explained to The Voice of Travel magazine, the expectations and assessment of the tourism sector in the light of the special importance attributed to it within the New Economy Programme (YEP).*

**TR** Sayın Bakanım, geçtiğimiz günlerde Türkiye'nin Yeni Ekonomi Programı'nı (YEP) açıkladınız. Genel çerçevesi itibarıyla 2019 ve 2020'de Türkiye ekonomisi için nasıl bir seyir bekliyorsunuz?

2019-21 dönemini kapsayan Yeni Ekonomik Programı'nın temel amacı, kısa vadede fiyat istikrarının ve finansal istikrarın yeniden tesis edilmesi, ekonomide dengelemenin sağlanması ve bütçe disiplininin korunması, orta vadede ise sürdürülebilir büyüme ve adaletli paylaşımaya yönelik ekonomik değişimin gerçekleştirilmesidir.

Bu kapsamda, 2018 yılı ikinci çeyreği itibarıyla başlayan ekonomide dengeleme sürecinin yılın üçüncü çeyreğinde belirginleşerek devam ettiği görülüyor. Yılın ilk dokuz aylık döneminde büyüme yıllık bazda yüzde 4,5 seviyesinde gerçekleşirken, iç ve dış talep oldukça dengeli bir görünüm arz etti.

Yılın ilk dokuz ayında iktisadi hayatta bir yavaşlama gözlenirse de gerek ihracat gerekse turizm güçlü seyrini sürdürmüş, ithalatta önce yavaşlama akabinde daralma meydana gelmiştir. Ekonomik göstergeler yılın geri kalanında dengeleme sürecinin devam edeceğine işaret etmektedir. Geçen yıl cari açık milli gelire oranı yüzde 5,6 seviyesinde gerçekleşmişti. Bu sene YEP'te yüzde 4,7 hedefini ortaya koymuştuk. Ancak gelişmeler bu oranın çok altında kalacağınıza işaret ediyor. Dolarıysıyla dış kırılganlığımız hızla azalıyor.

YEP kapsamında 2019 ve 2020 yıllarında iktisadi faaliyetin potansiyel düzeyinin altında seyredeceği, 2021 yılından itibaren ise daha güçlü bir eğilimle toparlanma sürecine gireceği ve akabinde potansiyel seviyesine ulaşacağı öngörülmüyor.

Nitekim daha önce de ifade ettiğim üzere dengeleme ile bizim nihai hedefimiz sağlıklı ve sürdürülebilir bir büyümeyi temin etmektir. Bu süreç bizim küresel düzeyde daha güçlü ve rekabetçi olmamız açısından kritik bir öneme sahip.

Bildiğiniz üzere Türkiye ekonomisi son 16 yıldır büyümekle kalmadı, aynı zamanda yüksek istihdam artışı da sağladı. 2018 Eylül döneminde sektörel bazda yaşanan olumsuz gelişmelere karşın istihdam artışı ve aynı zamanda işgücü arzı artmaya devam etti. Ekonomik faaliyette kısa dönemdeki yavaşlamanın ve süregelen işgücü arzı nedeniyle işsizlikte ilk etapta bir miktar artış yaşanacak olması doğaldır. Ancak, işsizlik program döneminde kademeli olarak ekonomideki toparlanmaya ve canlanmaya bağlı olarak gerileyecektir.

**By steering our country in the medium and long-term more towards alternative tourism sectors such as health, winter sports, congress and exhibition tourism, we aim to benefit from our country's tourism potential across the year in a much more efficient way.**

**Orta ve uzun vadede sağlık, kış, kongre ve fuar turizmi gibi alternatif turizm alanlarına daha fazla yönelerek ülkemizin sahip olduğu turizm potansiyelinden yıl genelinde çok daha etkin bir şekilde faydalanabilmeyi hedefliyoruz.**

İç dengeleme açısından baktığımızda ki dış rekabet açısından da önemlidir; enflasyonla mücadele konusunda kararlıyız. Enflasyonda düşüşün sağlanabilmesi amacıyla hayata geçirilen Enflasyonla Topyekün Mücadele Programı'nın da katkısıyla birlikte kasım ayı enflasyon rakamlarında olumlu gelişmeler kaydedildi. Kasım ayı itibarıyla tüketici enflasyonu yüzde 21,6 seviyesine geriledi. Para ve maliye politikası arasındaki etkili eşgüdüm ve uygulanacak yapısal tedbirlerle birlikte enflasyonun kademeli olarak azalarak YEP sonunda öngörülen yüzde 6 seviyesine gerilemesi hedefleniyor.

**EN** Minister, recently you have explained Turkey's New Economic Programme (YEP). Considering the general framework, what do you expect the course of the Turkish economy to be in 2019 and 2020?

*The main objective of the New Economic Programme (YEP), covering the 2019-21 period, is to restore price stability and financial stability in the short term, to ensure balancing in the economy and to maintain budgetary discipline, and to achieve economic change towards sustainable growth and equitable sharing in the medium term.*

*In this context, it can be seen that the balancing process started in the second quarter of 2018 and continued in the third quarter of the year. While the growth in the first nine months of the year was 4.5 per cent on a yearly basis, domestic and international demand displayed a very balanced outlook.*

*Although a slowdown was observed in economic life in the first nine months of the year, both exports and tourism maintained their strong course and imports contracted following a slowdown. Economic indicators point to the continuation of the balancing process for the rest of the year. Last year, the ratio of current account deficit to national income was 5.6 per cent. This year we set the goal of 4.7 per cent in the YEP. However, developments indicate that we will stay well below this rate. Therefore, fragility in foreign markets is rapidly declining.*

*Within the scope of the YEP, it is predicted that economic activity will be below the potential level in 2019 and 2020, and that it will enter into a recovery process with a stronger trend starting from 2021 and will subsequently reach its potential level.*

*In fact, as I have stated earlier, with our balancing, we aim to ensure healthy and sustainable growth, which is our*





ultimate goal. This process is critical for us to be stronger and more competitive at the global level.

As you know, Turkey's economy has not just remained in growth over the last 16 years, but has also ensured a high increase in employment. Despite the negative developments in the sector in the period of September 2018, growth in employment and workforce supply continued to increase. It is natural that there will be some increase in unemployment initially due to the short-term slowdown in economic activity and workforce supply. However, unemployment will gradually decline due to the recovery in and revitalisation of the economy.

When we consider domestic balancing, it is also important in terms of international competition. We are committed to the fight against inflation. With the contribution of the 'Concerted Programme to Combat Inflation', which was implemented in order to ensure a decline in inflation, the November inflation figures recorded positive developments. As of November, consumer inflation fell to the level of 21.6 per cent. Together with the effective coordination between monetary and fiscal policies and structural measures to be implemented, inflation is expected to decline gradually and decrease to the projected 6 per cent level at the end of the YEP.

**TR** 2017 yılında toparlanmaya başlayan turizm, 2018 yılında yükselişe geçerek turizmcilerin yüzünü güldürdü. Siz Bakanlık olarak diğer sektörlerle kıyasladığınızda turizm sektörünü nasıl değerlendiriyorsunuz?

Hükümetlerimiz döneminde gerek doğal ve kültürel kaynaklarımızın korunması ve güçlendirilmesi, gerekse hizmet sektörüne yönelik yaptığımız yatırımlar neticesinde turizm sektörümüz en çok istihdam sağlayan ve en çok döviz getiren sektörlerimizden biri oldu.

Geldiğimiz nokta itibarıyla turizm sektörü küresel ekonominin en önemli sektörlerinden biri ve ekonomik büyümeye katkı sağlayan en önemli araçlardan biri olarak görülüyor. Turizm sektörü özellikle gelişmekte olan ülkeler için rekabetçiliği artıran ve ekonomik büyümeye çeşitlilik açısından önemli katkılar sağlayan bir sektördür.

Tabii turizmin sadece ekonomik kalkınma olarak görülmesi de son derece yanlıştır. Turizm aynı zamanda tarihi yapıların korunması, medeniyetler arasında kültürel değişimin sağlanması ve uluslararası ortaklığın geliştirilmesi gibi açılardan da ülkelere önemli katkılar sağlıyor.

**EN** Tourism began to recover in 2017, and increased in 2018, bringing smiles to the faces of those who work in the tourism sector. As a Ministry, how do you evaluate the tourism sector when you compare it with other sectors?

Whether it is as a result of the measures we have put in place to protect and strengthen our natural and cultural resources, during the period we have been in government, or as a result of the investments we have made in the service industries, the tourism sector has been one of the industries which has generated the most employment and the most foreign exchange income.

At this point, the tourism sector is seen as one of the most important sectors of the global economy and one of

*the most important tools contributing to economic growth. The Tourism sector increases competitiveness, especially for developing countries, and makes significant contributions to economic growth in terms of diversity.*

*Of course, seeing tourism only in terms of economic development is extremely wrong. Tourism also makes significant contributions to countries in terms of the preservation of historical buildings, enabling cultural change between civilisations and the development of international partnerships.*

**TR** **Hazine ve Maliye Bakanı olarak ülkemizin dünya turizmindeki yerini ve konumunu nasıl görüyorsunuz?**

Coğrafi konumu, iklimi, tarihi ve kültürel varlıkları ile yılda 40 milyondan fazla turist çeken Türkiye, dünyanın en önemli turizm merkezlerinden biri. Türkiye deniz ve kültür turizmi gibi geleneksel turizm alanlarının yanında kış, dağcılık, sağlık ve termal, kongre turizmi gibi alternatif turizm alanlarında da turistlere önemli fırsatlar sunuyor. Özetle hem ülke hem de turizm çeşitliliği açısından Türkiye, dünya turizmi içerisinde önemli bir konumdadır.

Özellikle Avrupalı turistler coğrafi yakınlık, eşsiz sahilleri, doğal kaynakları, muhteşem yemekleri, zengin kültürü ve tarihi nedeniyle uzun yıllardan beri ülkemizi önemli turizm destinasyonlarından biri olarak görüyor. Nitekim ülkemizi ziyaret eden toplam turist sayısının yarısına yakını Avrupalı turistler oluşturuyor.

2015 yılında dünyada en fazla turist çeken 6'ncı ülke olan Türkiye, geçtiğimiz yıllarda yaşanan olumsuz iç ve dış şoklara rağmen 2017 yılında dünyada en fazla ziyaret edilmiş 8'inci ülke oldu. 2018 yılında 40 milyona yakın turistle dünyada en fazla ziyaret edilen ilk 5 ülke arasına girebiliriz.

2002-2018 döneminde Türkiye'yi en çok ziyaret eden ülkeler sırasıyla yüzde 16,1'lik payla Almanya, yüzde 10,1'lik payla Rusya, yüzde 7,5'lik payla Birleşik Krallık, yüzde 5,5'lik payla Bulgaristan, yüzde 4,9'luk payla İran ve yüzde 4'lük payla Hollanda oldu.

2003-2017 yılları arasında yabancı turistler ülkemizi sırasıyla en çok yüzde 52,2'lik payla eğlence, spor ve kültür, yüzde 16,2'lik payla akraba ve arkadaş ziyareti, yüzde 15,8'lik payla eşlik eden ziyaretçi ve yüzde 6,5'lik payla iş seyahati gibi amaçlarla ziyaret etti.

Şunu söyleyebilirim ki sahip olduğumuz zenginlikle ve girişimci ruhumuzla biz turizm alanında dünya sıralamasında daha yukarı seviyelere tırmanabilecek potansiyele sahibiz. Amacımız ülkemizin turizm gelirini, dünyadaki pazar payını artırarak yükseltmektir.

**It is also extremely wrong to consider tourism only as economic development. Tourism also makes significant contributions to countries in terms of the preservation of historical buildings, enabling cultural exchange between civilisations and the development of international partnership.**

**Turizmin sadece ekonomik kalkınma olarak görülmesi de son derece yanlıştır. Turizm aynı zamanda tarihi yapıların korunması, medeniyetler arasında kültürel değişimin sağlanması ve uluslararası ortaklığın geliştirilmesi gibi açılardan da ülkelere önemli katkılar sağlıyor.**

**EN** **As the Minister of Treasury and Finance, how do you see the position of our country in world tourism?**

*Turkey is one of the world's most important tourism centres, attracting more than 40 million tourists per year with its location, climate, and historical and cultural heritage. Turkey offers significant opportunities to tourists, not just in traditional areas such as beach and cultural tourism but also in alternative tourism fields such as winter sports, mountaineering, health and thermal, and congress tourism. In summary, both in terms of the country and the diversity of its tourism, Turkey is in an important position in world tourism.*

*European tourists especially, because of their geographical proximity, have long seen our country as one of the most important tourism destinations due to our unique beaches, natural resources, magnificent food, and rich culture and history. As a matter of fact, almost half of the total number of tourists visiting our country is made up of European tourists.*

*In 2015, Turkey was in the top 6 countries in the world for attracting tourists. Despite the domestic and international*



shocks, which we have experienced in recent years, in 2017 Turkey was in 8th place. Although the figures for 2018 with almost 40 million tourists, we could be amongst the top 5 countries visited.

In the period between 2002-2018, the countries which most visited Turkey were, in order: Germany, with a share of 16.1 per cent; Russia with 10.1 per cent; the United Kingdom with 7.5 per cent; Bulgaria with 5.5 per cent; Iran with 4.9 per cent and the Netherlands with 4 per cent.

Between 2003 and 2017, foreign tourists visited our country for the following reasons: 52.2 per cent for entertainment, sports and culture; 16.2 per cent to visit friends and relatives; 15.8 per cent to accompany someone; and 6.5 per cent share for business travel.

I can say that with our riches and the entrepreneurial spirit we have, we have the potential to climb to even higher levels in world tourism. Our aim is to increase our country's tourism income by increasing its market share in the world.

#### **TR** Sektörümüz sağladığı döviz girdisiyle dikkatleri üzerine çekiyor. Önümüzdeki süreçte turizm sektörünün Türkiye ekonomisine katkısı ne olacak?

2016 yılında terör olaylarının yol açtığı güvenlik endişeleri ve Rusya ile yaşanan sorunlar nedeniyle daralan turizm sektörü 2017 yılında önemli bir toparlanma gösterdi, 2018 yılında ise çok daha yüksek seviyelere ulaştı. 2018 yılında ülkemizi ziyaret eden yabancı turist sayısı bir önceki yılın aynı dönemine göre yaklaşık yüzde 22 oranında artarak 39,4 milyon kişiye, toplam seyahat gelirleri ise aynı dönemde yüzde 12,2 oranında artarak 29,5 milyar dolara ulaştı. Bu rakamlar itibarıyla 2018 yılında şu ana dek seyahat gelirlerinin toplam mal ve hizmet ihracatı içindeki payı yüzde 12,4 olarak gerçekleşti. Bu rakamlar itibarıyla 2018 yılında şu ana dek seyahat gelirlerinin toplam mal ve hizmet ihracatı içindeki payı yüzde 12,4 olarak gerçekleşti.

Biz hükümet olarak turizm sektörünü Yeni Ekonomi Programı (YEP) çerçevesinde hedeflediğimiz en önemli unsur olan “dengelenme” süreci için de vazgeçilmez görüyoruz. Nitekim hem bu yıl hem de önümüzdeki yıl gerek döviz kurlarının sağladığı rekabet avantajı, gerekse ülkemizin turizm potansiyelinden daha fazla yararlanmak için uygulayacağımız politikalar sayesinde turizm sektörünün dengelenmeye önemli katkılar sağlayacağını düşünüyoruz.

Orta ve uzun vadede sağlık, kış, kongre ve fuar turizmi gibi alternatif turizm alanlarına daha fazla yönelerek ülkemizin sahip olduğu turizm potansiyelinden yıl genelinde çok daha etkin bir şekilde faydalanabilmeyi hedefliyoruz.

#### **EN** Our sector attracts attention with the foreign exchange input it provides. What will be the contribution of the tourism sector to Turkey's economy in the coming period?

In 2016, due to the security concerns caused by the terrorist incidents and the problems experienced with Russia, the tourism sector shrank. In 2018, the number of foreign tourists visiting our country increased by around 22 per cent, compared to the same period the previous year, to 39.4 million people. Total travel revenue in the same period increased by 12.2 per cent to reach 29.5 billion Dollars. With these figures, from 2018 to the present time, the share of travel revenue within the total exports of goods and services is 12.4 per cent.

As a government, we see the tourism sector as indispensable for the “balancing” process, which is the most important element of our aims within the New Economy Programme (YEP). As a matter of fact, we think that this year and next year, the competitive advantage provided by the exchange rates and the policies that we will apply in order to benefit from the tourism potential of our country will contribute significantly to the balancing of the tourism sector.

By steering our country in the medium and long-term more towards alternative tourism sectors such as health, winter sports, congress and exhibition tourism, we aim to benefit from our country's tourism potential across the year in a much more efficient way.

#### **TR** 2019-2021 yılları ekonomik hedeflerinin yer aldığı, Eylül ayında açıkladığınız Yeni Ekonomi Programı'nda Çin, Hindistan, Japonya ve Güney Kore'nin içinde bulunduğu Uzak Doğu pazarıyla ilgili turizm planlarına özel önem atfediliyor. Bu pazarlardaki beklentinizi bizimle paylaşabilir misiniz?

Önümüzdeki dönemde biz başta Çin olmak üzere Uzak Doğu ülkelerinin tamamıyla ilişkilerimizi daha üst seviyelere taşımayı hedefliyoruz. Zaten halihazırda en büyük ithalat partnerimiz olan Çin ile aynı zamanda “Bir Kuşak Bir Yol” projesi de iki ülke arasındaki ilişkileri geliştirmek için önemli bir fırsat sunuyor. Bunun yanında dünyada dışarıya en fazla turist gönderen ülkelerden biri olan Çin'in ülkemize yönelik ilgisi de giderek artıyor.

Nitekim 2018 yılı Çin'de Türk yılı olarak belirlenmiş olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre 2018 yılında Çin'den ülkemizi ziyaret eden turist sayısı bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 59 artarak 394 bin kişiyi aştı. Benzer şekilde Japonya'dan gelen turist sayısı yüzde 66, Hindistan'dan gelen turist sayısı yüzde 69, Güney Kore'den gelen turist sayısı yüzde 31'in üzerinde bir oran yakaladı.



Bizim önümüzdeki dönemde amacımız, bir taraftan ülkemizdeki turizm çeşitliliğini artırmak, diğer taraftan da ülkemize turist gönderen ülke sayısını da çeşitlendirmek ve tek bir pazarda yaşanabilecek olumsuz ekonomik gelişmelerin etkisini asgari seviyeye indirmektir.

**EN** In the New Economy Programme, which was announced in September, as part of the 2019-2021 economic targets, special importance was given to those working in the tourism sector in the tourism plans for the Far East market, including China, India, Japan and South Korea. Can you share your expectations with us for these markets?

*In the coming period, starting with China, we hope to raise our relationships with all of the Far Eastern countries to the next level. Already, our biggest import partner, China, also offers an important opportunity to develop relations between the two countries with its “One Generation One Way” project. In addition, we are seeing increasing interest in our country from China, one of the countries with the most international departing tourists.*

*As a matter of fact, the year 2018 was determined as Turkish year in China and, according to the data of the Ministry of Culture and Tourism in 2018, the number of tourists visiting our country from China increased by 59 per cent, compare to the same period in the previous year, exceeding 394 thousand people. In a similar way, the number of tourists coming from Japan increased by more than 66 per cent; the number of tourists coming from India by 69 per cent and the number of tourists from South Korea by 31 per cent. In the coming period, our aim is on the one hand to increase the diversity of tourism in our country, and on the other to increase the number of countries sending tourists to our country, thereby minimising the impact of negative economic developments in a single market.*

**TR** Yeni Ekonomi Programı ile ortaya konulan büyük ve güçlü Türkiye vizyonu çerçevesinde turizmcilere düşen görevler nelerdir?

Ülkemizin turizm potansiyelinden gereği şekilde yararlanmak için elbette ki hükümet olarak sektöre yönelik yaptığımız destekler kadar turizmcilerimizin çabalarına da ihtiyaç duyuyoruz. Bu bağlamda turizmcilerimizin ülkemize gelen yabancı misafirlere Türk misafirperverliğini fazlasıyla göstermeleri ve hizmet kalitelerini yükseltmeleri elzemdir. Bunun dışında tarihi ve kültürel mirasımızın korunması ve güçlendirilmesi konusunda da gerekli hassasiyetin gösterilmesi gerekiyor.

Turizmcilerimize düşen bir önemli sorumluluk da rekabeti Türk turizmi menfaatine göre gerçekleştirmeleridir. Özellikle turist başına elde edilen gelirin artırılması için turizmcilerimizin daha fazla sorumluluk alması önemli. Bu alanda günü kurtarmaya değil, Türk turizmini büyütürken, turizmcileri de büyüten bir vizyon ortaya koymaları gerekiyor.

**Önümüzdeki dönemde başta Çin olmak üzere Uzak Doğu ülkelerinin tamamıyla ilişkilerimizi daha üst seviyelere taşımayı hedefliyoruz. Zaten halihazırda en büyük ithalat partnerimiz olan Çin’le aynı zamanda “Bir Kuşak Bir Yol” projesi de iki ülke arasındaki ilişkileri geliştirmek için önemli bir fırsat sunuyor.**



**In the coming period, starting with China, we aim to move our relations with the countries of the Far East to the next level. Already, our biggest import partner, China, also offers an important opportunity to develop relations between the two countries with its “One Generation One Way” project.**

**EN** What are the duties of those working in tourism within the framework of the large and powerful vision of Turkey as laid down by the New Economic Programme?

*In order to benefit from the tourism potential of our country as required, of course it is necessary for those working in the tourism sector to put in as much effort as we have as a government with the support we have given to the sector. In this context, it is essential for those working in tourism to show Turkish hospitality to foreign guests coming to our country and to increase their service quality. Furthermore, it is necessary to show the required sensitivity to protect and strengthen our historical and cultural heritage.*

*One of the important responsibilities of those working in tourism is to conduct competitive activities in the interests of Turkish tourism. It is especially important for those working in tourism to take more responsibility for increasing the per capita income of tourists. In this respect, it is not simply about saving the day, whilst expanding Turkish tourism, those working in tourism also need to create a larger vision.*

**TR** Ekonomik açıdan turizmin daha da gelişmesine yol açacak model önerileriniz neler olur? Turizm gelirini ve ülkemize gelen yabancı turist sayısını artırmak için Türkiye'nin kısa ve uzun vadeli hedefleri için sizce neler yapılmalı?

Bu konularla ilgili Kültür ve Turizm Bakanımız ile sürekli görüşüyoruz. Sektörün içinden gelen, sektörün hem sorunlarını hem de potansiyelini bilen bir Kültür ve Turizm Bakanımız var. Kendisinin çok kıymetli, bizleri de heyecanlandıran projeleri bulunuyor. Biz sonuna kadar kendisine destek olacak ve Türkiye'yi turizmde ikinci bir atılım dönemi içerisine sokacağız. Bu projeler ve bu vizyon biraz sürpriz olsun. Zamanı gelince Sayın Bakanımız bunları açıklayacak zaten.

**EN** What would be your model suggestions, which would lead to the further development of tourism in economic terms? For Turkey's tourism revenues and for short and long-term goals to increase the number of foreign tourists coming to our country, what do you think should be done?

*I am always discussing these issues with our Minister of Culture and Tourism. We have a minister friend who comes from within the sector who knows both the problems and the potential of the sector. He has very valuable projects that are also exciting for us. We will give him every possible support and push Turkey into a second breakthrough period in tourism. Let these projects and this vision be something of a surprise. Anyway, when the time comes, our Minister will explain them.*

**TR** Ülkemiz turizm açısından çok şanslı bir konumda ve birçok turizm alternatifine sahip. Sizce yeterince ön plana çıkarılmadığını düşündüğünüz bir turizm çeşidi ya da destinasyon var mı?

Aslında geride kalmış ama bu dönemde öne çıkarılmaya başlayan alanlarımız var. Özellikle insanlık tarihini değiştirecek, eşsiz bir miras olan Göbeklitepe'yi çok daha fazla öne çıkaracak bir adım atıldı. Sayın Cumhurbaşkanımız tarafından bu yıl Göbeklitepe Yılı olarak ilan edildi. Baktığınız zaman, in-

sanlık tarihine ilişkin kabulleri kökünden sarsan bir buluş. Bir yandan Göbeklitepe gibi, Çatalhöyük gibi, Çayönü gibi insanlık tarihinin en eski yapıları olan bu toprakların zenginliklerini daha da öne çıkarırken, diğer tarafta inanç turizminden gastronomi turizmine kadar farklı alanlarda turizm kapasitemizi güçlendiriyoruz.

Belki potansiyelinin gerisinde kalan bölgesel alanlar olarak Karadeniz'i ve özellikle Kapadokya'yı söyleyebiliriz. Karadeniz'de müthiş bir doğa turizmi potansiyeli var. Karadeniz'in tüm güzelliklerini, doğal zenginliklerini, kültürel ve tarihi zenginlikleri ile de harmanlayarak özellikle yabancı turiste daha iyi sunmamız lazım. Bir Trabzonlu olarak şunu söyleyebilirim ki dünyada, doğası ve medeniyet mirasları, kültürel alanları ile turistlere böylesine bir zenginlik sunan çok az yer vardır.

Diğer saydığınız kongre turizmi olsun, golf ya da spor turizmi olsun... Bunlarda zaten kapasite olarak küresel alanda rekabetçi bir seviye yakaladık. Ama Anadolu'nun tarihi, kültür ve inanç zenginliği, hoşgörü ve birlikte yaşama kültürü, mutfağı ve coğrafi zenginlikleri ne kadar öne çıkarılsa ne kadar işlene az kalacak kadar büyük bir zenginlik, büyük bir hazine. Biz ülke olarak, sektör olarak doğru yoldayız. Tüm bu alanlarla birlikte yakın zamanda bahsettiğim o ikinci sıçramayı gerçekleştireceğimize inanıyorum.

**EN** Our country is very fortunate in terms of tourism and has many tourism alternatives. Do you think there is a type of tourism or destination that has not been given sufficient prominence?

*In fact, there are areas that have been left behind, but which we have started to bring to the fore in this period. Particularly, we have taken a step to bring Göbeklitepe to the fore, a unique heritage, which will change the history of mankind. This year was announced as the year of Göbeklitepe by our President. When you look at it, it is a discovery that has shaken the accepted understanding of human history. On the one hand, we need to highlight the oldest structures in human history, which are the riches of this land, such as Göbeklitepe, Çatalhöyük, and Çayönü; on the other hand we need to strengthen our tourism capacity in different areas from faith tourism to gastronomy tourism.*

*In terms of regions, which have been left behind in terms of their potential, perhaps we could say the Black Sea, and especially Cappadocia. The Black Sea has great potential for nature tourism. We have to present all the beauties and natural riches of the Black Sea together with its cultural and historical riches much better, especially to foreign tourists. As a native of Trabzon I can say that there are very few places in the world that offer such richness to tourists with their nature and heritage of civilisations, and cultural areas.*

*Whatever else you consider, whether it is congress tourism, golf or sports tourism... In these we have already reached a competitive level in the global arena. However, the richness of Anatolia's history, culture, faith, tolerance and culture of co-existence, its richness of cuisine and landscape is a great treasure. However much we emphasise it, it will not be enough. We are on the right track as a country, and as a sector. Bringing all these fields together, I believe that we will realise that second leap forward, which I recently mentioned.*

# TÜRSAB, acentalar ile havayolları arasındaki sorunları yasal mevzuatla çözecek

*TÜRSAB Havayolu Bilet Satış ve IATA İhtisas Başkanlığı, acentalar ile havayolu şirketleri arasında yaşanan hizmet bedeli farklılıklarıyla ilgili sorunların, doğrudan “mevzuat” ve yasal yaptırımlar yoluyla çözülmesi yönündeki çalışmalarına hız verdi. Konuyla ilgili gelişmeleri ve IATA’da yaşanan son değişiklikleri TÜRSAB Havayolu Bilet Satış ve IATA İhtisas Başkanı Numan Olcar’la konuştuk.*



## TÜRSAB will solve the problems between agencies and airlines through legislation

*The TÜRSAB Airline Ticket Sales and IATA Specialism Head's Office has accelerated its efforts to solve problems related to differences in service fees between agencies and airline companies, directly by means of legislation and legal sanctions. We talked to Numan Olcar, Head of TÜRSAB's Airline Ticket Sales and IATA Specialism about developments related to the topic and IATA's latest changes.*



### **TR** Havayolu taşımacılığına birçok yönden katkıda bulunan IATA'yı nasıl özetlersiniz?

International Air Transport Association (IATA), taşıyıcı havayolu ve aracı şirketleri temsil eden "Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği"nin kısaltmasıdır. IATA, havayolu şirketlerinin üye olabildiği, uluslararası bir ticaret kuruluşudur. IATA'ya sadece havayolu şirketleri ve onların ürünlerini satan acentalar üye olabilir.

IATA'nın amacı, havayolu taşımacılığında standardizasyonu sağlamak, havayolu taşımacılığının gerek yolcular gerek havayolu şirketleri için mümkün olan en yüksek hızda, emniyette, güvenlikte, uygunlukta ve verimlilikte gerçekleşmesini sağlamaktır. IATA havayolu biletini tanzim etmek isteyen üyelerimizin IATA'dan akreditasyon alarak IATA üyesi olması zorunluluğu vardır.

### **Türkiye'de kaç tane IATA bulunuyor?**

Ülkemizde şubeleriyle birlikte yaklaşık 10 bin seyahat acentası bulunuyor. Bunlardan 6 bin kadarki havayolu biletlemesinden geçimini sağlıyor. Lakin 6 bin bilet acentası olmasına rağmen ülkemizde yaklaşık 670 IATA üyesi acenta mevcut. Bu IATA üyesi seyahat acentalarının sadece yüzde 50'si bilet satış faaliyetinde bulunuyor. Zaten piyasadaki çarpıklıkların ve sorunların temel sebebi de budur. Dolayısıyla yaptığımız kolaylaştırıcı çalışmalarla IATA üyesi acenta sayısının artırılmasını hedefliyoruz.

### **Peki, IATA'lar bölgelere göre nasıl dağılıyor?**

IATA üyesi acentalar, İstanbul, Ankara ve İzmir'de kuşkusuz yoğunlukta bulunuyor. Ancak Edirne'den Van'a, Samsun'dan Hatay'a, Anadolu'nun pek çok ilinde IATA olarak hizmet veren üyelerimiz var.

### **IATA'nın sivil havacılık sektörüne yaptığı önemli katkılar nelerdir?**

En önemli katkısı, sektörün standartlarının belirlenmesi ve tüm dünyada aynı şekilde uygulanmasını sağlamasıdır. Bu sebeple IATA'nın, ülkelerin "sivil havacılık" kuruluşları arasında da ortak bir lisan oluşturduğunu ifade edebilirim. Bu fikir ve amaç doğrultusunda alınan her karar ve yapılan her uygulama doğal olarak ülke sivil havacılığına da katkı sağlıyor.

### **EN** How would you explain IATA, which plays a role in air transport in many different ways?

IATA is the abbreviation for the "International Air Transport Association", which represents airline carriers and intermediary companies. IATA is an international trade organisation of which airlines can become members. Only airlines and agencies, which sell their products, can become members of IATA.

The aim of IATA is to ensure the standardisation of air transport and to ensure that air transport is carried out at the highest possible speed, safety, convenience and efficiency for both passengers and airlines. Members who wish to issue an IATA airline ticket must be accredited by IATA and must be a member of IATA.

### **How many IATA members are there in Turkey?**

There are approximately 10 thousand travel agencies including branch offices in Turkey. Of these up to 6 thousand make a living through flight ticketing. Although there are 6 thousand ticket agencies in our country, there are approximately 670 IATA agents in our country. Only 50 per cent of these IATA member travel agencies are selling tickets. In fact, I think that this is the main reason for the distortions and problems in the market. Therefore, we aim to increase the number of IATA member agents through our facilitation work.

### **So, how are IATAs dispersed by regions?**

IATA member agencies are undoubtedly concentrated in Istanbul, Ankara and Izmir. However, from Edirne to Van, Samsun to Hatay, we have members providing IATA services in many different regions of Anatolia.

### **What are the important contributions IATA makes to the civil aviation sector?**

The most important contribution is setting out standards for the sector and ensuring that they are applied in the same way all over the world. For this reason, I can state that IATA has created a common language amongst the civil aviation organisations in different countries. As a result of this idea and aim it quite naturally contributes to every decision and application made by the country's civil aviation.

### TR Havayolu taşımacılığı sektöründe Türkiye'nin dünya pazarındaki yerini değerlendirebilir misiniz?

Türkiye, son 8-10 yıl içinde özellikle özel havacılığın geliştirilmesi politikaları ve "ucuz havayolu" tanımının yaşantımıza girmesiyle, "low cost" ücret uygulamalarını tanıması ve özellikle yurt içi yolcu talebinde muazzam bir ivme yakalamıştır. İstatistiklere bakarsak, iç hat yolcu sayısını nüfusa oranladığımızda dünya ortalamasında hatırı sayılır bir seviyededir. Keza Türk Hava Yolları'nın özellikle "Global Havayolu" olma misyonu ile başladığı "transit yolcu" pazar yarışı da yolcu sayıları açısından oldukça tatminkârdır. Lakin yolcu sayısı ve kârlılık farklı şeylerdir. Sürdürülebilirlik ise çok daha farklı bir şey. Bu sebeple yolcu sayıları olarak kendimizi övsek de bazı şeyleri göz ardı edemeyiz. Mesela havayollarının gelişmesi ile havayollarının ana satış kanalları olan acentaların gelişmesi aynı olmamıştır. Her geçen gün aradaki makas açılmış ve günümüzde yaşanan pek çok sorunun da sebebi olmuştur. Avrupa da dahil olmak üzere Türkiye olarak bulunduğumuz bölgede 19 bin 8 acenta varken, ülkemizde sadece 670 IATA üyesi acenta olması toplam yüzde 3,5'lük bir satış ağırlığına karşılık geliyor.

Aynı şekilde dünya örneklerine baktığımızda bir havayolunun temel yolcu kaynağı, bayrak taşıyıcı olduğu ülkenin vatandaşlarıdır. Transit yolcu taşımayı tabii ki destekler ama bu oranı çok da artırmak istemez. Zira transit yolcu hangi segmentte uçarsa uçsun temin ettiği bilet ekonomik bilettir. Hal böyleyken Türk Hava Yolları başta olmak üzere kârlılıktan uzak, yolcu sayısı üzerine oynanan bir ağırlıkla dünya pazarında yer edinme yarışını da doğru bulmuyorum. Dilerim, havayolları ve acentalar kısa zaman içinde sektörün sürdürülebilirliğini tartışarak sağlıklı çözüme ulaşabilir veya doğru bir yol bulur.

### Havayolları ve acentaların arasında hizmet bedeli farkları gibi güncel sorunlar bulunuyor. Bu ve bunun gibi sorunlar nasıl engellenebilir?

Bu konuda 2014 Kasım ayında bir arama konferansı ve çalıştay yapıldı. Altı üniversiteden, dokuz farklı hocanın moderatörlüğünde gerçekleşen çalıştayda toplam 96 sorun ve buna yönelik 256 çözüm önerisi tanımlandı. Bu sorunların temelinde üç ana konu özetlendi. Bunlar; satış kanallarındaki eşitsizlik, havayollarının kampanyalarında acentaların dahil edilmemesinden ve havayolu şirketlerinin global fiyat politikalarından

### EN Can you evaluate Turkey's position in the world market in the airline industry?

Especially in the last 8-10 years, with the development of private aviation policy and the introduction of the "low-cost airline" concept to our lives, Turkey has seen tremendous momentum especially in domestic passenger demand, with the recognition of the application of "low-cost" fares. If we look at the statistics, the number of domestic passengers in the population is considerably higher than the world average. Likewise, the market competition for 'transit passengers', which started particularly with Turkish Airlines mission to become a 'Global Airline', has been very satisfactory in terms of passenger numbers. However, the number of passengers and profitability are different things. As for sustainability, that is something completely different. For this reason, even if we praise passenger numbers, there are some things we cannot ignore. For example, the development of airlines and the development of agencies, which are the main sales channels for the airlines, have not been the same. As time went on, a gap opened between the two and this has been the cause of many of today's problems. In the region of Europe, which includes Turkey, there are 19,008 agents but in our country there are only 670 IATA member agents, which corresponds to a sales weighting of 3.5 per cent of the total.

Similarly, when you look at examples throughout the world, the main passenger source of an airline is the citizens of the country of which it is the flag carrier. The transit passenger of course supports transportation, but it does not want to increase this rate too much. Because whichever segment he or she is flying, the ticket obtained by the transit passenger will always be an affordable ticket. Since this is the situation, I don't feel it is right to take part in the competition, with Turkish Airlines in the lead, to gain ground in the world market, which, far from profitability, is focused heavily on passenger numbers. I hope that airlines and agencies will soon reach a healthy solution by discussing the sustainability of the sector and find the correct path.

### There are currently problems such as differences in service costs between airlines and agencies. How can this and other problems be prevented?

In November 2014, a conference and a workshop were held on this topic. A total of 96 problems and 256 proposals for solutions were defined during the workshop, which was moderated by nine different professors from six universities. Three main issues were defined as being at the base of these problems. These arose from:





kaynaklanıyor. Sizin sorunuz ilk maddeyi kapsıyor. Bilet satış kanallarındaki farklı ücret uygulaması ne yazık ki sadece havayolundan kaynaklı bir sorun değil, üye acentalarımızın da manipüle ettiği bir eşitsizlik aynı zamanda. Bu konuda havayolu şirketleriyle bu zamana kadar yürütülen temaslarda; bilet opsiyon sürelerinin eşitlenmesi, havayolları kampanyalarına acentaların da dahil edilmesi gibi birkaç konuda sonuç alınmış ama hizmet bedeli farklılıklarıyla ilgili olarak maalesef ilerleme kaydedilememiştir. Bu sebeple sorunun; gerek acenta gerek havayolu nezdinde rica, toplantı, söz, tutanak gibi uygulamalar yerine, doğrudan “mevzuat” ile çözülmesi ve yasal yaptırımlar uygulanması yönünde bir çalışma başlattık. Konunun tarafları olan Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü ve Gelirler İdaresi Başkanlığı ile çalışmalarımız devam ediyor.

### **Türk Hava Yolları'nın yaptığı dinamik stok uygulamasını açıklar mısınız?**

Dinamik stok uygulaması adından da anlaşılacağı üzere acentanın stok durumunu anlık olarak takip edebileceği, düzenleyebileceği bir uygulamadır. Eskiden özellikle tatil günlerinde veya mesai saati dışında acentanın gerek duyabileceği bilet stoğu için THY'nin mesaisinin başlaması gerekiyordu. Oysa bu uygulama, acentaya stoğunu her dakika kontrol ve takviye etme imkanı sağlıyor. Bu, aslında acentanın lehinde bir uygulamadır.

### **Yeni nesil ödeme sistemi olan “NewGEN ISS” ödeme sistemleri hakkında bilgi verir misiniz? Bu sistem acentalara ne gibi faydalar sağlıyor?**

NewGen ISS (Yeni Nesil IATA Dağıtım Sistemleri), seyahat acentaları ve havayolları arasında mevcut olan fon dağıtım sisteminin yeni nesil dağıtım iş modeline dönüşürecek bir programdır. NewGen ISS, havayolları için daha hızlı hesap kapatma, daha güvenli fonlar ve daha düşük dağıtım maliyeti imkanı sağlıyor. Seyahat acenteleri içinse kişiselleştirilmiş ürün ve hizmetler, gelişmiş müşteri desteği ve daha uygun maliyetli çözümler sunuyor. NewGen ISS'in uygulanmaya başlamasıyla IATA, acentalarının ihtiyaçlarını derinlemesine ele almak için 7/24 gelişmiş müşteri desteği de sağlayacak. NewGen ISS ana hatlarıyla; üç çeşit seyahat acentası akreditasyon düzeyi, yani acentalara kendi iş modellerine ve kapasitelerine göre en uygun olanı seçme imkanı sağlıyor. Ayrıca daha güvenli bir satış süreci sağlayacak olan Havale Tutma Kapasitesi (RHC), seyahat acentalarına esnek bir finansal güvenlik seçeneği sunuyor. Yine sistem, havayolları için varsayılan kayıpları azaltmaya yardımcı olacak sigorta sistemi “Global Default Insurance” (GDI) ile güvenli ve düşük maliyetli bir çözüm için “IATA EasyPay”, yani kullandıkça öde kolaylığı sağlıyor.

NewGen ISS hali hazırda bazı ülkelerde uygulanıyor ve test ediliyor. TÜRSAB olarak 2016 yılında dahil olduğumuz NewGen ISS'in ülkemize adaptasyonu için 16 Mayıs 2019 tarihi öngörülmüyor. TÜRSAB Havayolu, Biletleme ve IATA İhtisas Başkanlığı olarak, bu süreçte hem sistem hakkında bilgilendirme hem de adaptasyon konularında IATA yetkililerini ve acentalarımızı bir araya getirecek seri toplantılar planlıyoruz.

*inequalities in sales channels; airlines not including agents in their promotional campaigns; and global pricing strategies of airline companies. Your question includes the first item. The different application of fees in the ticket sales channels is, unfortunately, not only a problem caused by the airline, but also an inequality that is manipulated by our member agencies. In this regard, contacts with airline companies so far have resulted in outcomes regarding a number of issues such as the fair application of ticket option times and the inclusion of agencies in airlines' promotional campaigns, but, unfortunately, no progress has been made regarding the difference in service charges. Therefore, instead of trying to solve the issue through requests to the agency or airline, meetings, commitments or protocols, we have instead gone straight to a 'legal' solution and started working on the application of legal sanctions. Our work with the parties in the issue, the General Directorate of Civil Aviation and the Revenue Administration is continuing.*

### **Can you explain the dynamic stock application created by Turkish Airlines?**

*As the name suggests, the dynamic stock application is an application so that the agency can track and amend the stock status instantly. In the past, especially on public holidays or outside working hours if they needed ticket stock they had to wait for THY to start work. However, this application allows the agency to control and consolidate its stock at any time. This is actually an application, which benefits the agent.*

### **Could you tell us about the new generation payment system “NewGEN ISS” payment system? What benefits does this system provide to agencies?**

*NewGen ISS (Next Generation IATA Distribution Systems) is a programme that will transform the current fund distribution system between travel agencies and airlines to a next generation distribution business model. NewGen ISS provides faster closure of accounts, safer funds and lower distribution costs for airlines. For travel agencies, it offers personalised products and services, advanced customer support and more cost-effective solutions. With the introduction of the NewGen ISP, IATA will also provide 24/7 advanced customer support to address the needs of its agents. With the main NewGen ISP routes: there are three types of travel agency accreditation levels, that is, it allows agencies to choose the most appropriate to their business model and capacity. Furthermore, the Remittance Holding Capacity (RHC) will provide a safer sales process and offers travel agencies a flexible financial security option. Again, the system helps reduce default losses for airlines with its “Global Default Insurance” (GDI), and “IATA EasyPay” is a safe and cost-effective solution, which provides ease of pay as you use it.*

*NewGen ISS is currently being implemented and tested in some countries. TÜRSAB has been part of NewGen ISS since 2016 and it is expected that it will be adapted to our country on 16th May 2019. The TÜRSAB Airline, Ticketing and IATA Specialism Committee is planning a series of meetings to bring IATA officials and agents together in this process, to share both information about the system and about the issues of adaptation.*



## Alman pazarı yükseliş trendinde

*Dünyada en çok seyahat harcaması gerçekleştiren ülkeler arasında yer alan Almanya, Türk turizminin ilk yıllarından itibaren en önemli kaynak pazarı konumunda bulunuyor. Bu dosyada Türkiye'nin en önemli turizm pazarlarından biri olan Almanya'yı sizler için tüm yönleriyle değerlendireceğiz.*

## German market on a growth trend

*Germany is one of the countries, which spends the most money on travel, and has been an important source market since the earliest years of Turkish tourism. In this report we will evaluate all aspects of Germany for you, one of Turkey's most important tourism markets.*

**TR** Avrupa'nın en büyük ekonomisine sahip ülke konumunda bulunan Almanya; ekonomik sıralamalarda ABD, Çin ve Japonya'nın ardından dünyada dördüncü basamakta yer alıyor. Dünyada turizm hareketliliği açısından da önemli ülkeler arasında yer alan Almanya, dünyada yurt dışında en çok harcama yapan üçüncü pazar. Alman Seyahat Birliği'nin (DRV) verilerine göre Almanlar 2017 yılında yurt dışında 73,6 milyar euro harcama gerçekleştirdi.

**EN** Germany, the country with the largest economy in Europe; is ranked in fourth place in the economic world ratings behind the United States, China and Japan. Germany is one of the most important countries in the world in terms of tourism mobility and is the third biggest market in the world. According to data from the German Travel Association (DRV), in 2017 Germans spent 73.6 billion Euros abroad.





### **Almanya'nın turizm hareketliliği**

İş seyahatleri açısından olduğu kadar son yıllarda tatil amaçlı seyahatler için de önemli bir destinasyon olan Almanya, Alman Federal İstatistik Kurumu (Destatis) verilerine göre; 2017 yılında 37 milyon 451 bin ziyaretçi ağırladı. Türklerin de en çok ziyaret ettiği Almanya'ya 2017'de giden Türk ziyaretçi sayısı 452 bine yükseldi. Almanya'nın 2017 yılı turizm geliri ise 34,9 milyar euro seviyesine yükseldi.

### **Rakamlarla Almanların yurt dışı seyahatleri**

Yıl içinde farklı dönemlerde, farklı sürelerde tatile çıkma alışkanlığı olan Almanlar, uzun ve ana tatillerinde ağırlıklı olarak yurt dışı turlarını tercih ediyor. 2017'de toplam 148 milyon seyahat gerçekleştiren Almanlar, seyahat tercihlerinin 78,4 milyonluk kısmını 2-5 gün süreli kısa tatillerden, 69,6 milyonluk kısmını ise 5 günden uzun süreli tatillerden yana yaptı. Kısa tatillerin yüzde 74'ü Almanya içindeki, yüzde 26'sı ise Almanya dışındaki destinasyonlara yönelik oldu. 5 günden uzun süreli tatillerin yüzde 72,4'ü yurt dışındaki destinasyonlara, yüzde 27,6'sı ise Almanya içindeki destinasyonlara yapıldı. Almanlar, 2017 yılı içerisinde toplam 70 milyon 774 bin 400 yurt dışı seyahati gerçekleştirdi.

### **Destinasyon tercihlerinde Türkiye 3'üncü**

Almanların 5 günden uzun süreli yurt dışı seyahatlerinde en çok tercih ettikleri bölge yüzde 36,9 ile Akdeniz'e kıyısı olan ülkeler oldu. Yüzde 12,4'lük kesim, tatil için Batı Avrupa'yı, yüzde 7,7'lik kesim ise Doğu Avrupa'yı tercih etti. 5 günden uzun süreli tatillerde Alman vatandaşlarının tercih ettiği ülkeler arasında Türkiye, İspanya ve İtalya'nın ardından üçüncü sırada bulunsa da, Türkiye'nin 2017 yılındaki payı yüzde 5,70 seviyesinde oldu.

### **Tourism mobility in Germany**

According to the data provided by the German Federal Statistical Institute (Destatis), in recent years, Germany has become an important destination for business trips as well as for leisure travel. In 2017, it hosted 37,451,000 visitors. Germany is the most visited destination for Turks and in 2017 the number of Turkish visitors increased to 452 thousand. In 2017, Germany's tourism income rose to 34.9 billion Euros.

### **German travel abroad in figures**

Germans are accustomed to going on holiday in different periods of the year for varying durations, but mostly prefer to travel abroad during long and main holidays. In 2017, Germans made a total of 148 million journeys. Of these, 78.4 million preferred short holidays of 2-5 days duration and 69.6 million took holidays lasting for more than 5 days. 74 per cent of the short holidays were taken within Germany and 26 per cent in destinations outside Germany. 72.4 per cent of the holidays lasting more than 5 days were taken in destinations abroad and 27.6 per cent in destinations within Germany. In 2017, Germans made a total of 70,774,400 international trips.

### **Turkey is their 3rd favourite destination**

The favourite region of Germans travelling abroad for more than 5 days was Mediterranean countries, at 36.9 per cent. 12.4 per cent chose Western Europe for their holiday and 7.7 per cent Eastern Europe. Turkey is one of Germans' favourite destinations for holidays of over 5 days in duration. Turkey is in third place after Spain and Italy and in 2017 Turkey's market share was 5.7 per cent.



“Almanların Türkiye’deki seyahat motivasyonları arasında deniz, kum ve güneş ilk sırada yer alıyor.”

“Germans’ top reason for visiting Turkey is sun, sea and sand.”

## Türkiye’de en çok tercih ettikleri bölgeler Favourite regions in Turkey

**TR** Almanlar Türkiye’ye daha çok paket turlar ile başta Antalya ve İstanbul şehirleri olmak üzere; Akdeniz, Marmara, Ege ve İç Anadolu bölgelerini ziyaret ediyorlar. Türkiye’nin güneş-deniz-kum turizmi, tarihi ve kültürel yapısı ile doğal zenginliklerine önem veren Almanların Türkiye’de en çok ziyaret ettiği kentler ise Antalya, İstanbul, Muğla, İzmir, Nevşehir.

### 2018’de pazarda önemli bir sıçrama yaşandı

Türkiye’nin ana pazarı Almanya’dan gelen ziyaretçi sayısı 2018’de yükselişe geçti. 2018 yılında Türkiye’ye Almanya’dan gelen ziyaretçi sayısı geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre yüzde 25,8 oranında artış göstererek, 4 milyon 512 bin 360 kişiye yükseldi. Böylece Almanya, 6 milyon bandına yaklaşan Rusya Federasyonu’nun ardından ikinci sırada yer aldı.

**EN** Germans mostly take package holidays to Turkey, visiting the cities of Antalya and Istanbul, and the Mediterranean, Marmara, Aegean and Central Anatolian regions. Germans value sun, sea and sand holidays, historic and cultural sites and natural beauty. The cities in Turkey, which are most visited by Germans, are Antalya, Istanbul, Muğla, Izmir and Nevşehir.

### There was a significant leap in the market in 2018

The number of visitors from Germany, Turkey’s main market, was on the rise in 2018. The number of visitors from Germany to Turkey in 2018 increased by 25.8 per cent, compared to the same period the previous year, rising to 4,512,360 people. In this way Germany ranked second after the Russian Federation, which is approaching the 6 million mark.



## Rakamlarla Almanya pazarı The German market in figures

Almanya'dan yurt dışı çıkış sayısı (2017): 70,8 milyon  
Number of overseas departures from Germany (2017): 70.8 million

Almanya vatandaşlarının yurt dışı turizm harcaması:  
73,6 milyar euro (DRV 2017)  
Foreign tourism spend of German citizens:  
73.6 billion Euros (DRV 2017)

Almanya'dan ülkemize gelen ziyaretçi sayısı:  
4,5 milyon kişi (2018)  
Number of visitors from Germany to our country:  
4.5 million people (2018)

Almanya'nın Türkiye'ye turist gönderen ülkeler  
arasındaki yeri: 2  
Germany's place among the top countries sending tourists to  
Turkey: 2

Almanya pazarı artış oranı: yüzde 25,8  
German market growth rate: 25.8 per cent

Alman turistin ortalama geceleme sayısı:  
12,3 gece (TÜİK 2017)  
Average number of overnight stays of German tourists: 12.3  
nights (TÜİK 2017)

Almanların Türkiye'deki kişi başı ortalama seyahat harcamaları:  
823 dolar (TÜİK 2017)  
The average travel spend per person of Germans in Turkey: 823  
Dollars (TÜİK 2017)

### **TR** Alman turistlerin Türkiye'deki harcaması

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından açıklanan son 5 yıla ilişkin istatistikler; Alman turistlerin Türkiye'de gerçekleştirdikleri kişi başı ortalama turizm harcamasının yıllar içinde inişli çıkışlı bir grafik gösterdiğini ortaya koyuyor. TÜİK 'Çıkış Yapan Ziyaretçi Araştırması'nın sonuçlarına göre; 2013 yılında Türkiye tatillerinde ortalama 948 dolar harcama yapan Alman turistlerin 2017 yılı harcaması 823 dolar seviyesinde gerçekleşti.

### **EN** Expenditure of German tourists in Turkey

The Turkish Statistical Institute (TÜİK) revealed the statistics relating to the last 5 years; showing the average tourist spend per person for German tourists in Turkey across the years, as a graph of peaks and troughs. According to the results of TÜİK's departing visitor survey, in 2013 German tourists spent an average of 948 dollars in Turkey, whilst in 2017 the spend was 823 dollars.



# Türkiye'nin buluşma noktası: Travel Turkey İzmir Turkey's meeting point: Travel Turkey İzmir

**Bu yıl 43 ülke ve 48 ilden gelen bin 200'ün üzerinde katılımcısı ve 44 bin 19 ziyaretçisiyle büyük bir buluşmaya ev sahipliği yapan Travel Turkey İzmir Turizm Fuarı ve Kongresi, Türkiye ve bölge turizminin nabzını tuttu.**

*This year, more than 200 thousand participants from 43 countries and 48 provinces took part in the Travel Turkey İzmir Tourism Fair and Conference, which, with 44,019 visitors, played host to a large meeting, checking the pulse of tourism in Turkey and the region.*



**TR** Turizm sektörünün en önemli organizasyonları arasında yer alan Travel Turkey İzmir Turizm Fuarı ve Kongresi, 6-8 Aralık tarihleri arasında fuarizmir'de 12'inci kez düzenlendi. Kültür ve Turizm Bakanlığı himayesinde İzmir Büyükşehir Belediyesi ev sahipliğinde, TÜRSAB ve İZFAŞ ortaklığıyla düzenlenen fuar, bu yıl da yoğun ilgi gördü.

43 ülke ve 48 ilden gelen bin 200'ün üzerinde katılımcısı ve 44 bin 19 ziyaretçisiyle büyük bir buluşmaya ev sahipliği yapan 12. Travel Turkey İzmir Turizm Fuarı ve Kongresi'nin açılışı; Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy, KKTC Turizm ve Çevre Bakanı Fikri Ataoğlu, İzmir Valisi Erol Ayyıldız, İzmir Büyükşehir Belediye Başkanı Aziz Kocaoğlu, TÜRSAB Başkanı Firuz B. Bağlıkaya ile sektör temsilcilerinin katılımıyla gerçekleşti.

## **Partner ülke Makedonya, il Diyarbakır**

12. Travel Turkey İzmir Turizm Fuarı ve Kongresi, bu yıl da önemli buluşmalara sahne oldu. Balkanlar'ın önemli ülkelerinden Makedonya, partner ülke olarak Travel Turkey İzmir Fuarı'nda yer aldı. Türk

**EN** The İzmir Fair is one of the tourism sector's most important events, which took place for the 12th time between 6th-8th December. The 12th Travel Turkey İzmir Tourism Fair and Congress was organised under the auspices of the Ministry of Culture and Tourism and hosted by İzmir Metropolitan Municipality in partnership with TÜRSAB and İZFAŞ. This year, once again it attracted a lot of interest.

This year, more than 200 thousand participants from 43 countries and 48 provinces took part in the Travel Turkey İzmir Tourism Fair and Conference, which with 44,019 visitors played host to a large meeting. Its opening was attended by Minister of Culture and Tourism, Mehmet Nuri Ersoy; TRNC Minister of Tourism and Environment, Fikri Ataoğlu; İzmir Governor, Erol Ayyıldız; İzmir Metropolitan Municipality Mayor, Aziz Kocaoğlu; TÜRSAB President Firuz B. Bağlıkaya and representatives of the tourism sector.

## **Partner country Macedonia, province Diyarbakır**

The 12th Travel Turkey İzmir Tourism Fair and Congress was again the setting for important meetings this year. Macedonia, one of the most important countries in the Balkans, took part in the Travel Turkey İzmir Fair as a partner





## Sağlıklı buluşma

**TR** Fuarda ayrıca TURSAB'ın ve Uluslararası Dianova International'ın Türkiye üyesi olan İzmir Sağlık Turizmi Derneği'nin (İZSATU) iş birliği ile 'Uluslararası Sağlık Turizmi ve Bağımlılık Rehabilitasyonu Sempozyumu' düzenlendi. TÜRSAB ve Türkiye Sağlık Turizmi Dernekleri Federasyonu (TURSAB) arasında 25 Temmuz 2018 tarihinde İzmir'de imzalanan "Sağlık Turizmi İş Birliği Protokolü" kapsamında alınan karar neticesinde düzenlenen sempozyuma, Portekiz ve İspanya'dan gelen sağlık turizminin dünya çapındaki temsilcileri katıldı. Sağlık turizmi içinde yer alan ve rehabilitasyon konusunun alt başlığı olan bağımlılık rehabilitasyonunu Türkiye'de tanıtmak ve geliştirmek amacıyla gelen temsilciler daha sonra, İzmir'de uluslararası bir rehabilitasyon merkezi oluşturulması için Ege Üniversitesi Tıp Fakültesi Hastanesi Psikiyatri Ana Bilim Dalı'nı ve Yeşilyurt Devlet Hastanesi'ni gezdiler. Fuarın son günü gerçekleştirilen Uluslararası Sağlık Turizmi ve Bağımlılık Rehabilitasyonu Sempozyum'unda, Ege Üniversitesi öğretim görevlileri ile Dianova Ağı'nın temsilcileri madde bağımlılığı tedavi yöntemlerini ve bu yöntemlerin Türkiye'ye uyarlanmasını ele aldı. Sempozyum aynı zamanda sağlık turizmi kapsamında yurt dışındaki rehabilitasyon örneklerinin İzmir'e getirilmesi ve çok yönlü bir çalışma başlatılması için de ilk adım oldu.

## Health meeting

**EN** Also at the fair, the 'International Health Tourism and Addiction Rehabilitation Symposium' was organised by TURSAB in conjunction with the Izmir Health Tourism Association (İZSATU), Turkish member of Dianova International. The symposium was held within the scope of the "Health Tourism Cooperation Protocol" agreement, signed by TÜRSAB and Turkey Medical Tourism Association Federation (TURSAB) in Izmir on July 25, 2018, and attended by representatives of world medical tourism from Portugal and Spain. Afterwards, the representatives visited the Izmir, Faculty of Medicine Hospital Psychiatry Department and Yesilyurt State Hospital, with the aim of setting up an international rehabilitation centre in Izmir in order to promote and develop addiction rehabilitation in Turkey. This has an important place in health tourism and is a form of rehabilitation. The International Health Tourism and Addiction Rehabilitation Symposium took place on the last day of the fair. Lecturers at the Ege (Aegean) University and representatives of the Dianova Network discussed addiction treatment methods and how these methods could be adapted to Turkey. By bringing overseas examples of rehabilitation to Izmir, within the framework of health tourism, the symposium was also the first step towards starting a multifaceted project.

## Travel Turkey İzmir 2019

**TR** Travel Turkey İzmir Turizm Fuarı ve Kongresi'nin 2019 çalışmalarına hızla başlandı. 13. Travel Turkey İzmir Turizm Fuarı ve Kongresi, TÜRSAB ve İZFAŞ ortaklığıyla 5 - 7 Aralık tarihleri arasında turizm sektörünü yeniden bir araya getirecek.

**EN** Work for the 2019 Travel Turkey Izmir Tourism Fair and Congress started early. The 13th Travel Turkey Izmir Tourism Fair and Congress will bring together the tourism sector once again between 5th and 7th December with the partnership of TÜRSAB and İZFAŞ.

vatandaşların sıkça tercih ettiği yurt dışı duraklarından olan Makedonya, yaptığı etkinliklerle Türk turistlerin tercihi olma hedefini sürdürdü. Travel Turkey İzmir Fuarı'nın bu yıl partner ili ise Diyarbakır oldu. Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu illeri arasında öne çıkan Diyarbakır, dokuz bin yıllık tarihini, kendine has kültürünü ve yemeklerini ziyaretçilerle paylaştı.

### 10 bine yakın görüşme gerçekleşti

Türk Hava Yolları (THY) desteğiyle bir klasik haline gelen alım heyeti programı, dünyanın farklı destinasyonlarında bulunan sektör profesyonellerini İzmir'de buluşturdu. İki gün süren alım heyeti programı kapsamında 48 ülkeden 200'e yakın satın alıcı ağırlandı. Katılımcılarının yeni iş bağlantıları kurmasını ve ülkenin turizm gelirlerini artırmasını hedefleyen Hosted Buyer Programı ile birlikte Travel Turkey İzmir'de, 2019 yılı sezonuna yönelik 10 bine yakın görüşme gerçekleştirildi.

country. Macedonia is one of the favourite foreign destinations for Turkish citizens, and the activities, which it carried out, furthered its goal of being the choice for Turkish tourists. This year Travel Turkey Izmir Fair's regional partner was the province of Diyarbakir. One of the most prominent of the provinces in Turkey's Southeast Anatolian region, Diyarbakir shared its nine thousand years of history, unique culture and cuisine with visitors.

### Nearly 10 thousand meetings took place

With the support of Turkish Airlines (THY), the buyers' programme, which has become a classic, brought together tourism sector professionals from different destinations of the world to meet in Izmir. Within the scope of the two-day hosted buyers programme, nearly 200 buyers from 48 countries were hosted. As part of the Hosted Buyer Programme, which aims to create new business connections and increase tourism revenue for the participants, almost 10,000 meetings about the 2019 season, were held at Travel Turkey Izmir.

## Gastronomi dünyası, Travel Turkey'de buluştu

### The world of gastronomy met at Travel Turkey

Gastronomi sektörünün Türkiye'deki en büyük buluşması olan 4. Uluslararası Gastronomi Turizmi Kongresi, Travel Turkey İzmir Turizm Fuarı ve Kongresi'ne lezzet kattı.

The largest gathering of the gastronomy sector in Turkey took place at the 4th International Congress of Gastronomy Tourism, adding flavour to the Travel Turkey İzmir Tourism Fair and Congress.

**TR** Travel Turkey ile eş zamanlı gerçekleştirilen 4. Uluslararası Gastronomi Turizmi Kongresi, dünyanın önde gelen gastronomi ve turizm uzmanları ile eğitimcilerini bir araya getirdi. Akdeniz tadında bir şehir olan Lizbon'un misafir kent olarak katıldığı kongre; akademik oturumlar, sektörden önemli isimlerin konuşmacı olarak katıldığı paneller, yemek workshopları ve tadım atölyeleriyle Türkiye'nin gastronomi zenginliğini gözler önüne serdi.

#### “Gastronomi turizmi hızlı bir şekilde öne çıkıyor”

Kongre açılışında konuşan TÜRSAB Başkanı Firuz B. Bağlıkaya; yeni turizm çeşitlerinde gastronomi turizminin hızlı bir şekilde öne çıktığına dikkat çekerek, gastronominin destinasyon tercihlerinde ana etkenlerden biri haline geldiğini kaydetti.

Anadolu coğrafyasının çok zengin bir mutfaka sahip olduğunu vurgulayan Bağlıkaya, “Ege'den Doğu Anadolu'ya, Karadeniz'den Akdeniz'e kadar yurdumuzun dört bir yanında dünyanın başka hiçbir yerinde rastlayamayacağınız bir lezzet kuşağı karşımıza çıkıyor. İspanya sadece gastronomi turizmiyle yılda 10 milyondan fazla turisti ülkesine çekmiştir. İspanya 200 yemek çeşidiyle bu başarıyı elde ederken binlerce yıllık medeniyetlere ev sahipliği yapmış Anadolu hala dünyada yeterince bilinmemektedir” değerlendirmesinde bulundu. Bağlıkaya; “İç turizmde de gastronomi turizmini kültür ve sanat bütünlüğüyle ön plana çıkartmalıyız. TÜRSAB olarak Türkiye'nin zengin kültürel geçmişi turizm aktivitelerine dönüştürmek konusunda kapsamlı çalışmalar yapmaktayız. Özellikle Türkiye Gastronomi Turizminin Geliştirilmesi Projesi'ni yürütmekteyiz” ifadelerini kullandı.

**EN** The 4th International Gastronomic Tourism Congress, organised concurrently with Travel Turkey, brought together the world's leading gastronomy and tourism experts and teachers. Lisbon, a city of Mediterranean flavours, attended the congress as a guest city. Academic sessions; panel discussions with speakers including prominent names in the industry; food workshops and tastings revealed Turkey's gastronomic riches.

#### “Gastronomy tourism is racing ahead”

Speaking at the opening of the Congress, TÜRSAB President Firuz B. Bağlıkaya, drew attention to the fact that amongst the new tourism specialisms, gastronomy tourism had raced ahead, noting that gastronomy had become one of the main factors in choosing a destination.

Bağlıkaya stressed that the region of Anatolia was home to an extremely rich cuisine. “From the Aegean to Eastern Anatolia, the Black Sea to the Mediterranean, in every corner of our country you encounter a breadth of flavours that you won't come across anywhere else in the world. Spain has attracted more than 10 million tourists a year purely for gastronomy tourism. Spain has 200 varieties of food and has achieved this success, but Anatolia, which is home to thousands of years of civilisation is still relatively unknown in the world.” Bağlıkaya stated: “We must bring gastronomy tourism to the fore in domestic tourism too, as a part of culture and the arts. TÜRSAB needs to make a comprehensive study on how we can turn Turkey's rich cultural history into tourism activity. In particular we are carrying out a Project to Develop Turkey's Gastronomy Tourism.”







## Turizmde dijital dönüşüm zamanı Time for digital transformation in tourism

*Geliştirdiği yeni konseptler ile sektöre hareket kazandıran Travel Turkey İzmir Turizm Fuarı ve Kongresi, Seyahat Teknolojileri Özel Bölümü'yle fark yarattı.*

*Travel Turkey İzmir Tourism Fair and Congress, likes to stir up the tourism sector with the new concepts it develops, and it made its mark with the Travel Technology Special Section.*

**TR** 12. Travel Turkey İzmir Turizm Fuarı ve Kongresi'nde öne çıkan 'ttitech' - Seyahat Teknolojileri Özel Bölümü, dijital dönüşümün nabzını tuttu. Turizmi dijital ortama taşıyan yazılım sistemi firmaları ile çağrı merkezi hizmeti veren firmaların yer aldığı 'ttitech' - Seyahat Teknolojileri Özel Bölümü'nde, rezervasyon ve havayolu sistem yazılımları, küresel dağıtım kanalları, data bankaları, ulaşım ve konaklama konusunda her türlü bilet ve hizmet satın alma ya da kiralama, acente ve otellere sistem alt yapısı sağlayan ulusal ve uluslararası yazılım sistemleri, rezervasyon sistemleri ile turizm sektörünü online platforma dönüştüren yazılımlar da tanıtıldı.

HotelRunner'ın, son üç yıldır önemli fuar ve organizasyonlar bünyesinde düzenlediği, konusunda uzmanların ve yöneticilerin konuşmacı olarak katıldığı HotelRunner Theater etkinliği; TÜRSAB ve İZFAŞ ortaklığıyla Travel Turkey İzmir'de turizm sektöründeki yeniliklerin nabzını tuttu.

**EN** The 12th Travel Turkey İzmir Tourism Fair and Congress showcased 'ttitech' - Travel Technologies Special Section - which took the pulse of digital transformation. Software system firms carrying out tourism digitalisation and companies providing call centre services took part in 'ttitech' - Travel Technologies Special Section. Reservation and airline system software; global distribution channels; data banks; all kinds of ticket and service sales and rental for transportation and accommodation; domestic and international software systems for infrastructure for agency and hotel systems; reservation systems; and software to align the tourism industry with online platforms were all promoted.

The HotelRunner Theatre event organised by HotelRunner, has been an important event within the fair for the past three years, where experts in their field and executives have participated as speakers. With the partnership of TÜRSAB and İZFAŞ, it was able to evaluate innovation in the tourism sector at Travel Turkey İzmir.

### **TR** Uluslararası tadım etkinliği: "Tasting Story"

4. Gastronomi Turizmi Kongresi, Uluslararası Tadım Etkinlikleri'nde lezzet düşünlerini tadım uzmanlarıyla buluştu. "5 hikaye, 5 duyu ve 5 yaratıcı lezzet" temasıyla gerçekleştirilen etkinlik, Delice Network İzmir Temsilcisi Sırma Güven moderatörlüğünde düzenlendi. 5 duyardan yola çıkarak organize edilen etkinlikte tadım uzmanları, lezzet bileşenleri ve tat eşleşmeleri hakkında bilgi verdi.

Kongre kapsamında gerçekleştirilen "Cooking Story", bu yıl dünyaca ünlü şeflerin yemek şovlarıyla zenginleşti. Kongrede Portekizli Şef João Sá, Akdeniz lezzetlerinden görsel bir şov sunarken Şef Kogure Tsuyoshi, zeytinyağı ile Türk malzemelerini kullanarak Uzakdoğu lezzetlerinin sırlarını paylaştı. Master Chef Türkiye jüri üyesi Hazer Amani de Meksika mutfağı ve Türk malzemelerini buluşturarak katılımcılara taco hazırladı.

### **Gastronomi turizminin önemi konuşuldu**

Turizm ve gastronomi sektörü uzmanlarının katıldığı oturumlarda, yerel destinasyonların tanıtılmasında gastronomi turizminin önemi ve gastro turistlerin seyahat motivasyonları konuşuldu. Gastronomi turizminin Türkiye'deki geleceği genç aşçılar ise oturumlara yoğun ilgi göstererek uzman isimlerin tavsiyelerini dinledi. Paneller, dünyanın en prestijli yemek yarışması Bocuse d'Or Türkiye Temsilcisi Mehmet Gök'ün katılımı ile sona erdi.

### **EN** International tasting activity: "Tasting Story"

*In its International Tasting Events, the 4th Gastronomy Tourism Congress brought together tasting experts with flavour-lovers. The event was organised with the theme of '5 stories, 5 senses and 5 creative flavours' and moderated by representative of Delice Network İzmir, Sırma Güven. At the event, which was organised with 5 senses as its starting point, the tasting experts gave information about the components of flavour and complementary tastes.*

*'Cooking Story', which was organised this year as part of the congress, enhanced it through cooking demonstrations by world-famous chefs. During the congress, the Portuguese chef, João Sá, presented a visual show of Mediterranean flavours, whilst Chef, Kogure Tsuyoshi, shared the secrets of Far Eastern flavours using olive oil and Turkish ingredients. Also, Master Chef Turkey juror, Hazer Amani, brought together Mexican cuisine with Turkish ingredients to prepare tacos for the participants.*

### **The importance of gastronomy tourism was discussed**

*In the sessions attended by tourism and gastronomy experts, the importance of gastronomy in the marketing of local destinations was discussed, along with the travel motivation of gastro-tourists. Turkey's future young chefs showed great interest in the sessions on gastronomy tourism and listened to the advice of experts. The panels finished with Turkey's representative in the world's most prestigious culinary competition, Bocuse d'Or, Mehmet Gök.*

# TÜRSAB Akademi, sektörü çağa hazırlıyor

*Verdiği eğitimlerle TÜRSAB başta olmak üzere seyahat acentalarını çağın ruhunu yakalamaya teşvik eden TÜRSAB Akademi, mesleki eğitimlerle turizm sektörünün niteliğini de artırıyor. Eğitim alan kursiyerlere iş bulmayı da misyon edinen TÜRSAB Akademi'yi TÜRSAB Yönetim Kurulu Üyesi İbrahim Halil Kalay ile konuştuk.*



TÜRSAB Yönetim Kurulu Üyesi İbrahim Halil Kalay  
TÜRSAB Board Member İbrahim Halil Kalay



## TÜRSAB Academy is preparing the sector for the future

*TÜRSAB Academy was set up to provide training to help TÜRSAB keep up with the times, and increase skills within the tourism sector with professional training. We spoke to TÜRSAB Board Member İbrahim Halil Kalay about the TÜRSAB Academy, which also aims to help those participating in its training to find work.*

**TÜRSAB Akademi'den biraz bahsedebilir misiniz? Turizm profesyonelleri için hayata geçirilen TÜRSAB Akademi projesiyle neleri amaçlıyorsunuz?**

Her geçen gün gelişen ve değişen dünya koşullarına uyum sağlamak, yeni trendleri takip etmek için nitelikli insan gücüne ihtiyaç var. Bu nedenle göreve gelir gelmez, TÜRSAB Akademi çalışmalarına ağırlık verdik. TÜRSAB Akademi, sektörden gelen eğitim taleplerine hızlı bir şekilde cevap verebilmek için ilk olarak 2016 yılında kuruldu. Ama resmi olarak faaliyetlere başlamadan önce TÜRSAB bünyesinde yer alan Avrupa Bölge Temsil Kurulu'nda (BTK) bazı eğitim çalışmalarını başlatmıştık. 'Turizm Profesyonelleri için Mesleki Eğitimler'in verildiği TÜRSAB Akademi ile tüm acentalarımız için farklı içeriklerde eğitimler ve seminerler organize ediyoruz. TÜRSAB üyesi acentalarımızın gerek mevcut çalışanlarına gerekse yeni işe alacakları personele meslek eğitimleri veriyoruz. Eğitimlerimizden sadece üyelerimiz değil, katılmak isteyen herkes yararlanabiliyor.

**TÜRSAB Akademi turizmin hangi alanlarında eğitimler düzenliyor? Düzenlenen eğitimler nasıl belirleniyor?**

Sektörü yakından ilgilendiren tüm konuları eğitim planlamalarımıza alıyoruz. Eğitim planlarımızı yaparken, öncelikle düzenlediğimiz anket çalışmalarıyla üye acentalarımızın ihtiyaçlarını belirliyoruz. Anketleri analiz ettikten sonra eğitim vereceğimiz konulara son şeklini veriyoruz. Eğitim planlarında herkesin ihtiyaçlarına cevap verebilecek geniş bir çerçeveden bakıyoruz. Birlik Genel Merkezimizde sadece Ekim-Aralık 2018 döneminde 24 ve üstü, farklı başlık altında eğitim verdik. Bu dönemde; Biletleme Eğitimleri (Amadeus ve Kolay Biletleme Eğitimi), Turizm Hukuku ve Sözleşmeler, Biletleme ve Muhasebe Sistemi (Fatura Kesme), Kültür Turları ve Yöre Turları ile İlgili Yeni Destinasyonlar, Enformasyon Memurluğu (Kurs-Sınav), E-Turizm ve Dijital Pazarlama, İkna ve İletişim Psikolojisi, Tur Çeşitleri ve Destinasyonları, Sorunlara Farklı Bir Bakış Açısı ve Çözüm Odaklı Yaklaşım Eğitimi, Beden Dili ve Etkili İletişim, Stres Yönetimi, Sistem Eğitimleri, Kişisel Verilerin Korunma Kanunu ile Paket Tur ve Maliyetlendirme konularında eğitim ve seminerler düzenledik.

**Eğitimlere kimler katılabiliyor? Katılımcılardan ne gibi talepleriniz oluyor?**

TÜRSAB Akademi'de eğitimlerimizi kurum içi ve halka açık olmak üzere iki aşamalı olarak planladık. Kurum içinde, Türkiye genelinde faaliyet yürüten 35 Bölge Temsil Kurulumuzu (BTK) da içeren eğitimlerimiz öne çıkıyor. Diğer eğitim ve seminerler; üye acentalarımız, üniversite öğrencileri başta olmak üzere bireysel katılımcılara yönelik düzenlediğimiz eğitimlerden oluşuyor.

Eğitimlerimiz genel olarak herkese açık. Sadece üyelerimiz değil, bireysel katılanlar veya öğrenciler de eğitimlerimize iştirak edebilirler.

Ancak ağırlıklı olarak üye acentalarımız katılım gösteriyor. Bizim yönetiminiz döneminde TÜRSAB Akademi olarak getirdiğimiz en büyük değişiklik ise eğitimlerimizin tamamen ücretsiz olması.

**EN Could you tell us a bit about the TÜRSAB Academy? What are your goals for the TÜRSAB Academy project, which has been set up for tourism professionals?**

*There is a need for people to have the qualifications to prepare themselves for a constantly changing world, and to help them follow the latest trends. That's why we prioritised the TÜRSAB Academy, whether or not it was our duty. The TÜRSAB Academy was founded in 2016 to provide quick solutions to the industry's training requirements. But even before we had begun our official activities, we began to conduct some training through the European Regional Representation Boards (BTK) which were part of TÜRSAB. At the TÜRSAB Academy, we provide 'Professional Training for Tourism Professionals' organising training and seminars for all of our agencies, with different content. We give training to TÜRSAB member agencies, both to existing staff and to new staff who they are planning to employ. It isn't just our members who can benefit from our training, it is open to anyone.*

**In what tourism fields does TÜRSAB Academy provide training? How is it decided what training should be offered?**

*We consider all of the topics, which closely affect the sector, and we take them into our training plan. First of all, when we are planning our training, we look at the needs of our member agencies expressed in their response to our questionnaires. Once we have analysed the questionnaires we make a final decision on the training we are going to offer. We look at a broad range of education plans that can meet the needs of everyone. At our Headquarters, in the period of October-December 2018 alone we have provided training in more than 24 different categories. In this period we have organised training and seminars on: Ticketing Training (Amadeus and Easy Ticketing Training); Tourism Law and Contracts; Ticketing and Accounting Systems (Issuing Invoices); Cultural Tours and New Destinations for Local Tours; Information Officer (Course-Exam); E-Tourism and Digital Marketing; The Psychology of Persuasion and Communication; Tour Types and Destinations; Seeing Problems in a Different Perspective and a Solution-oriented Approach Training; Body Language and Effective Communication; Stress Management; System Trainings; Personal Data Protection Law; and Package Tours and Costing.*

**Who can participate in the training? What kind of requests do you receive from the participants?**

*At TÜRSAB Academy, we have planned our training on two levels, for members and the public. Within the organisation, there are also 35 Regional Representative Boards (BTK) carrying out activities throughout Turkey, including a focus on training. Our other training and seminars is made up of training for our member agencies, university students, and that aimed at individual participants.*

*Our training is generally open to everyone. Not only our members, but also individual participants or students can participate in our trainings. However, it is mainly our member agencies who take part. The biggest change that we brought to the TÜRSAB Academy during our period of management has been that our training is completely free.*

*For example, we offer information officer training or Amadeus training free of charge to our member agencies.*

**TR** Örneğin enformasyon memurluğu eğitimi veya Amadeus eğitimlerini, Birlik bünyesindeki acentalarımıza ücretsiz olarak sunuyoruz.

### **TÜRSAB Akademi'ye katılanlar kimler tarafından eğitim alıyor?**

TÜRSAB Akademi olarak eğitimlerin niteliği konusunda çok titiz çalışmalar yürütüyoruz. Gerçekten ihtiyaç duyulan konuya odaklanıyor ve eğitmenlerimizi uzman kişilerden seçiyoruz. Seminer ve derslerimizde, konusunda uzman kişilerden oluşan eğitmenlerimizin yanı sıra üye acentalarımızdan da destek alıyoruz. Yine eğitim konularına göre uzman kişilerle ve üniversitelerle iş birliği yapıyoruz.

### **Eğitime başvurular nasıl yapılıyor? Eğitimler sadece İstanbul ile mi sınırlı? TÜRSAB Akademi'ye katılmayanlar eğitimleri takip etmek için nasıl bir yol izlemeliler?**

Eğitimlerimizi Türkiye çapında gerçekleştiriyoruz. TÜRSAB web sitesi üzerinden duyuru yapıyoruz. Ayrıca tüm üye acentalarımıza konuyla ilgili bilgi gönderiyoruz. Ağırlıklı olarak Genel Merkezimizde düzenlene de üye acentalarımız ile BTK'larımızın rahat ulaşım sağlayacakları bölgeleri de tercih ediyoruz.

Günümüzde iletişim teknolojileri çok gelişti. TÜRSAB bünyesinde kurulan TÜRSAB TV'yi eğitim konusunda çok aktif kullanıyoruz. Halka açık tüm eğitim, seminer ve konferansları, TÜRSAB TV üzerinden canlı yayınlayarak herkesin izlemesine olanak tanıyoruz. Bu çalışmalarımızı izleme olanığı bulamayanlar için tekrar yayınlarla daha geniş kesimlere yaymaya çalışıyoruz. Yine Genel Merkezimizde gerçekleştirdiğimiz kurum içi eğitimlerimizi, özel bir sistemle tüm BTK üyelerimiz interaktif olarak takip edebiliyor.

### **Eğitime katılanları daha sonrasında nasıl bir süreç bekliyor? (Örneğin eğitime katılanlar sertifika alabiliyor mu, kontenjan, başvurular nasıl değerlendiriliyor?)**

TÜRSAB Akademi olarak eğitime katılan kursiyerlerimize sertifika veriyoruz. Ayrıca eğitim alan üye kursiyerlerimize istekleri doğrultusunda istihdam da sağlıyoruz. 2014'te temelleri atılan ve 2016'da resmi olarak kurulan TÜRSAB Akademi'de, toplamda yaklaşık 600 kişiye üye acentalarımızda istihdam sağladık. Seyahat acentalığı alanında 1000 kişiye eğitim vermeyi ve böylelikle turizm alanında kalifiye personel ihtiyacının ve istihdamının artırılmasını hedefliyoruz.

### **Eğitimler hangi sıklıkla düzenleniyor?**

TÜRSAB Akademi'nin uzun soluklu eğitimlerinin yanı sıra teknik eğitimler ve seminer, söyleşi tadında kısa eğitimler de gerçekleştirdik. Bu yıl üç aylık bir takvimle yola çıktık. Ancak bunu ilerleyen dönemde altı aya çıkarmayı planlıyoruz. Buna bağlı olarak istihdam yarattığımız kişi sayısını da artıracacağız.

### **Son olarak eklemek istediğiniz bir şey var mı?**

TÜRSAB Akademi olarak çalışmalarımıza, araştırmalarımıza devam ediyoruz. 2019 yılı eğitimlerimizle ilgili web sitemizde duyuru yapacağız.

### **EN Who gives the training to the participants in the TÜRSAB Academy?**

At TÜRSAB Academy, we monitor the quality of the training in very rigorous studies. We really focus on what is needed and we choose experts to conduct the training. We also receive support from our member agencies for our seminars and lessons, in addition to the trainers who are experts in their fields. Again, we are collaborating with experts and universities depending on the subjects of the training.

### **How are applications made to take part in training? Is the training limited to Istanbul? How can those who cannot participate in the TÜRSAB Academy follow the training?**

We carry out our education programme throughout Turkey. We make announcements via the TÜRSAB website. We also send information to all our member agencies. Even though it is organised mainly in our headquarters, we also favour regions where it is convenient for our agents and BTKs to provide transport.

Nowadays, communication technologies have improved. TÜRSAB TV plays a very active role within TÜRSAB in terms of education. We give everyone the opportunity to watch all training which is open to the public, seminars and conferences broadcast live on TÜRSAB TV. For those who do not have the opportunity to watch our work, we use our publications to spread it even further. In addition, all of the training which takes place at our Head Office can be watched interactively by all of our BTK members through a special system.

### **What can the participants expect to happen after the training? (For example, do the participants receive certificates, are they given marks or evaluated in any way?)**

At TÜRSAB Academy, we give certificates to those who attend our training. In addition, if those who take part in our courses wish, we also assist them with employment. The foundations were laid for the TÜRSAB Academy in 2014 and it was officially established in 2016. Since then we have provided employment for approximately 600 people in our agencies. Our goal is to provide training to 1000 people in the travel agency sector and thus to increase the need for and employment of qualified personnel in tourism.

### **How often is training organised?**

In addition to the long-term training programme of the TÜRSAB Academy, we have also held technical training and seminars and short training in the form of chat sessions. This year we set off with a three-month calendar. However, we plan to increase this to six months. Accordingly, we will also increase the number of people for whom we create employment.

### **Lastly do you have anything you want to add?**

At TÜRSAB Academy, we are continuing our work and our research. We will announce information on our website about the 2019 training programme.

Bugne kadar 18 kültürel miras ile UNESCO'ya giren Türkiye, somut olmayan miras listesine bir yenisini daha ekledi. nl Türk destanı 'Dede Korkut', UNESCO Acil Koruma Gerektiren Somut Olmayan Kültür Mirası Temsili Listesi'ne giren 17'inci miras oldu.

So far, Turkey has taken its place on the UNESCO list with 18 items of cultural heritage, one more new item of intangible heritage has been added to the cultural heritage list. The well-known Turkish epic 'Dede Korkut' was the 17th item to be added to UNESCO's List of Intangible Cultural Heritage in Need of Urgent Safeguarding.

"Dede Korkut" hikayeleri UNESCO korumasına alındı  
"Dede Korkut" stories were taken under UNESCO protection

**TR** Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türk Destanı 'Dede Korkut'un UNESCO Dünya Somut Olmayan Kültür Mirası Temsili Listesi'ne oy birliğiyle kabul edildiğini duyurdu. 2017'nin Mart ayında, çok uluslu dosya olarak UNESCO'ya gönderilen 'Dede Qorqud/Korkyt Ata/Dede Korkut Mirası: Destan, Masal ve Müzik', Türkiye'nin kültür mirası temsili listesine 18. unsur olarak dahil edildi. Morityus Cumhuriyeti'nin başkenti Port Louis'de gerçekleştirilen UNESCO Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması 13. Hkmetlerarası Komite Toplantısı'nda temsili listeye alınan Türk destanı, insanlığın somut olmayan kültürel mirası oldu. Türkiye, Unesco Temsili Listeleri'ne en çok unsur kaydettiren ilk 5 ülke arasındaki yerini korudu.

### Kuşaktan kuşağa aktarılan "Dede Korkut" kültürel devamlılığı sağlıyor

Toplam 12 hikaye ile sözlü olarak kuşaktan kuşağa aktarılan Dede Korkut hikayeleri, destan, masal ve müzik içeriğiyle kuşaktan kuşağa aktarılıyor. Geçmişle bugün arasındaki kültürel bağın gnlenmesine vesile olan ve kültürel devamlılığı sağlayan Dede Korkut hikayeleri, aidiyet ve kimlik anlayışının geleceğe taşınmasına da katkıda bulunuyor. 'Dede Korkut' mirası Türkçe konuşulan ülkelerde birleştirici bir unsur olarak da önem taşıyor.

**EN** The Ministry of Culture and Tourism announced that the Turkish epic 'Dede Korkut' has been unanimously approved by the UNESCO World Intangible Cultural Heritage List. The multinational file was submitted to UNESCO in March 2017 as 'Dede Qorqud/Korkyt Ata/Dede Korkut Heritage: Epic Culture, Folk Tales and Music' and was included as the 18th item to represent Turkey on the list of cultural heritage. The Turkish epic was accepted on to the list by a representative at the UNESCO 13th Intergovernmental Committee Meeting for the Protection of Intangible Cultural Heritage, which was held in Port Louis, the capital of the Republic of Mauritius, and became part of the intangible cultural heritage of humanity. Turkey has maintained its place among the top 5 countries to have registered items on the UNESCO lists.

### Passed from generation to generation, "Dede Korkut" provides cultural continuity

With 12 stories in total, Dede Korkut's stories, have been transmitted orally from generation to generation, including epic stories, folk tales and music. The story of Dede Korkut, which is instrumental in strengthening the cultural link between the past and the present, and contributing to cultural continuity, also contributes to the future in terms of belonging and identity. The legacy of Dede Korkut is also important as a unifying element in Turkish-speaking countries.

# “Seyahatlerim sırasında kendimi keşfediyorum”

*Meslek hayatı boyunca birçok başarıya imza atan Coşkun Aral’la yol tutkusundan fotoğrafa kadar birçok konuyu konuştuk.*



## “I discover myself during my travels”

*Coşkun Aral, who has achieved much success throughout his career, talked to us about many topics, from his passion for travel to photography.*

**RÖPORTAJ-INTERVIEW:** DİDEM YENİAY



**TR** Gazeteciliğe başladığınız 1970'lerden beri dünyayı karış karış dolaşıyorsunuz. Fotoğraf makinesiyle yola çıkmaya nasıl karar verdiniz?

Fotoğraf makinesiyle 7 yaşında kuzenim sayesinde tanıştım. İlk fotoğraflarımı onun makinesiyle çektim. Kendi fotoğraf makinama 10 yaşında sahip oldum. 6/6 tek mercekli antika makinamla gördüğüm yerleri kendimce fotoğrafladım. Gazeteci veya doktor olmaya o yaşlarda karar vermiştim. Hem doktor olup insanlara ulaşmak hem de dünyayı dolaşıp gördüğüm yerleri fotoğraflamak istiyordum. Gazeteciliğe 13 yaşında, Siirt'in Mücadele Gazetesi'nde başladım. Ardından Gün Gazetesi'nde sokak muhabirliği yaptım ve orada yollara tam anlamıyla çıkmış oldum.

**Gezileriniz sırasında birçok olayla karşılaştınız. İçlerinden hangisi sizi büyük bir şaşkınlığa uğrattı?**

Aslında sadece bir tanesinden söz edemeyiz. İki uçak kaçırma olayına şahit olan, üç uçak kazasının bizzat içinde bulunan ve sağ çıkan tek gazeteciyim. Neredeyse yaşanan tüm savaşlara gittim. İnsanın kendi hemcinsini nasıl yemek zorunda olduğuna Afrika'da tanık oldum. Çok tehlikeli günlerdi. Korkumuzdan kabus bile göremedik çünkü orada kabusu bizzat yaşadık. Bunlar çok az insanın başına gelebilecek ve benim de asla unutmayacağım olaylardır.

**Aslında foto muhabirliğinin yanı sıra siz hem gezgin hem iz süren hem de maceracı birisiniz. Sizin gibi yola çıkmayı, gezgin olmayı planlayanlar için neler söylersiniz?**

Ben aslında gezgin değilim, gezmiyorum. Sadece iz sürüyor ve bilgiyi taşıyorum. Fotoğraf makinesinin icat edilmediği

**EN** Since you started in journalism in the 1970s, you have travelled every inch of the world. How did you decide to set off on your travels with a camera?

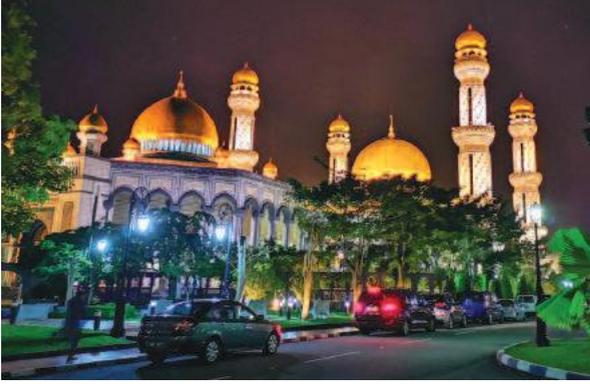
I first became familiar with the camera at the age of 7, thanks to my cousin. I took my first photographs with his camera. I got my own camera when I was 10 years old. I photographed the places I saw with my 6/6 single-lens antique camera. I decided at that age to become either a journalist or a doctor. I wanted to be a doctor and reach out to people and also to travel the world taking pictures of the places I saw. I started journalism at the age of 13, at Siirt's Mücadele newspaper. Then I worked as a street correspondent at Gün newspaper and that was when I set out on my journey, in every sense.

**During your trips you have encountered many incidents. Which of them shook you the most?**

Actually, we can't just talk about one single thing that happened. I am the only journalist who has witnessed two airplane incidents and has been involved in three aircraft crashes and has come out in one piece. I have been to almost all wars. I've witnessed in Africa how people have had to eat their fellow humans. They were very dangerous days. Our fear didn't even manifest itself in nightmares, because there we were actually living a nightmare. There are very few people that have experienced these things and they are incidents that I will never forget.

**In fact, as well as being a photojournalist, you have also been a traveller and a tracker and an adventurer. What would you say to someone planning to set off like you, as a traveller?**

Actually, I am not a traveller; I don't travel. I just follow tracks and convey information. If I had lived in a time when the camera was not invented, I would have drawn the information on walls with



dönemlerde yaşasaydım, bilgiyi duvarlara çöp adam çizerek taşırdım. Yola çıkmak isteyenlere gidecekleri yerle ilgili bilgi sahibi olmaları gerektiğini söyleyebilirim. Bu, beni diğer insanlardan ayıran en önemli noktadır. Ben okuduğum, izlediğim ve araştırdığım için gittiğim yerlerde, karşılaştığım durumlarda panikle miyorum. Her şeye karşı hazırlıklı ve bilgi sahibiyim.

### **Bu sorunun sorulabileceği en doğru kişilerden birisiniz. Sizce çok gezen mi bilir, yoksa çok okuyan mı?**

Hem okuyan hem de gezen bilir. Bana göre bilgili kişi her ikisini de yapandır. Kişi seyahat edeceği yere gitmeden önce orayı kafasında canlandırabilmelidir. Fakat canlandırmadan kastım, birkaç fotoğrafa bakmak değil. Seyahat edecek kişi gideceği yerle ilgili araştırma yapmalı, kitap okumalı ve bilgi toplayabileceği şeyler izlemeli... O yerle ilgili edinebileceği tüm bilgileri edinmeli ki; gördüğü yere anlam verebilsin, orayı daha iyi tanıyabilsin.

### **Peki, hem okuyan hem de seyahat edenler sahip oldukları bilgiyle neler yapabilirler?**

Dünya tarihine bile yön verebilirler. Çağın en eski gezi kitabı Anabasis'in yazarı Ksenophon, M.Ö. 400'lerde Anadolu'yu coğrafyasıyla anlatarak dünya tarihine yön vermiş. Bana göre herkesin okuması gereken bu kitap, Aristo'ya, İskender'e, Fatih Sultan Mehmet'e ve Atatürk'e yön göstermiştir.

### **Seyahat ettiğiniz ülkeler arasında sizi en çok etkileyen hangisi oldu?**

Bir ülkenin çok çekici bir posterini görürsünüz, oraya gitmek istersiniz ama o ülkenin kumsallarına ayağınızı değdirdiğinizde hiç beklemediğiniz bir durumla karşılaşsınız. Kumsaldaki mercan ayağınızı keser ve siz o çok güzel görünen ülke hakkında bu deneyiminizi hatırlarsınız. Beni seyahat ettiğim ülkeler değil, orada yaşadığım olaylar etkiliyor. Birbirine benzemeyen birçok etkinliğe sahip olan Hindistan beni çok etkileyen yerlerden biridir.

### **Ülkemizde gizli kalmış ama size göre mutlaka görülmesi gereken yerler var mı?**

Türkiye konumu itibarıyla geçiş bölgesi olduğu için çok büyük bir zenginliği barındırıyor. Son dönemlerde keşfedilen veya hala keşfedilemeyen bir sürü esere sahip. Bugün Göbeklitepe tarihi 12 bin yıl öncesine kadar götürüyor. Tarihe ışık tutan çok önemli bir miras. Dünyanın en eski yerlerinden

stick men. What I can say to those who want to set off on a journey, is that they should have enough information about their destination. This is the most important point that distinguishes me from other people. I don't panic when I come across situations in the places I visit; because I have read, I have watched and researched. I have all the information I need to be ready for anything.

### **You're one of the best people to answer this question: do you think people who travel know the most, or those who read?**

Those who are knowledgeable do both - reading and travelling. In my opinion, to be knowledgeable a person has to do both. The person should be able to visualise the place in his or her head before travelling there. But by visualising, I don't mean just looking at a few photographs. Anyone who is planning to travel should research where they are going, read books and look at sources of information... They need to get all the information they can about the place they are visiting, so that they can make sense of it, get to know it better.

### **So, what can those who both read and travel do with the information they have?**

They can even direct the path of world history. Anabasis, is the oldest travel book of the age, and its author, Xenophon, shaped world history by describing Anatolia's geography in the 400s BC. I believe that everyone should read this book. It guided Aristotle, Alexander the Great, Mehmet the Conqueror and Atatürk.

### **Which of the countries you have visited has affected you the most?**

If you see a very attractive poster of a country, it makes you





olan ve en ilginç mağarası Yarımburgaz Mağarası İstanbul'da yer alıyor. Yozgat'ın Sarıkaya ilçesinde, 2 bin yıl öncesinden günümüze kadar mimari özelliğini kaybetmeden görseliğini koruyan Roma Hamamı da önemli ve yine görülmesi gereken değerler arasında bulunuyor.

### **Seyahatlerinizin size kattığı önemli yaşam değerleri oldu mu?**

Seyahatlerim sırasında kendimi keşfediyorum. Yaşadığım dünyayı ve insanları daha çok seviyorum. Zaten seyahat özünde insanın kendini keşfetmesidir. Ben de seyahat ettiğim yerlerde bana bırakılan kendi izimi arıyorum.

### **Uzun dönemler savaş bölgelerinde de çalıştınız. O yerler meslek hayatınızı nasıl etkiledi?**

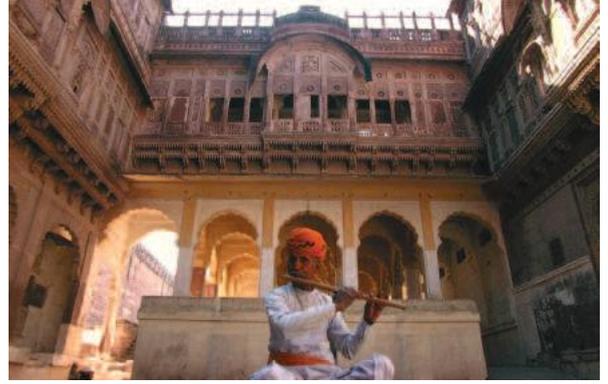
Gittiğim yerler insanların kaçtığı, travmaların çok olduğu, günlük hayatta acının ve şiddetin yoğunlaştığı yerlerdi. Oralarda insanı yaşadığı koşullarda fotoğrafladım. Savaş giden çok fazla olmadığı için de insanlar beni savaş muhabiri olarak tanıdı ama ben savaş muhabiri değilim. Doğru zamanda, doğru yerde olduğum için ortaya başarılı işler ortaya koydum. Ama bazı yerlerde makinemin olmamasından ve teknolojinin sınırlı olmasından dolayı hiçbir şey yapamadım. Şu anki telefonlar, 1970'lerde ve 1980'lerde bende olsaydı, dünyanın kaderini değiştirirdim.

### **Son olarak eklemek istediğiniz bir şey var mı?**

Yaklaşık 9 ay önce bir YouTube kanalı kurdum. "Coşkun Aral Anlatıyor" adını taşıyan belgesel kanalım da ciddi anlamda belgesel videoları var. Onları herkesin izlemesini canı gönülden istiyorum.

**“Şu anki telefonlar, 1970’lerde ve 1980’lerde bende olsaydı, dünyanın kaderini değiştirirdim.”**

**“If I had had the phones of today in the 1970s and 1980s, I would have changed the course of the world.”**



want to go there, but when you touch the sand on the beaches of that country you may encounter a completely unexpected situation. The coral on the beach cuts your foot and this is the experience you remember, about the country that looks beautiful. It's not the countries I travel to, but the events I've experienced there that affect me. India is one of the places that has impressed me with so many diverse experiences and things happening.

### **Are there any hidden places in our country, which you think should definitely be seen?**

Due to Turkey's location in a region, which has always been a thoroughfare, it harbours great riches. There are a lot of treasures, which have only just been discovered, or are still to be discovered. Today's Göbeklitepe dates back 12 thousand years; a very important heritage that sheds light on history. One of the world's oldest and most interesting caves is the Yarımburgaz Cave in Istanbul. In the Sarıkaya district of Yozgat, the Roman Bath, which has remained intact to the present day, for 2 thousand years, and still retains its architectural features, is also significant and worth seeing again.

### **Have your travels imparted important life lessons to you?**

I discover myself during my travels. I love the world I live in and its people even more. In fact, travel is the essence of self-discovery. I even look for clues to myself in the places to which I travel.

### **You also worked in war zones for long periods. How did those places affect your career?**

The places I went to were places from which people had escaped, where there was a lot of trauma, where pain and violence were concentrated in daily life. I photographed the conditions of people there. Since there weren't many people going to war zones, people knew me as a war correspondent, but I am not a war correspondent. Because I was in the right place at the right time I was able to accomplish successful work. But in some places I couldn't do anything because I didn't have my camera with me, or technology was limited. If I had had the phones of today in the 1970s and 1980s, I would have changed the course of the world."

### **Lastly, do you have anything you want to add?**

I set up a YouTube channel around 9 months ago. My documentary channel is called 'Coşkun Aral Anlatıyor' (Tales from Coşkun Aral) and has serious documentary videos. It's very important to me that everyone can watch them.

# Dört mevsim Karadeniz

## Four Seasons in the Black Sea

YAZI/TEXT: ÖZLEM KASA ORHANLI





**TR** Bazı coğrafyalar vardır her mevsimde ayrı bir çekiciliğe sahiptir. Yeşilin binbir tonunu barındıran Karadeniz bu tanıma en çok uyan coğrafyalar arasında yer alıyor. Yaz aylarının vazgeçilmez destinasyonları arasında olan Karadeniz, kış aylarında da eşsiz doğasıyla turizm açısından inanılmaz seçenekler sunuyor. Bu aylarda beyaza boyanan Karadeniz, yüksek rakımlı yayları ile dağ kayağı sevenlere keyifli alternatifler sunuyor.

### Kardan Adam Festivali, Ayder Yaylası'nı senlendiriyor

Uzun kayak pistlerine ve yüksek kapasiteli kayak tesislerine sahip olmasa da Gümüşhane'de Zigana Dağı'nda, Bayburt'ta ise Kop Dağı'nda birer kayak merkezi ve tesisleri mevcut. Yine Samsun Ladik'te bir kayak tesisi bulunuyor. Trabzon'daki Çakılğöl Kayak Tesisi ise henüz inşaat aşamasında. Mevcut kayak tesislerinin kapasiteleri küçük olduğu için bölge halkına yetmiyor ama bölge halkı kendisine keyifli seçenekler yaratmayı başarmış. Örneğin yüksek yaylalarda gerçekleştirilen dağ kayağı, kayakseverler için çok keyifli bir alternatif. Yine yaylalarda yapılan festivallerde kızakla veya bölgeye has araçlarla kaymak da ayrı bir keyif veriyor.

Örneğin her yıl sömestr tatili arasında Ayder Yaylası'nda gerçekleştirilen Kardan Adam Festivali yoğun ilgi görüyor. 2-3 gün süren bu festivale Türkiye'nin her yerinden insanlar geliyor. Son derece eğlenceli olan bu festivale katılanlar, lastik şambrelleriyle veya botlarıyla kayıyor, horon tepip, bol bol Karadeniz yemekleri yiyorlar. Bu festival bölge turizmine de hareketlilik kazandırıyor. Kış olduğu için kapalı olan otel ve restoranlar bu kısa dönemde yeniden açılıyor ve otelcisinden restorancısına herkes memnun kalıyor.

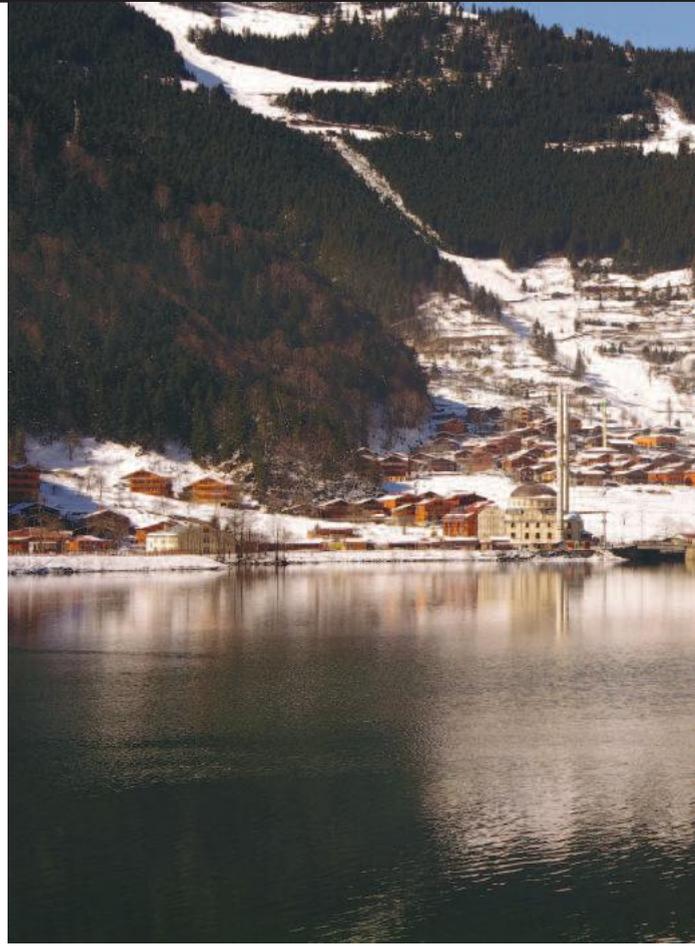
### Karadeniz'de doğanın uyanışı bambaşka bir şölen sunuyor

Bakir doğası nedeniyle fotoğrafçıların uğrak noktalarından biri olan Karadeniz coğrafyası, ciğerlerinize kadar işleyen temiz havası ve yürüyüş rotalarıyla yürüyüş gruplarının da gözde keşifleri arasında. Foto safari turlarında hem trekking yapıyor hem de fotoğraf çekebiliyorsunuz. Doğanın uyandığı ve yeniden bezendiği bahar aylarında Karadeniz, ziyaretçilerinin karşısına bambaşka bir yüzle çıkıyor. Yeniden doğuşun en güzel örneklerini ilkbaharda sunan Karadeniz, zengin bitki örtüsü, ender çiçek türleriyle tam bir görsel şölen sunuyor.

### Bahar aylarını fotoğrafçıların kaçırmaması gerekiyor

Karadeniz'in yaylarında ve dağlarında keşfedilecek birçok bitki türü meraklılarını bekliyor. Tüm çiçeklerin açtığı, binlerce endemik türü içeren bitki örtüsünün uyandığı bu dönem, fotoğraf çekmek isteyenler için kaçırılmaması gereken fırsatlar sunuyor. Bu aylarda Karadeniz yaylarına rengini veren Mavi Yıldız çiçeği özellikle Trabzon'daki Kadıralak Yaylası'nı maviye boyuyor.

Çat Vadisi'nde ise bambaşka bir telaşla orman güllerinin, yani halkın deyimiyle rengarenk komarların devri başlıyor. 2400 tür bitki barındıran Karadeniz'de baharla birlikte sade-



**EN** There are some landscapes, where each season has its own distinct appeal. The Black Sea, which boasts a thousand shades of green, is one of the landscapes best fitting this definition. The Black Sea, which is an irresistible destination in the summer months, offers incredible options for tourists in the winter months with its unique natural beauty. The Black Sea, which is painted white throughout these months, offers pleasant alternatives for downhill skiers with its high altitude thermal springs.

### The Snowman Festival celebrates the Ayder Plateau

Although it does not have long ski slopes and high-capacity ski facilities, there is a ski resort and facilities in Gümüşhane on Zigana Mountain and in Bayburt on Kop Mountain. There is also a ski resort in Ladik, Samsun. The Çakılğöl Ski Resort in Trabzon is still under construction. Due to the small capacity of the existing ski facilities, they are not sufficient for the people of the region, but the locals have succeeded in creating fun alternatives. For example, although alpine skiing is a very enjoyable choice for ski lovers, it is a different feeling altogether to sledge or try out one of the traditional regional alternatives at festivals held on the plateaux.

For example, the Snowman Festival, held on the Ayder Mountain Plateau every year, attracts a lot of interest. People from all over Turkey come for this festival, which lasts 2-3 days. Participants of this festival, which is great fun, slide down on the



inner tubes of tyres or rubber dinghies, dance the horon and eat plenty of Black Sea food. This festival also livens up the region's tourism. The hotels and restaurants that are closed for winter are reopened for this short period and everyone is happy, from the hotelier to the restaurateur.

### **The awakening of nature in the Black Sea brings a completely different celebration**

Due to its pristine nature, the Black Sea landscapes are one of those places loved by photographers, where you can fill your lungs with fresh air. They are also a favourite for walking groups who love the routes and trekking paths. Taking a photo safari tour allows you to combine trekking with taking pictures. In the spring, when nature awakens, restored to life, the Black Sea offers its visitors a completely different face. The Black Sea is one of the most beautiful examples of spring awakening, offering a complete visual feast with its rich flora and rare flower species.

### **Photographers should not miss the spring months.**

Many species of plant are waiting to be discovered in the high plateaux and mountains of the Black Sea. For those who want to take photos, this period, when all the flowers open, and the vegetation, including thousands of endemic species, awakens, offers unmissable opportunities. In these months, the Black Sea plateaux are given colour by the Blue Star flowers, that paint them blue - especially the Kadıralak Plateau in Trabzon.

In the Çat Valley, rhododendrons or what the local people call brightly coloured forest roses, are in a hurry to bloom. The Black Sea is home to 2400 species of plants, not just rhododendrons, but also many other endemic species, which appear in spring. Those who want to go rambling, those who want to see different and endemic plant species and photography clubs are all beating a path to the Black Sea during this period.

### **The taste of autumn in the Black Sea is something else**

The forests, high plateaux and natural environment of the Black Sea have a fascinating beauty in the autumn months. In the summer, the forests are covered with a thousand and one shades of green, which turn in autumn into every shade of green and yellow, creating an incredible vista. In the autumn, the sun reflects the most generous face of the Black Sea. The region, which spends most of the summer in the rain, meets with the warm face of the sun in autumn and the green trees start to turn yellow. Nature's festival of colour is experienced during this period.

### **The healing waters of the Black Sea are also waiting to be discovered**

Another unknown aspect of the Black Sea is its healing waters. They may not be the capital of thermal waters like Afyonkarahisar, but Rize, Ladik and Havza, still get many visitors to their thermal spas. Investments continue in this area. Once they are completed, it seems that hot springs will be an important draw in winter. For now, it is the people of the region who benefit from these healing waters, but those who hear of them or know about these hot springs do come to the region too.

ce orman gülleri değil, birçok endemik tür de görücüye çıkıyor. Doğa yürüyüşü yapmak isteyenler, farklı ve endemik bitki türlerini görmek isteyenler, fotoğraf kulüpleri bu dönemde tutuyor Karadeniz'in yolunu.

### **Karadeniz'de sonbaharın tadı bir başka**

Karadeniz ormanları, yaylaları ve doğası sonbahar aylarında büyüleyici bir güzelliğe kavuşuyor. Yazın yeşilin binbir tonuyla kaplanan ormanları, sonbaharda sarıyla yeşilin tüm tonlarını buluşturarak hayranlık uyandıran bir manzaraya dönüşüyor. Sonbaharda güneş en cömert yüzünü yansıtıyor Karadeniz'de. Yaz aylarını ağırlıklı olarak yağmurla geçiren bölge, sonbaharda güneşin sıcak yüzüyle kavuşuyor ve yemyeşil olan ağaçlar sararmaya başlıyor. Doğadaki renk şöleni de bu dönemde yaşanıyor.

### **Karadeniz'in şifalı suları da keşfedilmeyi bekliyor**

Karadeniz'in bir başka bilinmeyen yönü de şifalı suları. Afyonkarahisar gibi termalin başkenti olmasa da Rize, Ladik ve Havza'da bulunan kaplıcalara giden çok sayıda insan var. Bu alanda da yatırımlar devam ediyor. Tamamlandığında kış aylarında kaplıcalar da önemli bir uğrak yeri olacak gibi görünüyor. Şimdilik bölge insanı bu şifalı sulardan yararlanıyor ancak bu kaplıcaları duyan veya bilenler de bölgeye geliyor.

### Karadeniz'de alternatif çok

Aslında doğaya özlem duyan kent insanının Karadeniz'de keşfedeceği çok yer, deneyimleyebileceği çok şey var. Mesela Karadeniz'de kışın da kültür turu yapılabildiğini biliyor muydunuz? Veya farklı bir heyecan yaşamak için dağ kayağı yapabileceğiniz rotalara katılabileceğinizi... Karadeniz'de alternatif olarak trekking, ekipli yürüyüş, dağ kayağı yapabilirsiniz. Uzun bir yürüyüşten sonra hem yayla evlerinde konaklayabilir hem de Karadeniz yemeklerinin tadına doğal ortamında varabilirsiniz.

### Karadeniz yemekleri her mevsim çok güzel

Kendine has mutfağıyla Türkiye çapında haklı bir ünü bulunan Karadeniz, son yıllarda yükselişe geçen gastronomi turizmi alanında ciddi bir potansiyel barındırıyor. Bölgeye gelenler, balık yemeklerinden sebze yemeklerine, pidesinden kuymağına kadar Karadeniz'e has bu lezzetleri tatmadan dönmüyor. Ancak söz konusu lezzetleri biraz daha görünür kılacak, festival türü çalışmalar da gerekmiyor değil. Bu konuda ulusal ve uluslararası festivaller imdada yetiştirilebilir.

### Yeni turizm trendlerinde gastronomi başrolde

Köy ve yaylalarda bulunan ev pansiyonlarında kalarak hem köy hayatını yaşamak hem Karadeniz yemeklerini öğrenmek hem deneyim yaşamayı içeren turlar yapmak pekala mümkün. Üstelik seyahat acentaları bu alandaki potansiyeli görerek turlar düzenlemeye başladılar bile. Giresun, Ordu, Rize, Artvin ve Trabzon'un köylerinde düzenlenen bu turları kültür turuyla da buluşturan acentalar, kışın düzenledikleri bu turlarla bölge insanına da katkı sağlıyorlar. Deneyim yaşamayı amaçlayan bu turlar, yeni turizm trendleri arasında yer alıyor ve oldukça ilgi görüyor.

### Bölge turizmüne değer katacak festivaller gerekli

Deneyim yaşamayı içeren gastronomi turlarının bölge turizmünü canlandıracağını belirten TÜRSAB Başkan Yardımcısı Bedirhan Bayka, eşsiz bir doğaya sahip olan Karadeniz'de turizmi 12 aya yaymanın çok önemli olduğunu vurguluyor. Bu noktada kışın yapılabilecek aktivitelere özel bir önem atfeden Bayka; Karadeniz'de kayak, doğa yürüyüşleri, foto safari, gastronomi turizmi gibi unsurlara dikkat çekiyor. Kışın ve bahar aylarında düzenlenecek festivallerle Karadeniz'e ilgiyi artırmak gerektiğini düşünen Bedirhan Bayka; "Bölgemizde kış aylarında yapılacak bir balık yemekleri festivali, bölge turizmüne değer katar" diyor.

### Kışın Karadeniz turları çok uygun

Yazın ciddi talep gördüğü için Karadeniz'de çok sayıda otel ve restoran yapıldığını ve bu tesislerin kışın atıl kaldığını dile getiren Bayka, önemli bir noktaya vurgu yapıyor: "Yazın uçak biletleri çok yüksek fiyatla satılıyor. Ama kışın otobüs bileti fiyatına düşüyor. Trabzon'a her gün İstanbul, Ankara, İzmir, Adana, Antalya, Bursa'dan uçak seferi bu-

### The Black Sea offers many alternatives

*In fact, there is a lot to discover and experience in the Black Sea for the city-dweller who longs for nature. For example, did you know that a cultural tour can be done in the Black Sea in the winter? Or for a different type of thrill you can take part in downhill skiing... The Black Sea is an alternative for trekking, rambling in groups and downhill skiing. After a long walk, you can stay in the houses on the plateaux and taste the Black Sea dishes in a natural environment.*

### The food of the Black Sea is wonderful in every season

*The unique cuisine of the Black Sea, which has an enviable reputation throughout Turkey, holds significant potential for the field of gastronomy tourism, which has been on the rise in recent years. Those who come to the region do not return without tasting the Black Sea specialties, from fish dishes to vegetable dishes, from pitta bread to kuymak, (bread made with corn flour and cheese), each has its own delicious flavour. It couldn't hurt for there to be some more festivals so that these flavours become better known! National or international festivals could help out here.*

### Gastronomy plays the leading role in new tourism trends

*It is perfectly possible to stay in guesthouses in the village and plateaux to experience village life, learn about Black Sea food and participate in tours. Moreover, travel agencies have seen the potential in this area and begun to organise tours. These tours organised in the villages of Giresun, Ordu, Rize, Artvin and Trabzon by cultural tour agencies benefit the people of the region, since they are organised in winter. These experiential tours are one of the new trends in tourism and are attracting great interest.*

### Festivals are needed to add value to the tourism of the region

*TÜRSAB Vice President Bedirhan Bayka, emphasised that gastronomy tours including experiential elements would revive regional tourism. He said that it was very important that the tourism season was extended to 12 months in the Black Sea, which has a unique natural environment. In this respect Bayka, attached special importance to the activities that can be done in the winter, highlighting Black Sea activities such as: skiing, nature walks, photo safari and gastronomy tourism. Bedirhan Bayka believes that it is necessary to increase interest in the Black Sea by holding festivals in the winter and spring. He said: "Holding a fish and seafood festival in the winter in this region, would add value to the region's tourism."*

### Winter is very convenient for Black Sea tours

*Mr. Bayka emphasised that many hotels and restaurants had been built in the Black Sea because they are in serious demand in the summer and that these facilities remain idle in the winter. He highlighted an important point: "In the*



TÜRSAB Başkan Yardımcısı Bedirhan Bayka  
TÜRSAB Vice President Bedirhan Bayka

lunuyor. Otel fiyatları da kışın çok düşüyor. Yazın 5 yıldızlı bir otelde 150 euroya aldığınız odayı, kışın 40 euroya alabiliyorsunuz. Dolayısıyla kışın Karadeniz’de çok uygun fiyata inanılmaz deneyimler yaşayabileceğiniz bir tatil yapabilirsiniz.”

### **Her mevsimin ayrı tadı var**

Kendisi Trabzonlu olan TÜRSAB Başkan Yardımcısı Bedirhan Bayka, Karadeniz’e kış ve bahar aylarında gidilmesini özellikle tavsiye ediyor. Karadeniz’e ulaşımın artık çok kolay olduğuna işaret eden Bayka; “Trabzon, Ordu, Giresun havalimanlarının ardından Rize bölgesine de havalimanı yapılıyor. Karadeniz’in turizm açısından çok ciddi bir potansiyeli var. Kışın ayrı, bahar aylarında ise ayrı güzellikler barındırıyor. Her mevsimin kendine göre bir tadı var. İnsanların bu güzellikleri gelip görmesi gerekiyor. Ancak bizlerin de bölgemizin bu farklı yönlerini daha iyi tanıtmamız gerekiyor. Ben fırsat buldukça Karadeniz’e giderim. Yaylalara çıkarım, yürüyüş yaparım. Karadeniz yemekleriyle hasret gideririm. Dinlenip, enerji toplayıp gelirim. Kışın hem daha sakin oluyor hem de fiyatlar daha uygun” diyor.

Sadece Türkiye’nin değil, dünyanın da en güzel köşelerinden biri olan Karadeniz, kış mevsiminde de çok güzel. Tavsiyemiz; Karadeniz’e gitmek için yaz aylarını beklemeyin! Şimdiden bu güzellikleri daha yakından tanımak, muhteşem lezzetleri tatmak, ciğerlerinize temiz havayla doldurmak için rotanızı Karadeniz’e çevirin.

*summer, flight tickets are very expensive. But in winter they are as cheap as bus tickets. There are flights every day to Trabzon from Istanbul, Ankara, Izmir, Adana, Antalya and Bursa. Hotel rates are also a lot cheaper in the winter. In summer you pay 150 Euros for a room in a 5-star hotel, but in winter you will only pay 40 Euros. So in winter you can have an amazing holiday experience in the Black Sea at a very affordable price.”*

### **Each season has its own distinct flavour**

Bedirhan Bayka, Vice President of TÜRSAB, who is also from the Trabzon region, especially recommends visiting the Black Sea during the winter and spring months. Pointing out that access to the Black Sea is now very easy, Bayka said: “In addition to Trabzon, Ordu and Giresun, an airport is also being built in the Rize region. The Black Sea has serious potential for tourism. It is home to a different beauty in the winter, and different again in the spring. Every season has its own flavour. People need to come and see this beauty. However, we need to promote these different aspects of our region better. When I get the chance, I go to the Black Sea. I go up to the plateaux; I go walking. I long for Black Sea food. I come to rest and restore my energy. In winter it is quieter and the prices are more reasonable.” he said.

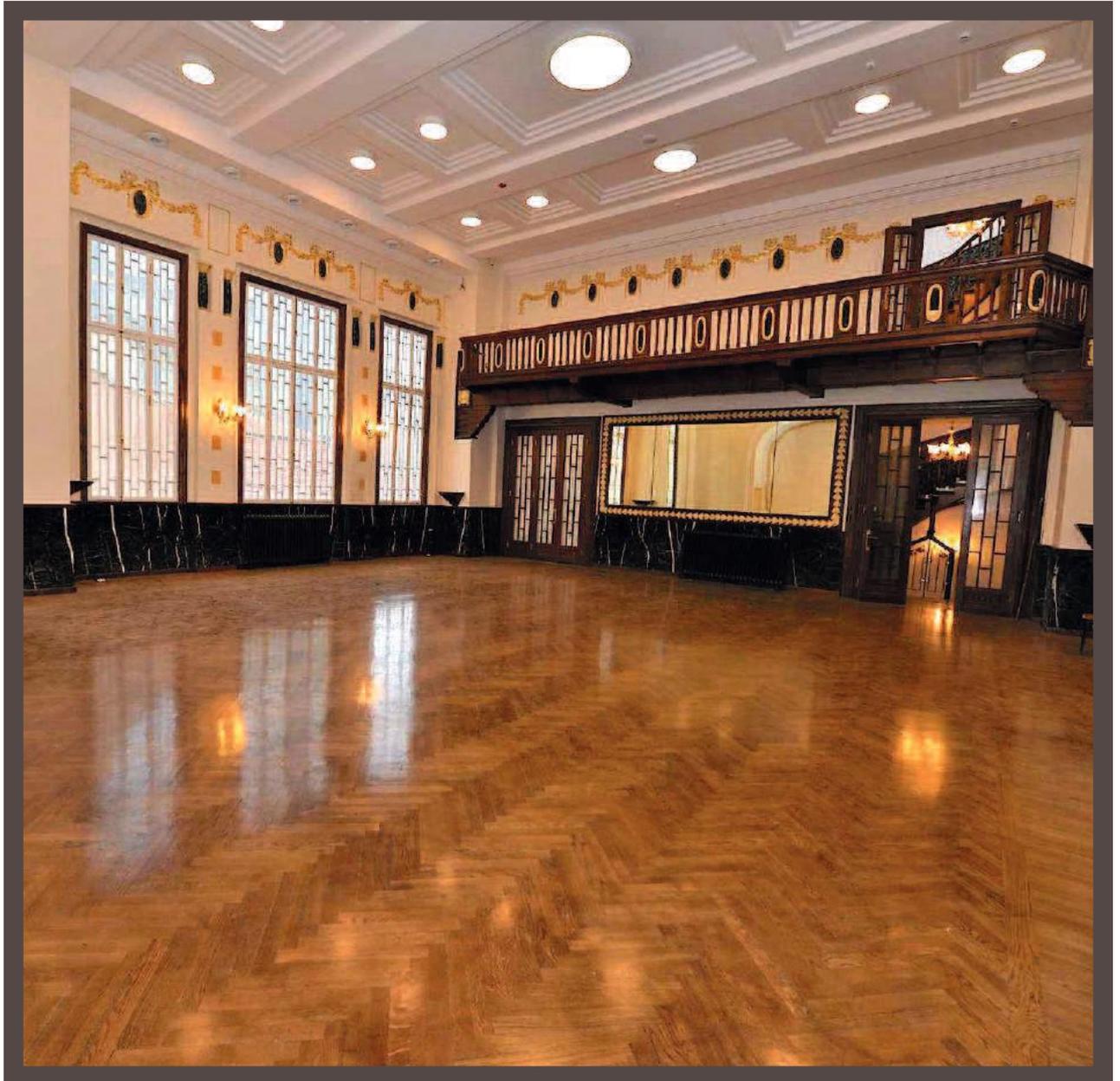
*The Black Sea is not just one of the most beautiful parts of Turkey in the winter, but one of the most beautiful in the world. Our advice: Don’t wait for the summer to go to the Black Sea! Visit the Black Sea to get to know these beauties better, to taste great flavours, to fill your lungs with fresh air.*

# TÜRSAB, Casa Garibaldi'yi İstanbul'a kazandırdı

## Through TÜRSAB, Istanbul regains Casa Garibaldi

*Beyoğlu'ndaki 134 yıllık Casa Garibaldi binasını restore eden TÜRSAB, binanın işletmesini 10 yıllığına üstlenerek binayı hizmete açtı.*

*TÜRSAB restored the 134-year-old Casa Garibaldi building in Beyoğlu and opened it for service, with the right to manage it for 10 years.*





**TR** TÜRSAB tarafından büyük bir bütçe harcanarak, emek verilerle restore edilen ve İstanbul'un kültür sanat hayatına yeniden kazandırılan Casa Garibaldi, çeşitli etkinlik ve organizasyonlara ev sahipliği yapacak. Casa Garibaldi binası, seyahat acentaları, turizm sektöründe hizmet veren kurum ve kuruluşlar tarafından kültürel amaçlı kullanılacak.

### **Casa Garibaldi, eski günlerine geri döndü**

Yapımı 1885 yılında tamamlanan Beyoğlu'ndaki Casa Garibaldi binası, uzun yıllar İstanbul'da yaşayan İtalyanların toplanma alanı olarak kullanıldı. 2012 yılında İtalyan Vakfı ile TÜRSAB arasında imzalanan protokolle, tarihi binanın yeniden kent yaşamına kazandırılması için restorasyon çalışmaları başlatıldı. 2017 yılında aslına uygun bir şekilde restorasyonu tamamlanan bina ile TÜRSAB, başta Birliğe üye olan acentalar olmak üzere turizm sektörüne fayda sağlamayı hedefliyor.

Yapılan restorasyonun ardından İstanbul'un kültür, sanat, etkinlik ve sosyal mekanları arasına katılan Casa Garibaldi binası, eski günlerde olduğu gibi İstanbul'a değer katmaya, canlılık getirmeye devam edecek.

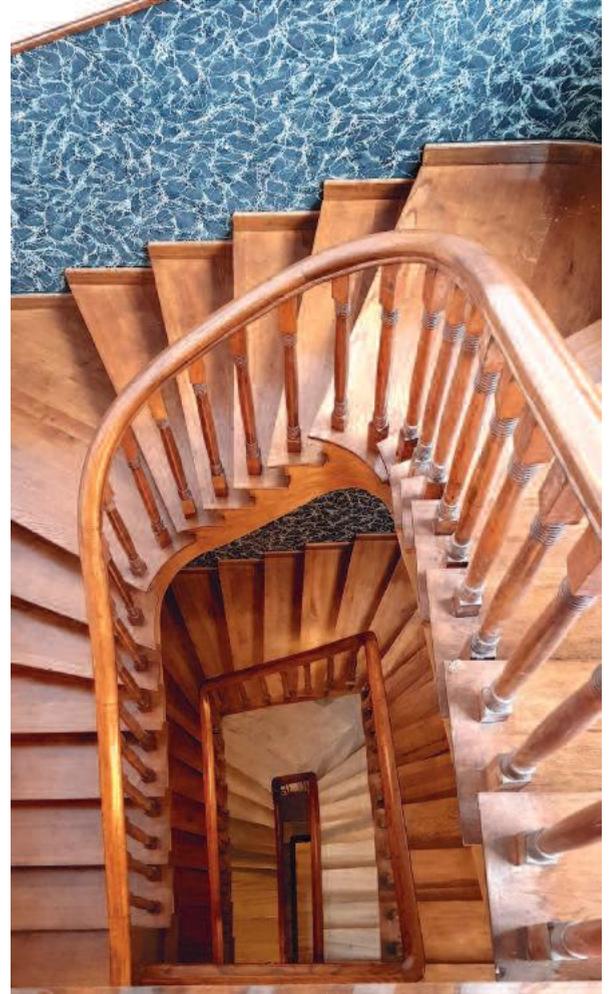


**EN** TÜRSAB spent a considerable budget and much effort restoring Casa Garibaldi and allowing it to regain its place in Istanbul's cultural and artistic life, opening it to various events and organisations. The Casa Garibaldi building opened its doors to be used for cultural purposes by travel agencies and organisations serving the tourism industry.

### **Casa Garibaldi returns to its former life**

The construction of the Casa Garibaldi Building in Beyoğlu, was completed in 1885, and was used for many years as the gathering place for Italians living in Istanbul. In 2012, with the agreement signed between the Italian Foundation and TÜRSAB, restoration works were started to restore the historic building to its place in city life. The work to restore the building was completed in 2017, in a way befitting the original, and TÜRSAB aims to use it to benefit the tourism industry, and particularly the agencies which are members of the Association.

Following its restoration, the Casa Garibaldi building, which takes its place amongst Istanbul's cultural and artistic events and social venues, will continue to play a valuable role and bring vitality to Istanbul as it did in the old days.



## Tarihi bina orijinalliğini koruyor

**TR** Casa Garibaldi'nin restorasyon sürecinin başında bulunan projenin koordinatörü, sanat tarihçisi Dr. Sedat Bornovalı, İstiklal Caddesi Deva Çıkmaşı'nda yer alan binanın adeta kül-lerinden yeniden doğduğunu belirtiyor. İtalyan İşçi Yardım-laşma Derneği tarafından yaptırılan, adını da İtalya Birliği'nin kurucusu Giuseppe Garibaldi'den alan tarihi binanın, TÜRSAB tarafından büyük bir bütçe harcanarak ve emek ve-rilerek restore edildiğini belirten Bornovalı, şu bilgileri verdi; "Binanın restorasyonunda, yapının her noktasının kullanılabi-lik olması ve işlevselliğin geçmişe zarar vermemesi amaçlandı. Bodrum ve çatı katlarının yanı sıra, giriş, orta kat ve 9 metre tavanlı tiyatro salonuyla bina aslına uygun bir şekilde restore edildi. Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulu'nun onay-ıyla binanın tümüne dışardan erişim sağlayan bir asansörle yapı zenginleştirildi. İtalyan işçiler tarafından ithal malzemey-le yapılan bazı süslemeler yine İtalya'dan gelen malzeme ve ustalarla bire bir yenilendi."

## The historic building retains its authenticity

**EN** The project's co-ordinator of the restoration process of Casa Garibaldi, art historian, Sedat Bornovalı states that the building located in Deva Çıkmaşı, İstiklal Caddesi, was reborn from its ashes. The building, which was built by the Italian Workers' Aid Association and named after Giuseppe Garibaldi, the founder of the Italian Union, was restored by Bornovalı by spending a considerable budget and a great deal of effort. He gave the following information: "During the restoration of the building our aim was for every aspect of the work to be practical but that functionality should not cause damage to the past. Alongside the basement and attic floors, the building has been restored in accordance with its original structure with its entrance, middle floor and theatre hall with its 9-metre-high ceiling. With the approval of the Council for the Protection of Cultural and Natural Assets, the building was enriched with an elevator that provides access to all. Some decorations made by Italian workers with imported materials were renewed once again by experts and materials brought from Italy."



## İstanbul tarihine ışık tuttu

**TR** Dr. Sedat Bornovalı koordinatörlüğünde yürütülen restorasyon sırasında, 2014 yılında tesadüfen bir mezarlık keşfedildi. İstanbul tarihi için büyük önem taşıyan bu mezarlığın M.S. 335 yılına ait olduğu ve en azından 540 yılına kadar kullanımının devam ettiği, Karbon-14 testleriyle kanıtlandı. Yapının altında, M.S. 1200'den 20. yüzyıla uzanan ve katmanlar halinde bulunan çok sayıda çanak ve çömlek örnekleri olduğu da verilen bilgiler arasında yer aldı.



## Sheds light on Istanbul's history

**EN** During the restoration, under Dr. Sedat Bornovalı, in 2014 a cemetery was discovered by chance. This cemetery, which is of great importance for the history of Istanbul, was proved by Carbon-14 tests to have been dated to 335 AD and to have been in use until at least 540. Amongst the information given was that underneath the building, there were many examples of pottery and earthenware found in layers dating from 1200 AD to the 20th century.



## Dünden bugüne Casa Garibaldi...

**TR** İtalyan işçilere destek olmak amacıyla kurulan İtalyan İşçi ve Yardımlaşma Derneği'ne ait Casa Garibaldi binasının temeli 134 yıl önce atıldı. 1863'te kurulan İtalyan İşçi Yardımlaşma Derneği'nin aldığı arsada yapımına 1884'te başlanan bin metrekarelik Casa Garibaldi binası, 1885'te tamamlandı. Ocak 1910'da kapsamlı bir çalışmayla restore edilen bina, 100 küsur yıldır el değmeden varlığını korudu. Kuruluşundan itibaren özellikle en parlak dönemi olan 1920'lerde dernek lokalinde çok sayıda konser, dans gösterisi ve opera gibi etkinlikleri ağırlayan bina, 1960'larda İstanbul'daki İtalyanların azalmasıyla birlikte bu işlevini kaybetti. Bunun yerini ise belli aralıklarla düzenlenen sergi ve tiyatro gösterileri aldı. 2005 yılında düzenlenen 9. İstanbul Bienali'nin ev sahiplerinden biri oldu. Günümüzdeyse TÜRSAB tarafından restorasyonu tamamlanan tarihi bina, seyahat acentaları ve turizm sektöründe hizmet veren kurum ve kuruluşlar tarafından kültürel amaçlı kullanılmaya devam edecek.

## Casa Garibaldi from the past to today...

**EN** The foundation of the Casa Garibaldi building, which was founded by the Italian Workers and Solidarity Association, was laid 134 years ago. In 1863 the Italian Workers' Aid Association bought the land, and the construction of the Casa Garibaldi building, which was one thousand metres square, started in 1884 and was completed in 1885. The building, which was restored in January 1910 with extensive work, remained intact for 100 years. From its construction and especially in the most dazzling period of the 1920s, the building hosted many events in the association's headquarters such as concerts, dance performances and operas but it lost its function in the 1960s with the decline of the Italians in Istanbul. This was replaced intermittently by exhibitions and theatre performances. In 2005, it was one of the host buildings of the 9th Istanbul Biennial. Today, following completion of the restoration of the historic building by TÜRSAB; it will continue to be used for cultural purposes by travel agencies and organisations serving the tourism sector.

# Turizm hukuku; hukukçu için turizm, turizmci için hukuk!

## Tourism law: for lawyers it's tourism; for those working in tourism it's law!

**TR** Hayat dayatır! İnsan, hayatın dayattıklarını üretir. Hayatın dayattıklarına ihtiyaç denir. İhtiyaçlar giderilmek zorundadır; ama doğru ama eksik veya yanlış her ihtiyacın karşısına bu ihtiyacı giderdiği iddia edilen bir ürünle çıkılır. Sistem, yeni ihtiyaçlar ve yeni ürünler üzerinden kendini sürdürür. Hâlbuki insanın temel ihtiyaçları değişmezdir; beslenmek, barınmak, üremek... Bu temel ihtiyaçların karşılanması ile ilgili öyle ürünler ortaya konulur ki altındaki temel ihtiyaç unutulur, o ihtiyaç temel ihtiyaçmış gibi algılanır. Beslenme ihtiyacını karşılayan ürünlere bakınca gördüğümüz manzara ilginçtir; suyu ikame eden ürünler her geçen gün çeşitlenir, gazlı içecekten kefire bir dolu içecek hayatımızı doldurmuş durumdadır.

### Hukukun kaynağı

Toplumların da temel ihtiyaçları değişmez; bir arada yaşamayı sağlayan sistem en temel ihtiyaçtır. Bu ihtiyacı karşılayan, insan tarafından üretilmiş en kapsamlı ve etkili ürün; hukuktur. İnsanların bir arada ve bir sistem içinde yaşamaya başladıkları andan itibaren hukuk var olmuştur. Duyulan ihtiyacı gidermek üzere ortaya çıkan hukuk; mülkiyetten aile kavramına, devletten şirkete bir dolu yapıyı oluşturmuştur. Ancak hayat her zaman hukukun önünde gitmek durumundadır. Önce internet icat edilir, sonra internette ticaret ve bu işlerde çıkan sorunlar oluşur. Mevcut hukuk kuralları internette çıkan sorunları çözemez ya da doğru, hızlı ve etkin çözemez hale gelince, bu sorunları çözen ve akabinde bu sorunların doğmaması için bu alanları düzenleyen hukuk kuralları birbiri ardına düzenlenir. Bir bakarız; bilişim alanını düzenleyen kurallar kendi başına ayrı bir hukuk alanı oluşturmuş, buna da bilişim hukuku demişiz...

**EN** *Life imposes something! People take what life has imposed and produce something. The things that life imposes are called demands or needs. Demands must be met; whether it's right or wrong, for every demand a product comes out which attests to that demand. The system maintains itself through new demands and new products. However, the basic needs of man are immutable: nutrition, shelter, reproduction... So many products are brought out related to meeting these basic needs that the basic need underneath is forgotten, the demand is perceived as the basic need. When we look at the products that meet the need for nutrition, the landscape we see is interesting: every day more diverse products are brought out as substitutes for water, from fizzy drinks to kefir, our life is completely full of beverages.*

### Source of law

*The basic needs of societies do not change; the system that provides for coexistence is the most basic need. This is the most comprehensive and effective product manufactured by humans to meet this need: it is the law. Law has existed from the moment people began to live together in a system. The law that emerged to address this need developed into a full structure: from property to the concept of family, from the state to the company. However, life always has to go before the law. First, the internet is invented, then there is trade on the internet and problems occur in this trade. When the existing legal rules cannot solve the problems on the internet or cannot solve them correctly, quickly and effectively, the rules of law which fix these problems and which regulate these areas to prevent these problems, are arranged one after another. We'll take a look: the rules regulating the field of information have created a separate legal field on its own and we have called it IT law...*

## Turizm hukuku nedir?

İnsan, gelişebilmek için merak dürtüsü ile donanmıştır. Merakın peşinden giderek keşiflere, icatlara ulaşılır. İnsanın gelişimi ihtiyaçlarının da gelişimine neden olur. Turizm, merakın giderilmesini, tatminini temel alan bir endüstri halini alınca bu alandaki ilişkiler de mevcut temel tedarik ilişkilerinden ayrılan özellikler kazanmıştır. Turizm, her şeyden önce konusu soyut olan bir ticari ilişkiler yumağıdır. Çünkü, ortaya konulan tüm turizm ürünlerinin en temel ögesi zamandır. İçinde zamanın yer almadığı bir turizm ürünü mevcut değildir. Zaman, bir ürünün temel unsuru olunca stoklanamayan, depolanamayan, ikame edilemeyen, gerçek anlamda tazmin edilmeyen özellikte ürün ortaya çıkar. Turizm ürünü, ticarete konu olduğunda içindeki zaman olgusu sebebiyle, soyut ve bir dolu ihtimale dayanması nedeniyle belirsizliklerin yönetilmesini gerektirir. Mal ya da başka hizmet sektörleri için şekillenmiş hukuk kuralları ile turizm ticaretini yürütmek, bu alanda doğan sorunları çözmek mümkün olamamaktadır. Hele ki hukukun ülkelerin egemenlik alanları içinde anlam ve değer kazandığı düşünülürse, büyük boyutlu ülkeler arası bir hareketi oluşturan turizm ticaretine özgü sorunların çözümü için özel düzenlemelere ihtiyaç olması kaçınılmazdır... İhtiyaç varsa bunun giderilmesi gerekir demiştik; işte bu ihtiyacı gidermek üzere uzun zamandan bu yana gerek ülkeler arası alanlarda gerekse ülkelerin kendi egemenlik alanlarında özel düzenlemeler yapılmıştır. Turizmin yapılanmasını, şekillenmesini, gelişimini düzenleyen, turizme özgü sorunları çözen hükümler topluluğu kendi başına bir alanı oluşturacak kadar büyüünce buna bir ad verildi: Turizm Hukuku!

Turizm Hukuku, tüm modern zamanlarda ortaya çıkan hukuk alanları gibi içinde hem devletle ilişkileri yani kamu hukukunu, hem de ticari ilişkileri yani özel hukuku barındıran bir karma hukuk dalıdır. İçindeki özel hukuk alanları; ticaret hukuku, borçlar hukuku, milletlerarası özel hukuk gibi turizmle ilgili konularda turizme özgü bir dolu düzenlemeye konu olmaktadır. Yukarıda sözü edilen zaman unsurundan kaynaklanan soyut olma hali ya da bir başka deyişle 'hayal ticareti' hukukun turizm için önemini ve değerini artırmaktadır.

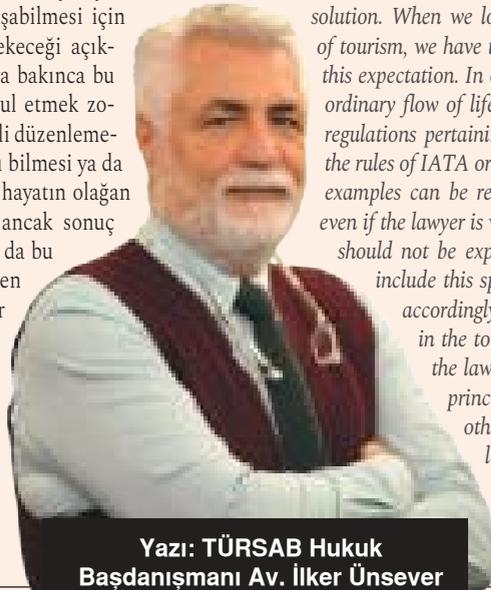
Turizm ticaretinin ihtiyaçlarını karşılamak üzere oluşmuş bir alanda çalışan hukukçunun, doğru bir çözüme ulaşabilmesi için neredeyse bir turizmci kadar turizmi bilmesi gerekeceği açıktır. Turizm kavramının içinde yer alan uygulamalara bakınca bu beklentinin karşılanmasının çok zor olduğunu kabul etmek zorundayız. Öyle ya, hukukçunun sağlık turizmi ile ilgili düzenlemelere hâkim olması ve aynı zamanda IATA kurallarını bilmesi ya da yat turizmi konusuna hakim olmasının beklenmesi hayatın olağan akışına uygun değildir. Bu örnekler çoğaltılabilir ancak sonuç değişmez, turizm alanında çalışan bir hukukçu olsa da bu alanı kapsayan, her biri kendine özgü kuralları içeren uygulamaları anlaması ve buna göre hukuki çözümler üretmesi beklenmemelidir. Peki, ne yapmalı? Turizmci, en azından temel meselelerde hukukçulara yol, yön gösterecek kadar, kendi göbeklerini kesecek kadar hukuk bilgisine sahip olmalıdır. Bir başka deyişle; turizm hukuku, en az hukukçular kadar belki de onlardan ziyade turizmciilerin ilgilenmesi gereken bir hukuk alanıdır.

## What is tourism law?

In order to progress, human beings are equipped with curiosity. Discoveries and inventions are reached by following curiosity. It also leads to the development of human development needs. When tourism becomes an industry based on the removal of worry and on satisfaction, relationships in this field have also gained characteristics separate from existing basic supply relationships. Tourism is, above all, a mass of business relations that is abstract. Because the most basic element of all tourism products which is offered is time. There is no tourism product in which time is not included. When time is a key element of a product, a product emerges with the property that it cannot be stored, put away, replaced, and cannot in any real sense be compensated. The tourism product, in terms of trade, requires the management of ambiguity since, due to the time element, it is abstract and, due to the fact that it is based on full expectations, it is uncertain. It is not possible to carry out the tourism trade with the rules of law, which are shaped for goods or other service sectors, and to solve the problems arising in this field. Especially considering that the law has gained meaning and value within the sovereignty of countries, it was inevitable that special arrangements would be needed to solve the problems specific to tourism trade, which constitutes an inter-country movement with large dimensions. In order to meet this need, special arrangements have been made in both the international areas and in the areas within countries' own sovereignty. When the community of provisions that regulated the structure, formation and development of tourism; which solves the problems specific to tourism; became big enough to create an area of its own, it was given a name: Tourism Law!

Tourism Law, as in all branches of law that have arisen in modern times, is a branch of mixed law encompassing both relations with the state i.e. public law, and commercial relations i.e. private law. Within its fields of private law it is subject to a wide range of tourism-specific arrangements in tourism related matters such as commercial law, law of obligations, and international private law. The abstract nature resulting from the aforementioned time element or, in other words, the 'trade in dreams' increases the importance and value of the law for tourism.

It is obvious that a lawyer working in a field that is formed to meet the needs of the tourism trade needs to know as much about tourism as a worker in the tourism sector in order to reach the correct solution. When we look at the practices within the concept of tourism, we have to accept that it is very difficult to meet this expectation. In other words, it is not possible within the ordinary flow of life to expect a lawyer to be aware of the regulations pertaining to health tourism and also to know the rules of IATA or to have mastery of yacht tourism. These examples can be reproduced, but the result is unchanged, even if the lawyer is working in the field of tourism, he or she should not be expected to understand the practices that include this specific area and produce legal solutions accordingly. So, what can be done? Those working in the tourism sector should know enough about the law to guide lawyers with at least the basic principles, enough to show them the way. In other words, tourism law should be of at least as much interest to those working in tourism as it is to lawyers, perhaps even more so.



Yazı: TÜRSAB Hukuk  
Başkanı İlker Ünsever  
Text: TÜRSAB Chief Legal  
Advisor İlker Ünsever

“ Seyahat acentalarının yüzde 70’i dijital teknolojinin ve teknoloji yatırımlarının turizm sektörü için yüksek seviyede pozitif getiri sağlayacağını düşünüyor.  
“70 per cent of travel agencies believe that digital technology and technology investments will provide a high level of positive return for the tourism industry.” ”

*TÜRSAB, Türkiye Bilişim Vakfı ile iş birliği yaparak “Seyahat Acentaları Dijital Dönüşüm Raporu”nu yayınladı. Ernst and Young Türkiye tarafından hazırlanan rapordan öne çıkan başlıkları sizler için derledik.*

*TÜRSAB has worked together with the Turkish Information Foundation to publish the: “Travel Agencies’ Digital Transformation Report”. We have compiled the main highlights of the report, prepared by Ernst and Young Turkey, for you.*

# Turizm sektörü dijitalleşme yol haritasını belirledi

## The tourism sector establishes the roadmap for digitalisation

“Seyahat acentalarının yüzde 51’i müşterilerinin dijital hizmet alma beklentilerinin yüksek olduğunu belirtiyor.”  
“51 per cent of travel agencies say their customers have a high expectation of receiving digital services.”

**TR** Dönüştürücü bir etkiye sahip olan teknolojik gelişmeler, dünyada çalışma prensiplerini de temelinden sarsıyor. Günümüzde işletmeler, hükümetler ve bireyler geçmişte hayal edilemeyecek nitelikte değişimlerle karşı karşıya. Yapay zeka ve robotik süreç otomasyonu, iş gücünü ve çalışma biçimlerini yeniden şekillendirirken, drone'lar ve sürücüsüz otomobiller, tedarik zincirine ve lojistiğe bakış açısını değiştiriyor. Dijital inovasyonun bir sonraki dalgası - yapay zeka, robotik ve blockchain - uzun süredir güvenli olarak görülen faaliyetleri de dönüştürecek benziyor.

## Turizm sektörünü etkileyen dijital trendler

Geleceğin çalışma dünyasını etkileyecek yıkıcı etkiler, turizm sektörünü de dijital dönüşüme yönlendiriyor. Turistler farklı kanallardan kişiselleştirilmiş deneyim yaşamak isterken, bu deneyim içerisinde gelişen teknolojinin de kullanımını talep ediyor. Amadeus tarafından 2017 yılında yapılan bir araştırmaya göre seyahat edenlerin yüzde 57'si, markaların bilgilerini kişisel tercihlerine veya geçmişteki davranışlarına göre uyarlaması gerektiğini düşünüyor. Seyahat acentalarının, müşterisinin kişisel seyahat deneyimlerini tercihlerine göre şekillendirmesi, müşteri memnuniyetini artırıyor. Araştırmalara göre seyahat edenlerin yüzde 36'sı bu acentaların sunacakları hizmetlere daha fazla ödeme yapabiliyor.

Teknolojik gelişmeler, gezginlerin tercihlerine dayalı olarak arama sonuçlarının optimize edilmesine ve sürekli olarak geliştiren algoritmalar sayesinde kişiselleştirmesine imkan sağlıyor. Öte yandan çok kanallı müşteri deneyimini yönetmek için farklı kanallar kullanılıyor. Bunlardan bazıları sosyal medya, arama motoru bazlı pazarlama, blog siteleri, dijital medya ve fiziksel kanallar oluşturuyor. Müşterilere bu kanallar aracılığı ile gerçek zamanlı pazarlama yapabiliyor. Bununla birlikte müşterilerin dijital deneyimlere yönelik artan tutkusunu, fiziksel kanal yöneticilerini mağazalarında teknoloji ile birlikte dijital deneyimler sunmaya itiyor.

## Mobil teknolojilerin önemi artıyor

Müşteri deneyimi içerisinde mobil teknolojilerin önemi gün geçtikçe artıyor. Tur ve etkinlikler için yapılan rezervasyonların 2020'ye kadar yüzde 75 artacağı düşünülüyor. Mesajlaşma platformlarının kullanımının giderek yaygınlaştığı dünyada yapay zeka robotları ile mesajlaşma trendi de giderek artıyor. Birçok teknoloji devi bu konuda yatırım yapıyor. Turizm sektörü içerisinde chatbotların kullanımı genel olarak başlangıç seviyesinde olsa da, sektör oyuncuları, bu teknolojik gelişmenin operasyonlarda maliyet düşürme, satış artırma ve yeni satış kanalı olarak potansiyeli olduğunu görüyorlar. Google tarafından yapılan bir araştırmaya göre, seyahat edenlerin yaklaşık 3'te 1'i uçuş, otel, gidilecek noktada yapılacakları araştırma ve rezervasyon konularında dijital asistanları kullanıyor.

Turizm sektöründe nesnelerin interneti, artırılmış ve sanal gerçeklik, blockchain uygulamaları da giderek önem kazanıyor. Sektör içerisinde farklı uygulama alanlarına sahip bu teknolojilerin ilerleyen yıllarda kullanımının artması bekleniyor. Seyahat acentalarına yönelik yapılan dijitalleşme anketi çalışmasına göre, her 10 acentadan 7'si dijital teknolojinin ve teknolojik yatırımların turizm sektörü ve firmaları için yüksek derecede pozitif katkı sağlayacağını düşünüyor ve ankete katılan firmaların yüzde 73'ü dijitalleşmenin rekabette öne çıkmak için önemli bir unsur olduğunu belirtiyor.

**EN** Technological developments, which have a transformative effect, shake the foundations of working practices throughout the world. Today, businesses, governments and individuals face changes that were unimaginable in the past. While artificial intelligence and robotic process automation reshape the workforce and working patterns, drones and driverless cars are changing the way we look at the supply chain and logistics. The next wave of digital innovation - artificial intelligence, robotic and blockchain - appears to be transforming activities, upon which we have long relied.

## Digital trends affecting the tourism sector

The influences, which are having a disruptive effect on the working world of the future, are leading the tourism sector towards digital transformation. Whilst tourists want to enjoy an experience, which has been personalised in different ways, they also demand that developing technology should play a part in this experience. According to a survey conducted by Amadeus in 2017, 57 per cent of travellers think brands should adapt their knowledge to personal preferences or past behaviour. Travel agencies, who customise travel experiences according to customers' personal preferences, see an increase in customer satisfaction. According to research, 36 per cent of travellers are prepared to pay more for the services these agencies offer.

Technological developments allow travellers to optimise their search results based on their preferences, thanks to continuously developing algorithms. On the other hand, different channels are used to manage the multi-channel customer experience. Amongst these are social media, search engine based marketing, blog sites, digital media and physical channels. It is possible to market to customers in real time, through these channels. Together with customers' growing passion for digital experiences, this pushes physical channel managers to provide digital experiences with technology in their stores.

## The importance of mobile technologies is increasing

In terms of customer experience, the importance of mobile technologies is increasing day by day. Reservations for tours and events are expected to increase by 75 per cent by 2020. In a world where the use of messaging platforms is becoming increasingly widespread, the trend for messaging through artificial intelligence robots is growing. Many technology giants are investing in this. Whilst the use of chatbots within the tourism sector is generally still in its initial stages, industry players see that this technological development has the potential to reduce costs, increase sales, and open new sales channels. According to a study by Google, about 1 in 3 travellers use digital assistants for research and booking of flights and hotels in the destinations to which they are travelling.

In the tourism sector, the Internet of things, enhanced and virtual reality and blockchain applications are becoming increasingly important. Within the sector, the use of these technologies, with different areas of application, is expected to increase in the coming years. According to the digitalisation survey conducted amongst travel agencies, 7 out of 10 agencies think that digital technology and technological investments will make a positive contribution to the tourism sector and firms, and 73 per cent of surveyed firms say that digitalisation is an important element for competitive advantage.



**TR** Dijitalleşmenin iş sonuçlarına katkısını sağlayabilmek adına şirketlerin ürün ve kârlılık odaklı yapıdan müşteri odaklı yapıya geçmesi gerekiyor. Müşterinin beklentilerini ve problemlerini anlayabilmek için veri temelli yaklaşımın benimsenmesi ve verinin ticari amaçlarla kullanılabilmesi için hukuki boyutlarının gözetilmesi diğer önemli unsurlar arasında yer alıyor.

### **Turizm verisi neden önemli?**

Teknolojik gelişmelerle birlikte elde edilen büyük veriyi kullanılabilir hale getirmek ve işlemek turizmde akıllılığın temellerini oluşturuyor. Bu sebeple turizmde faaliyet gösteren şirketler için bilhassa müşteri verilerinin analizini stratejik planlarının bir parçası yapmak vazgeçilmez bir unsur haline geliyor. Global oyuncuların yanı sıra Türkiye’de faaliyet gösteren seyahat acentalarının büyük bir çoğunluğu (yüzde 74) veri odaklı olmayı rekabette farklılaşmak ve müşterilerine değer yaratmak için kritik bir temel taşı olarak görüyor.

Türkiye’de seyahat acentalarının yüzde 76’sı hizmet verdikleri müşterilerin bilgilerini sistemsel olarak tutuyor ve sahip oldukları bu verileri operasyonlarında kullanıyor. Yapılan araştırmaya göre seyahat acentalarının yüzde 69’unun ellerindeki müşteri verisini pazarlama ve satış aktivitelerini geliştirmek ve planlamak, yüzde 58’inin mevcut ve yeni hizmet türleri geliştirmek, yüzde 40’ının ise müşterilerinin deneyimini iyileştirmek amacıyla kullandığı görülüyor.

### **Turizm X.0**

Teknolojik altyapı ve gelişmekte olan teknolojiler ile desteklenmiş turizm stratejileri ve müşteri deneyimleri geleceğin turizm sektörü olarak tanımlanan Turizm X.0 tanımını ortaya çıkarıyor.

Turizm X.0, nesnelerin interneti, artırılmış ve sanal gerçeklik, yapay zeka, robotik, blockchain gibi yeni teknolojilerin turizm sektörünü destekleyecek şekilde kullanılması ulaşılabilecek seviyeyi ifade ediyor. “Turizm Sektörü Dijitalleşme Yol Haritası Çalıştayı” kapsamında katılımcı acentalar, gelişmekte olan teknolojilerin 5 yıl içerisinde süreçlerine ve hizmetlerine yüksek etkisi olacağını belirtti. Acentalar ile gerçekleştirilen anket çalışması sonuçlarına göre acentalar, bu teknolojilere yönelik yeterli bilgi sahibi olmadığını belirtiyorlar. Anket katılımcılarının yüzde 84’ü dijital trendleri çevrim içi yayınlardan (forum, newsletter, e-dergi vb.), yüzde 64’ü ise sektör içi veya sektör dışı yorumlardan takip ediyor.

Öte yandan acentalar, gelişmekte olan teknolojilere düşük seviyede yatırım planlanıyor. Acentaların yüzde 45’i dijitalleşme yatırımlarında finansal kaynak tahsisi konusunda engeller ile karşılaştığını, yüzde 34’ü ise insan kaynağının yetkinliği konusunda güçlük yaşadığını belirtiyor.

**EN** In order to ensure that digitalisation contributes to business results, companies need to move from product- and profit-oriented structures to a customer-oriented structure. Other important elements include the adoption of a data-based approach in order to understand customer expectations and issues, and observing the legalities around data used for commercial purposes.

### **Why is tourism data important?**

Together with technological advances, getting the available big data to a point where it can be used and processed will establish the foundations of intelligence in tourism. For this reason, it is becoming crucial for companies operating in tourism to analyse customer data as part of their strategic plans. In common with global industry players, a large majority of travel agents operating in Turkey (74 per cent) see being data-driven as a critical building block for competitive differentiation and for creating value for customers.

76 per cent of travel agencies in Turkey systematically store the data of their customers and use this data in their operations. According to the survey, 69 per cent of travel agencies use their customer data to develop and plan their marketing and sales activities, 58 per cent use it to develop existing and new kinds of services, and 40 per cent use it to improve their customer experience.

### **Tourism X.0**

Tourism X.0 has emerged as the concept which defines the tourism sector of the future, where technological infrastructure and emerging technologies are supported by tourism strategies and customer experience.

Tourism X.0 allows a level to be reached where the tourism industry is supported in the use and on-going development of new technologies such as the Internet of things, enhanced and virtual reality, artificial intelligence, robotics and blockchain. Agencies which participated in the “Tourism Sector Digitalisation Roadmap Workshop” stated that developing technologies will have a high impact on their processes and services within 5 years. According to the results of the survey conducted amongst agencies, agencies do not have enough knowledge about these technologies. 84 per cent of the respondents follow digital trends from online publications (forum, newsletter, e-journal, etc.) and 64 per cent of them follow comments made within the industry or in other industries.

On the other hand, agents are planning a low level of investment in emerging technologies. 45 per cent of the agencies said that they faced financial obstacles to investing in digitalisation, whilst 34 per cent said they had difficulty due to the competency of their people.

# M.I.C.E. sektörü İstanbul'da buluştu

## The M.I.C.E. sector met in Istanbul



***Türkiye'nin ilk ve tek kongre, toplantı, etkinlik endüstrisi fuarı ACE of M.I.C.E. Exhibition by Turkish Airlines, değişen yüzüyle altıncı defa uluslararası global M.I.C.E. endüstrisini İstanbul'da ağırladı. TÜRSAB'ın da desteklediği fuar, M.I.C.E. sektörünün nabzını tuttu.***

***ACE of M.I.C.E. Exhibition by Turkish Airlines is Turkey's first and only convention, meeting and events industry fair. It hosted the ever-changing global M.I.C.E. industry in Istanbul for the sixth time. The fair, which was also supported by TÜRSAB, took the pulse of the M.I.C.E. sector.***

**TR** TÜRSAB'ın da desteklediği 6. ACE of M.I.C.E. Exhibition by Turkish Airlines, bu yıl 20 - 22 Şubat tarihleri arasında İstanbul Kongre Merkezi'nde 'Connecting Dots' mottosuyla düzenlendi. Üç gün süreyle iş, etkinlik ve eğlence dünyasını bir araya getiren fuara, Türkiye'nin en kapsamlı B2B etkinliği olan fuarın isim sponsoru Türk Hava Yolları ile beraber yürüttüğü 'Uluslararası Hosted Buyer Programı' kapsamında 41 ülkeden 250 satın alıcı ve 500'ün üzerinde yerel profesyonel katıldı.

6. ACE of M.I.C.E. Exhibition by Turkish Airlines, 20 Şubat günü açılış seremonisi ile başladı. Açılış konuşmalarında; KKTC Turizm ve Çevre Bakanı Fikri Ataoğlu, İstanbul Vali Yardımcısı Ahmet Hamdi Usta, Türkiye Seyahat Acentaları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Firuz Bağlıkaya, Tanıtma Genel Müdür Yardımcısı Vekili Onur Gözet'in de bulunduğu çok sayıda kamu ve sektör yöneticisi söz aldı.

### **Volkan Ataman; "6 yıldır ACE of M.I.C.E.'la nitelikli turizme katkı sağlıyoruz"**

ACE of M.I.C.E. Exhibition by Turkish Airlines'ın açılışında konuşan fuarın düzenleyicisi Turizm Medya Grubu Başkanı Volkan Ataman; "Büyük bir çaba ve emekle, her yıl Türkiye ve global M.I.C.E. sektörünü bir araya getirerek, ülkemiz ekonomisine büyük ölçüde katkı sağlıyoruz. Bu yıla hazırlanırken, en büyük motivasyonumuz ülkemizin ve sektörümüzün bu alanda kalkınmasını sağlamaktır. Son altı yıldır, ACE of M.I.C.E. fuarıyla nitelikli turizme büyük oranda katkı sağlıyoruz" dedi.

**EN** The 6th ACE of M.I.C.E. Exhibition by Turkish Airlines, which was also supported by TÜRSAB, was held from 20th-22nd February at the Istanbul Congress Centre, under the slogan: 'Connecting Dots'. The exhibition, which brought together the worlds of business, events and entertainment, continued over three days. The fair is Turkey's most comprehensive B2B event. As part of its 'International Hosted Buyer Programme', which is run with the fair's title sponsor, Turkish Airlines, more than 250 buyers from 41 countries and over 500 local professionals attended.

The 6th Ace of M.I.C.E. Exhibition by Turkish Airlines started with an opening ceremony on 20th February. Amongst those taking the floor at the opening speeches were: TRNC Minister of Tourism and Environment, Fikri Ataoğlu, Istanbul Deputy Governor, Ahmet Hamdi Usta, Association of Turkish Travel Agencies Chairman of the Executive Board, Firuz Bağlıkaya, Representative of the Deputy Director of the Department of Promotions, Onur Gözet, and many other representatives of the public and private sectors.

### **Volkan Ataman; "For 6 years ACE of M.I.C.E. has been contributing to quality tourism"**

Speaking at the opening of Ace of M.I.C.E. Exhibition by Turkish Airlines, the President of Tourism Media Group, which organised the exhibition, Volkan Ataman, said: "With hard work and a great effort, every year we bring together the Turkish and global M.I.C.E. sector, which makes a big contribution to our country's economy. Whilst preparing for this year, our greatest motivation was to ensure the development of our country and our sector in this field. For the last six years, we have been make a big contribution to quality tourism with the ACE of M.I.C.E. fair."

## Firuz Bağlıkaya; "M.I.C.E., turizm gelirinin artırılmasında kilit role sahip"

ACE of M.I.C.E. Exhibition by Turkish Airlines fuarının açılışında söz alan TÜRSAB Başkanı Firuz Bağlıkaya ise konuşmasında kongre turizminin Türkiye turizmindeki önemine değindi. Bağlıkaya, şunları dile getirdi: "Bu etkinliğin, dünya kültür mirasının parçası eşsiz güzelliklere sahip İstanbul'da düzenlenmesi ayrı bir mutluluk. Hepimizin amacı; turizmde yakaladığımız ivmeyi sürdürerek, ülkemizi dünya turizminde çok daha üst sıralara taşımak. 2019 yılında hedeflere ulaşacağımıza, hatta bu hedefleri pozitif yönde revize edeceğimize inanıyoruz. Turist sayısını artırmanın yolunun sezon uzatmak ve destinasyon artırmaktan geçtiğini nasıl biliyorsak, turizm gelirimizi bulunduğu seviyelerden yukarılara çıkarmanın yolunun, turistin otel dışı harcamalarının yükseltilmesi ve niş segmentlerdeki turist sayısının artırılmasından geçtiğini de biliyoruz. M.I.C.E.; golf, kruvaziyer, sağlık, spor, yat, gastronomi segmentlerinin başında geliyor. M.I.C.E. sektörü, turizm gelirlerinin artırılmasında kilit role sahip. Yapılan araştırmalar mevsim sınırlaması olmayan bu segmentte seyahat gerçekleştirenlerin, kitle turizmine göre 3 kat daha fazla harcama yaptıklarını ortaya koyuyor. Tarihi, kültürel ve doğal güzellikleri, otelleri, kongre merkezleri ve profesyonel sektör temsilcileri ile her türlü etkinliğe ev sahipliği yapacak çok önemli bir potansiyele ve altyapıya sahibiz. M.I.C.E. sektörünün istediğimiz ivmeyi yakalayabilmesi için uluslararası ses getirecek organizasyonları yeniden ülkemize kazandırmamız gerekiyor. Bu amaç ile biz, TÜRSAB olarak her türlü proje, çalışma ve iş birliğine hazırız ve elimizden geleni yapmaya çalışıyoruz. Bu yıl, kasım ayında İstanbul'da gerçekleştirilecek olan Best Event World Festivali'ne ev sahipliği yapacağız. Kongre turizmini canlandırmak adına atılan önemli bir adım olan bu etkinlik, Yaratıcı Etkinlikler ve Uygulama Derneği (YEPUD) ve TÜRSAB'ın gayretleriyle ülkemize kazandırıldı. TÜRSAB olarak, bu yıl 6'ıncı kez düzenlenen, sektörün temsil edildiği ACE of M.I.C.E. Exhibition by Turkish Airlines Fuarı'nı da çok önemsiyor ve destekliyoruz."

## Fuar renkli etkinliklere sahne oldu

Fuar kapsamında ayrıca bir dizi etkinlik gerçekleştirildi. 20 Şubat akşamı 550 kişinin katılımıyla PORTAXE'da gerçekleşen gala yemeğinde; uluslararası ve yerel katılımcılar, hosted buyer'lar ve konuşmacılar aynı masa etrafında bir araya gelerek bağlantı ve görüşmelerini pekiştirdiler. Aynı günün akşamı Uluslararası Hosted Buyer'ların ve konuşmacıların katılımıyla gerçekleşen boğaz turuyla profesyonel rehberler eşliğinde İstanbul destinasyonu uluslararası katılımcılara tanıtıldı. Fuarın ikinci günü olan 21 Şubat'ta ise fuar katılımcıları Beşiktaş Dorock XL'de düzenlenen bir partide bir araya geldi. Partide video mapping şov, müzik grupları, DJ ve dans performansları sergilendi.

## Firuz Bağlıkaya; "M.I.C.E. has a key role to play in increasing tourism revenue"

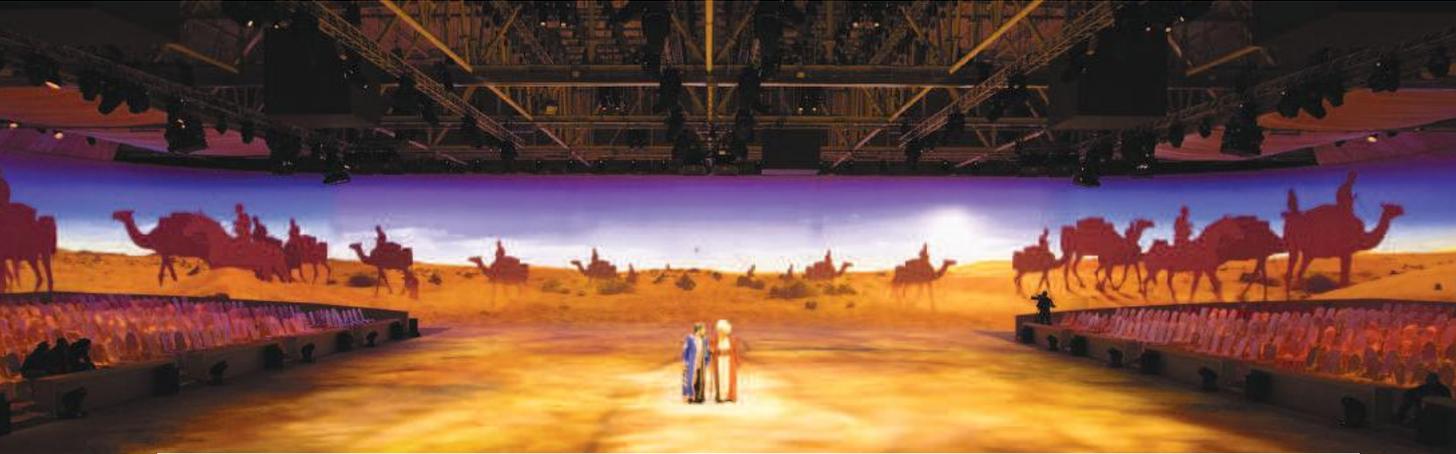
TÜRSAB Chairman, Firuz Bağlıkaya, spoke at the opening of ACE of M.I.C.E. Exhibition by Turkish Airlines, highlighting the importance of congress tourism to Turkish tourism. Bağlıkaya expressed the following; "I am especially happy that this event is taking place in

Istanbul, which is a part of world cultural heritage, and a place of unique beauty. We all have the same goal, of sustaining the momentum in tourism, carrying our country to even higher levels in world tourism. We believe that we will achieve the targets for 2019 and even be able to revise these targets in a positive way. In the same way as we know that the way to increase the number of tourists is to extend the season and increase the number of tourist destinations; we also know that the way to increase tourism revenue above its current levels, is to increase the amount which tourists spend outside hotels and increase the number of tourists in niche markets. Foremost of these markets are M. I. C. E, golf, cruise, health, sports, yachting and gastronomy. The M.I.C.E. sector has a key role to play in increasing tourism revenue. Research shows that those who travel in this sector are not limited by seasonality, and that compared to mass tourism, they spend 3 times more. With our historical, cultural and natural wealth, hotels, congress centers and professional sector representatives, we have a very important potential and the infrastructure to host all kinds of events. In order for the M.I.C.E. sector to gain the momentum we want, we need to bring back organisations and events to our country which draw international attention. We at TÜRSAB, are doing everything we can to reach this goal and are prepared to take on all kinds of projects, joint work and cooperation. This year, we will host the Best Event World Festival in Istanbul in November. This activity, which is an important step taken to stimulate congress tourism, was brought to our country with the efforts of the Creative Activities and Implementation Association (YEPUD) and TÜRSAB. As TÜRSAB, we support and recognise the importance of the ACE of M.I.C.E. Exhibition by Turkish Airlines Fair which has been organised for the 6th time this year.

## The fair was the scene of colourful events

There were also a number of events which took place as part of the fair. At the gala dinner held at PORTAXE for 550 people on the evening of February 20th; international and local participants, hosted buyers and speakers gathered around the same table to chat and consolidate their connections. In the evening of the same day, the International Hosted Buyers and speakers took part in a Bosphorus Tour hosted by professional guides, who introduced Istanbul as a destination to the international participants. On the second day of the fair, on 21 February, the fair participants gathered at a party held in Beşiktaş Dorock XL. Video mapping shows, music groups, DJ and dance performances were showcased at the party.





## Yurt dışına açılan Türk firmaları yaptığı etkinliklerle turizme de katkı sağlıyor

The activities of Turkish companies, which have opened abroad, also contribute to tourism

**TR** Turizm sektörüne doğrudan ve dolaylı olarak katkıda bulunan Türk firmaları, yurt dışında ses getiren etkinlik ve organizasyonlara imza atıyor. Bu firmaların gerçekleştirdiği etkinlikler turizm sektörüne de katkı sağlıyor.

Etkinlik ve organizasyon alanında yaptıkları çalışmalarla yurt dışına açılan Türk firmaları, ardi ardına gerçekleştirdikleri başarılı çalışmalarla Türkiye'nin adını yurt dışına taşıyorlar. Bu firmalardan biri olan TemaCC, üç yılda gerçekleştirdiği 158 etkinlik ve konser ile ülke tanıtımına önemli katkılarda bulundu.

İstanbul, Ankara, Los Angeles, Londra, Vancouver'da bulunan ofisleri ve profesyonel ekibinin gerçekleştirdiği uluslararası etkinliklerle adını duyuran TemaCC; içerik üretimi, teknik ve operasyon alanlarında hizmet veriyor. Uluslararası açılış-kapanış törenleri, uluslararası konferanslar, dünyaca ünlü sanatçılar ile konserler ve expo açılışları düzenlediklerini belirten TemaCC CEO'su Taylan Özcan, ilerleyen günlerde yapacakları büyük sürprizlerle hem firmalarını hem de Türkiye'yi daha da geniş kesimlere duyurmayı hedeflediklerini açıkladı.

### Türk firmaları dünyaya açılıyor

Yaklaşık 18 yıldır aynı alanda faaliyet gösterdiklerini dile getiren Özcan, "Eskiden uluslararası ihalelerde Türkiye'den gelen bir etkinlik ajansını görmek çok da mümkün değildi. Şu an dünyanın büyük açılış seremonilerinin ihalelerinde ülkemizi temsil etmek için gayretli bir çaba içindeyiz. Bir Türk firması olarak yaptığımız çalışmaların uluslararası alanda ödüle layık görülmesi bizi motive etti" diye konuştu.

**EN** Turkish companies are putting their names to events and organisations abroad, which contribute both directly and indirectly to the tourism sector. The activities of these companies also contribute to the tourism sector.

Turkish companies, which open abroad, carry Turkey's name overseas, spreading its reputation through the events and activities which they organise, on top of the successful work which they do. TemaCC, which is one of these companies, made significant contributions to the promotion of the country with 158 events and concerts in three years.

TemaCC, which has made its name through its international events with international offices in Istanbul, Ankara, Los Angeles, London and Vancouver, provides services in the areas of content production, technical and operational skills. TemaCC's CEO Taylan Özcan, explains that they have arranged international opening and closing ceremonies, international conferences, concerts and expo openings with internationally-recognised artists and says that in the coming days they have lots of surprises in store, which aim to advertise both the company and Turkey to an even wider audience.

### Turkish companies open to the world

Özcan has been operating in this area for around 18 years and says: "In the past it wasn't really possible to see an events agency from Turkey in an international tender. We are now working hard to represent our country in tenders for the world's grand opening ceremonies. The fact that as a Turkish company our work was deemed worthy of an international award motivated us," he said.



dualipa  
Antalya, Turkey



asudeearada, tulusoy34 ve 942.928 diğer kişi beğendi  
dualipa Antalya last night. Thank you 🌟 14.08.2018  
🇹🇷 ❤️ // shot by @pixielevinson  
3.281 yorumun tümünü gör

## Özcan: Kültür ve sanat etkinlikleri turizmi besliyor

### Özcan: Culture and arts activities feed tourism

**TR** Özcan, kültür ve sanat etkinliklerinin turizmi hareketlendiren en önemli faktörlerin başında geldiğini belirterek şöyle devam etti; "Dünyaca ünlü sanatçıların konserlerini binlerce kişi takip ediyor. Ancak bunların yanı sıra örneğin ünlü İngiliz sanatçı Anne Marie'nin baklavayı milyonlara iştahla duyurması, Dua Lipa'nın dönere olan ilgisinin milyonlar tarafından izlenmesi, Antalya'nın güzelliklerinin sosyal medyadan paylaşılmasının ülke turizmi için çok değerli olduğunu düşünüyorum. Bunun yanı sıra, 2017'de Kristal Elma Yaratıcılık Festivali için ülkeye getirdiğimiz Aamir Khan'ın İstanbul'u gördükten sonra ülkesine döndüğünde gönderdiği mektup da çok önemliydi. Zira aynı şekilde Sir. Elton John, 2016'da yaşanan kötü olaylar sonrasında Türkiye'nin tamamen yanında olduğunu, konsere gelmek için sabırsızlandığını söyleyen bir mektup yazmıştı. Türkiye turizminin tanıtımını dünyaca ünlü yapımcılar ile dünyanın geneline duyurmamızın yeni süreçte gerekli olduğunu düşünüyorum. Bu misyona katkı sağlamak adına elimizden geleni karşılıksız yapacağımızı da sizlerin aracılığıyla belirtmek isterim."



**EN** Özcan stated that culture and arts activities were the most important factors to invigorate tourism. He continued: "Thousands of people follow the concerts of world-famous artists. But in addition to this if, for example, the famous British artist Anne Marie says that she craves baklava or Dua Lipa loves döner, then it is watched by millions, or if the beauties of Antalya are shared on social media then I believe that is very valuable for our country's tourism. In addition, the letter sent by Aamir Khan when he returned to his country after seeing Istanbul, when we brought him to the country in 2017 for the Crystal Apple Festival of Creativity was very important. In the same way, after the bad events experienced in 2016, Sir. Elton John wrote a letter saying that he was completely on the side of Turkey and eager to come to the concert. I think we need to see this as a new process, whereby the promotion of tourism in Turkey can be announced to the whole world by world-famous producers. I would like to state through you that we will do everything possible to contribute to this mission."

Yurt dışı destinasyon / Overseas destination





Rengi solmayan bir masal:

# HİNDİSTAN

A never-fading  
Fairy tale **INDIA**

*Hindistan, bir hayat dersidir. Binlerce yıldır olduğu gibi bugün dahi, bu topraklarda, hâlâ öğrenciler gurularını dinler. Her festival ya da kutlamanın ardında derin bir felsefe ve inanış vardır. Hinduların gözünde, her insan yeryüzünde bir gezgin ya da hacıdır. Bütün bir yaşam, aslında ruhani aydınlanma peşinde bir yolculuktur...*

*India is a life lesson. As they have for thousands of years, still today, in this land, students listen to their gurus. There is a deep philosophy and belief behind every festival or celebration. In the eyes of the Hindus, every human being is a traveller or pilgrim on earth. The whole of life is actually a journey in pursuit of spiritual enlightenment...*

**YAZI/TEXT:** DENİZ YILDIRIM  
**FOTOĞRAFLAR/ PHOTOS:** YUSUF TUVİ

**TR** Hindistan gerçekten de hiçbir destinasyona benzemez, nevi şahsına münhasırdır. İnsanı "turist" olmaktan çıkarıp kendine özgü dinamiğiyle öylesine yoğurur ki, yaşama ve aydınlanmaya kafa yormamak elde değildir. İster aydınlanma yolunda, isterseniz de bu masalsi diyarın keyfine varabilmek için, işte size, her koşulda rengi solmayan bu ülkeyi anlama kılavuzu...

### Yaşamı kutlayın

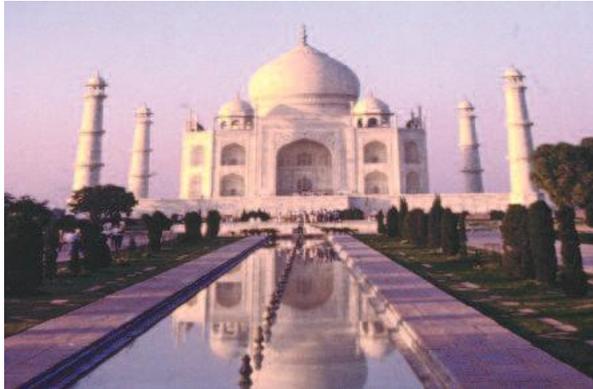
Hindistan'da, 2 bin 500 km boyunca yol alan Ganj Nehri üzerinde, Varanasi'den daha kutsal bir yer olmadığına inanılır. Hindular, bu ödünç beden yakılmazsa ruhun yeryüzünden ayrılmayacağına inanırlar. Bu nedenle günün 24 saati dumanlar yükselen Varanasi adeta dev bir ölü yakma alanıdır. Cenazeler, eski kentin sokaklarında bambu sedyelerde, çiçeklerle süslenmiş, kumaşa sarmalanmış bir şekilde dolaştırılarak kutsal Ganj'a kadar taşınır, son bir kez nehrin sularına daldırılıp çıkarılır ve yakıldıktan sonra küller Ganj'a savrulur. Hindular, ölümü yalın ve doğal bir şekilde kabullenmiştir. Onlar için doğru yerde ölmek, doğru bir hayat sürdürmüş olmak kadar önemlidir.

Güneş yaşam verendir ve ilk ışıkları değerlidir. Birçok kadın, erkek ve çocuk rengarenk yerel giysileriyle, yükselen güneşi selamlar. Birçoğunda sadece yıkanılan ancak bazılarında ölümlerini yakıldığı ghatlar boyunca yapılacak bir yürüyüşte de Hindistan'ın en renkli ve canlı görüntüleri yakalanabilir; çamaşır yıkayanlar, yoga yapanlar, kriket oynayanlar, masaj yaptıranlar, çiçek satanlar, bufalolarını yıkayanlar, dilencilere para vererek karmasını değiştirmeye çalışanlar, yeni doğmuş bebeklerini ilk kez bu suda yıkamak isteyen anneler, ruhlarını temizleyenler... Bu kentte herkes aynı sözleri tekrarlar: "Varanasi'de ölüm kurtuluştur." Kentin atmosferi, insanı ölümün labirentlerinde dolaştırıyor gibi dursa da, aslında bütün karmaşası, uğultusu, renk ve canlılığı içinde başka bir kavramı vurgular: yaşamı...

### Aşkın gücüne şahit olun

Belki de dünyanın en ünlü mimari ikonlarından biri...

17. yüzyılda Babür Hükümdarı Şah Cihan'ın genç yaşta ölen karısı Mümtaz Mahal için yaptırdığı, dünyanın efsanevi yapılarından Tac Mahal, teşbihte hata olmasın, aşk için inşa edilmiş en abartılı eserlerden biri diyebiliriz. İmparatorluğun o dönemdeki başkenti olan Agra'da, Yamuna Nehri kıyısında inşa edilen bu heybetli, beyaz mermer mozole bir UNESCO Dünya Mirası eseri.



**EN** India is really not like any other destination, it could be described as truly exclusive. It uses its own unique dynamics to mould people from being a 'tourist', to a point where it's not at all taxing to consider life and enlightenment. Whether you are on the path to enlightenment, or whether you simply want to enjoy this fairy-tale land, here is a guide to understanding this country, whose colours never fade...

### Celebrate life

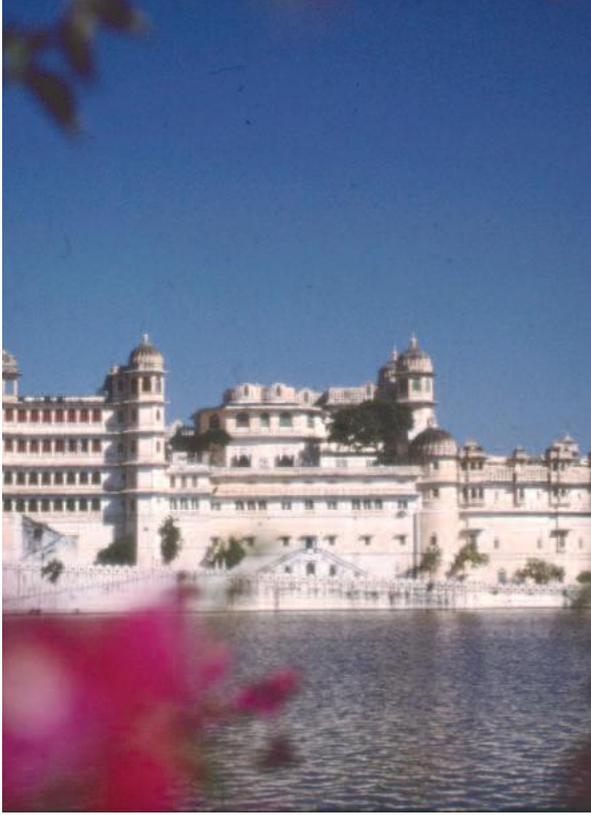
In India, it is believed that there is no more sacred place than Varanasi, on the River Ganges, which flows for 2500km. Hindus believe that if the body, which has been on loan, is not burned, the soul will not leave the earth. For this reason, Varanasi is a huge cremation area, where smoke rises 24 hours of the day. The dead bodies are carried on bamboo stretchers through the streets of the old city, decorated with flowers, wrapped in fabric, as far as the holy Ganj, immersed in the waters of the river for one last time, taken out and after being cremated, their ashes are scattered on the Ganges. Hindus accept death simply and naturally. For them, dying in the right place is just as important as living in the right way.

The sun gives life and its first rays are precious. Many women, men and children, in colourful local outfits, greet the rising sun. Many of India's most colourful and vibrant images can be captured in a walk along the ghats, many of which are only used for washing, but some of which are where the dead are cremated: people washing their laundry; doing yoga; playing cricket; giving massages; selling flowers; washing buffalo; trying to change their karma by giving money to beggars; mothers wishing to wash their new-born babies in this water for the first time, to clean their souls... Everyone in this city repeats the same words: "In Varanasi death is salvation". Whilst the atmosphere of the city may seem to lead one through the labyrinths of death, in fact the whole complexity, buzz, colour and vibrancy stresses a different concept: life...

### Witness the power of love

Perhaps one of the world's most famous architectural icons... the Taj Mahal, built in the 17th century by the Mughal ruler, Shah Jahan, for his young wife, Mumtaz Mahal, could be described as maybe one of the most extravagant works ever built for love.





*This majestic white marble mausoleum built on the banks of the Yamuna River in Agra, the Imperial capital of that period, is a UNESCO World Heritage site.*

### **Lose yourself in fairs and markets**

*Pushkar is a sleepy town with a traditional way of life. Once a year, the Pushkar Camel Market takes place. This festival, which is one of the most fascinating and authentic festivals in the world with its cultural texture, vibrancy, colours and location, is held every year in October and November in the Hindu month of Kartika, at the time of the full moon. Peasants from all over India gather at the world's most famous bovine animal fair to market their animals such as camels, horses, elephants and cattle.*

### **Explore the city of Contrasts, Calcutta**

*With a population of 14 million, Calcutta is one of the most populous cities in the world. It has the most important harbour in India and is a city of contrasts. Light and shadow; old and new; rich and poor; skyscrapers and old colonial-era houses - in Calcutta they are inextricably entwined. The city's crowded streets, bazaars, markets, temples and mosques are worth seeing.*

### **Stay in palaces**

*Udaipur, with its shimmering Pichola Lake and the wooded Aravalli Hills extending in all directions, with their ridges blending mustard and purple, is undoubtedly one of India's most romantic cities. Taj Lake Palace is located in this remarkable destination, with its magnificent palaces, temples, traditional pavilions called 'haveli' and labyrinthine streets. It has one of the most impressive settings of any hotel in the world.*

### **Panayırlarda kaybolun**

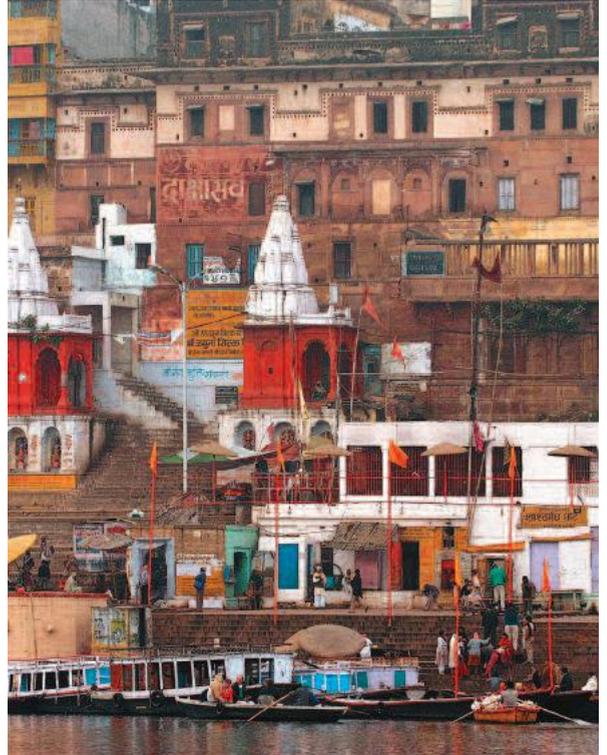
Geleneksel yaşamın süregeldiği, uyuşuk bir kasaba olan Pushkar yılda bir kez, Pushkar Deve Panayırı'yla akıllara düşer. Kültürel dokusu, canlılığı, renkleri ve yer aldığı coğrafya ile dünyanın en büyüleyici ve otantik festivallerinden biri olan bu festival, her yıl, ekim ve kasım aylarına denk gelen Hindu ayı Kartika'da, yani dolunay zamanı yapılır. Hindistan'ın dört bir yanından gelen köylüler deve, at, fil, sığır gibi hayvanlarını pazarlamak için dünyanın bu en ünlü büyükbaş hayvan panayırında toplanırlar.

### **Kontrastlar kenti Kalküta'yı keşfedin**

14 milyonluk nüfusu ile Kalküta, dünyanın en kalabalık kentlerinden biri. Hindistan'ın en önemli limanına sahip ve bir kontrastlar kenti. Işık ile gölge, eski ile yeni, zengin ile fakir, gökdelenler ile eski koloni dönemi evleri Kalküta'da iç içe geçmiş. Kentin kalabalık caddeleri, çarşı pazarları, tapınak ve camileri görmeye değer.

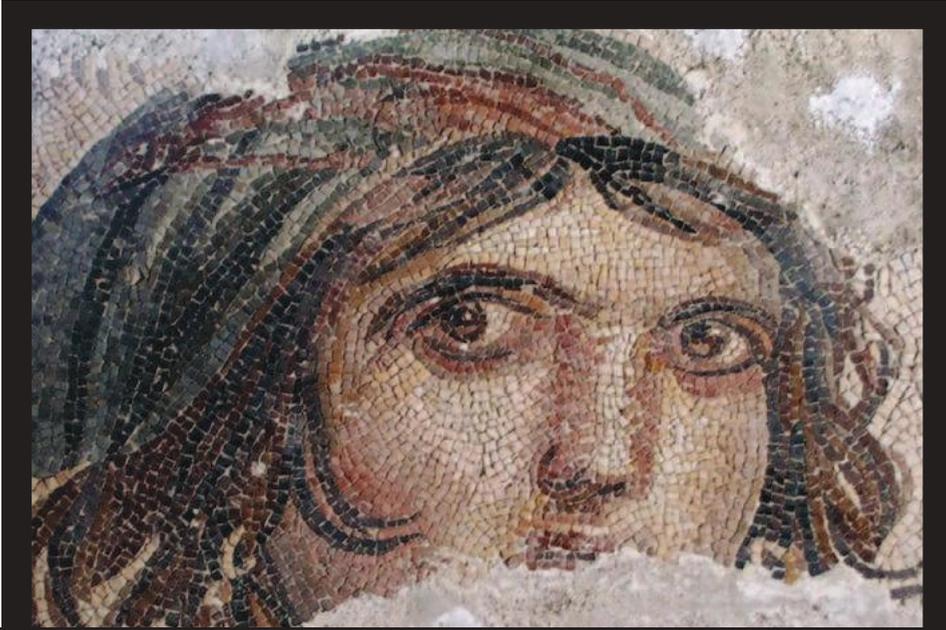
### **Saraylarda konaklayın**

Pırıl pırıl Pichola Gölü ve her yöne uzanan ormanlık Aravalli Tepeleri'nin hardal, mor karışımı sırtlarıyla Udaipur, şüphesiz konumunun da katkısıyla, Hindistan'ın en romantik kentlerinden biri. Muhteşem sarayları, tapınakları, haveli denilen geleneksel köşklere ve labirentvari sokaklarıyla, ülkenin bu kayda değer destinasyonunda bulunan Taj Lake Palace, dünyanın en etkileyici konumuna sahip otelleri arasında bulunuyor.



# Ait olduğu topraklara geri dönen Çingene Kızı'na büyük ilgi

## Great interest in Gypsy Girl who returned to the land where she belongs



*Uzun uğraşlar sonucunda ait olduğu topraklara geri dönen Türkiye'nin önemli kültür mirasından biri olan "Çingene Kızı" mozaikine büyük ilgi gösteriliyor. Kayıp olan 12 parça mozaik'in yerine yerleştirilmesinin ardından meraklıları müzeye akın etti.*

*After a long struggle, one of Turkey's most important cultural artefacts, the "Gypsy Girl" has been returned to the land where she belongs, provoking great interest in the mosaic. After 12 missing pieces had been put back in place in the mosaic, enthusiasts flocked to the museum.*

**TR** Gaziantep Zeugma Antik Kenti'nden yasa dışı yollarla ABD'ye kaçırılan "Çingene Kızı" mozaikinin kayıp parçaları yıllar sonra Türkiye'ye getirildi. Zeugma Antik Kenti'nden çıkarılan "Çingene Kızı" mozaikinin 12 parçası, 1960'lı yıllarda yurt dışına kaçırılmıştı. ABD'nin Bowling Green State Üniversitesi'nde sergilendiği sırada tespit edilen kayıp parçalar, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yoğun çabaları sonucunda, Türkiye'ye getirildi.

### "Çingene Kızı" yeni haliyle ziyarete açıldı

Kültür ve Turizm Bakanlığı ile Bowling Green Eyalet Üniversitesi arasında imzalanan protokol uyarınca, Çingene Kızı'na ait 12 parça törenle Türk görevlilere teslim edildi. Çingene Kızı mozaikinin kayıp parçaları birleştirildikten sonra Zeugma Mozaik Müzesi'nde sergilenmeye başlandı.

**EN** The missing pieces of the "Gypsy Girl" mosaic had been taken from the Gaziantep Zeugma Ancient City and illegally smuggled into the US, but have been returned to Turkey after many years. 12 pieces of the "Gypsy Girl" mosaic from Zeugma Ancient City were smuggled abroad in the 1960s. The lost pieces were detected when exhibited by the US Bowling Green State University, and as a result of the intense efforts of the Ministry of Culture and Tourism, have been brought to Turkey.

### "Gypsy Girl" is open to visitors in its new form

According to the terms of the protocol signed between the Ministry of Culture and Tourism and Bowling Green State University, 12 pieces of Gypsy Girl were delivered to Turkish officials in a ceremony. After the missing parts of the Gypsy Girl mosaic were put back together, they were exhibited in the Zeugma Mosaic Museum. The missing parts of the Gypsy Girl mosaic were opened to visits by the public, following a press conference organised with



Çingene Kızı mozağının kayıp parçaları, Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy, Gaziantep Valisi Davut Gül ve Gaziantep Büyükşehir Belediye Başkanı Fatma Şahin'in katılımıyla düzenlenen tanıtım toplantısının ardından vatandaşların ziyaretine açıldı.

Açılış töreninde konuşan Bakan Ersoy, "Zeugma, 1998 yılında keşfedildiği andan bu yana, 2. yüzyıl ile bugünün dünyası arasında bir kültür köprüsü oldu. Gerçek bir markaya dönüşen bu gizemli bakışlı portre, belki ana tanrıça Gaia'ya, belki Büyük İskender'e veya başka bir kişiye ait... Bilimsel verilerin dışında, bu portre ile ilgili kesin olan bir şey varsa, o da belleklerimizde kültür tarihimizin bir parçası olarak kazanmış olduğudur. İşte kültürel mirası bir 'materyal' olmanın ötesine geçiren de bu aidiyet duygusudur. Bu sebeple, kültürel miras aynı duyguları paylaşmayı sağlayan güçlü bir bağlılıktır. Bugün bu bağın gücüne güç katıyoruz; Çingene Kızı'nın resmedildiği kompozisyona ait 12 parça eşsiz mozaik bizlerle ana yurdunda buluşuyor. Bu kavuşmanın ilk 11 ayda 251 bin ziyaretçi sayısı ile kendi rekorunu kıran Zeugma Müzemize olan ilgiyi kat be kat arttıracığına eminim."

### **"Türkiye'ye dönmeyen eserlerin takipçisiyiz"**

Bakan Ersoy sözlerini şöyle sürdürdü; "Altını kuvvetle çizmek isterim ki, topraklarımızda yeşermiş tüm uygarlıkların kültürel mirasına sahip çıkmak politikalarımızın temelidir. Bu coğrafyadan koparılan kültür varlıklarının yurtlarına döndürülmesinin ısrarlı takipçisiyiz. Bu, bizim ülkemize ve tüm insanlığa karşı sorumluluğumuzun bir gereğidir. Tüm dünyaya buradan insanlığın ortak kültürel mirası olan eserlerin ait oldukları yerde korunması ve gelecek nesillere aktarılması konusunda hassasiyet göstermeleri için bir kez daha çağrıda bulunuyorum."

### **Gaziantep 1 milyon ziyaretçi hedefini yakaladı**

Gaziantep'in 2018'de 1 milyon ziyaretçi hedefini yakaladığını ifade eden Gaziantep Belediye Başkanı Fatma Şahin, kayıp mozaiklerin geri getirilmesinin Gaziantep turizmini canlandırdığına işaret etti.

the participation of Culture and Tourism Minister, Mehmet Nuri Ersoy, the Governor of Gaziantep, Davut Gül, and the Mayor of Gaziantep, Fatma Şahin.

Speaking at the opening ceremony, Minister Ersoy said, "Since the day it was discovered in 1998, Zeugma, has been a cultural bridge between the 2nd century and today's world. This mysterious-eyed portrait, which has become a real brand, may have belonged to the mother goddess Gaia, perhaps to Alexander the Great, or to someone else... Apart from scientific data, if there is one thing that is certain about this portrait, it is that it is engraved in our memories as part of our cultural history. It is this feeling of belonging which takes cultural heritage beyond being a material object. This is the reason why cultural heritage is a strong bond, which comes from sharing the same feelings. Today we are strengthening this bond; 12 pieces of unique mosaic from the composition depicting the Gypsy Girl have been reunited with us in our home country. I am sure that this reunion will increase the interest in our Zeugma Museum, which broke its own record with 251 thousand visitors in the first 11 months."

### **"We are pursuing the artefacts which haven't been returned to Turkey"**

Minister Ersoy continued his speech as follows: "I would like to strongly emphasise, that the basis of our policies is to protect the cultural heritage of all civilisations that have thrived on our soil. We will persist in pursuing the return of cultural assets that have been taken from this land. This is required by our responsibility to our country and to all humanity. I call once more upon the whole world to show sensitivity to the preservation of the works which are the common cultural heritage of mankind in the place where they belong, so that they can be passed on to future generations."

### **Gaziantep reaches its target of 1 million visitors**

Mayor of Gaziantep, Fatma Şahin, pointed out that in 2018 Gaziantep had reached its goal of 1 million visitors. She remarked that the return of the lost mosaics had revived Gaziantep tourism. Şahin emphasised that even though it was low season, visits to Gaziantep had continued in January: "Despite its being winter, tours and visits to our province are continuing. When you look at the museum visitors, we see that 15 per cent of them are foreign tourists. Our museum had about 270 thousand visitors in 2018. This month too, there were a high number of visitors compared to last January. The reason for this is the new pieces of the Gypsy Girl mosaic." she said.

# 7 Bölge, 7 Kış

## 7 Regions, 7 Winters

*“Karda kışta oralara gidilmez!” sözlerine kulak asmayın, mevsimler ve destinasyonlar üzerine olan önyargıları aşmak, önünüze yeni sapaklar, yaşamlar ve sürprizler çıkaracaktır. Listemize bir göz atın; tavsiyelerimizde hem karla en güzel haline bürünen yerler hem de yazın revaçta olan ama asıl cevheri kışın parlayan destinasyonlar bulacaksınız.*

*“You can’t go there in winter, in the snow!”. Overcome any preconceived ideas about seasons and destinations and you will find new directions, ways of living and surprises in front of you. Take a look at our list. Amongst our recommendations you will find some places, which are at their most beautiful covered in snow, and others which are popular in summer but which really show their true sparkling colours in winter.*

**YAZI/TEXT:** REYAN TUVI  
**FOTOĞRAFLAR/ PHOTOS:** YUSUF TUVI



### Yollar, sapaklar, sürprizler

*Doğu Anadolu Bölgesi*

### Roads, cliffs, surprises

*Eastern Anatolia Region*

**TR** Doğu Anadolu Karadeniz’e yaslanır ve bambaşka bir doğa önünüze serilir. Hele kış ise ve ıssızlığın içinde yol yapmaktan keyif alıyorsanız, bu güzergahın vaatleri büyüleyicidir. Yeni sapaklar, yeni sürprizler demektir ve yol yapmak da aslında budur. Yine de ürktücü olmasın, sonuçta Erzurum’dan Artvin’e, tabelaları olan, belirli bir rota bu. Erzurum’a 58 km mesafedeki Tortum’u 15 - 20 km geçip, soldaki “Pehlivanlı - Bağbaşı - Serdarlı” tabelasından saparak “Taş Cami - Meryem Ana Kilisesi” yazısını takip edin. Kavak ve meyve ağaçlarının olduğu, içinden derelerin aktığı yol boyunca doğa insanı sarıp sarmalar.

**EN** Eastern Anatolia reclines against the Black Sea, where a completely different natural landscape is laid out before you. The promise of this route will be especially enchanting to you if you enjoy travelling in winter in remote areas. There is a new surprise at every new turn, and this is definitely the way to travel. There’s no need to be scared, however. At the end of the day, there is a well-defined and signposted route from Erzurum to Artvin. 15-20km past Tortum, around 58km from Erzurum, turn at the ‘Pehlivanlı - Bağbaşı - Serdarlı’ signpost and follow the signs for ‘Stone Mosque - Church of the Virgin Mary’. Nature embraces people, from the poplar and fruit trees to the streams running alongside the road.

## Çılgın kalabalıktan uzakta

Akdeniz Bölgesi

## Away from the crazy crowds

Mediterranean Region

**TR** Yazın Antalya bölgesinden uzak durup, kışınsa buranın doğasının tutkunu olanların sayısı az değildir. Özellikle bu coğrafyada kış mevsimine mutlaka bir şans tanımak gerekir. Mesela Tekirova'daki Phaselis Koyu, doğallığı benimsemiş tatilcilerin uğrak yerlerinden biridir. Çalılıkların ve taşların arasından fıskıran Phaselis, Türkiye'nin en etkileyici antik kentleri arasında yer alıyor. Eski dilde "Tanrı korur" anlamına gelen Phaselis, zengin orman bölgelerine yakın oluşu nedeniyle yapılaşmadan fersah fersah uzakta kalmış. Phaselis'in, M.Ö. 6. yüzyılda Rodoslu kolonistler tarafından Akdeniz'e uzanan küçük bir yarımada üzerinde, arkasındaki ormanlarla kaplı Toros Dağları'nın kerestesinin Akdeniz limanlarına sevk edilmesi amacıyla kurulmuş olduğu tahmin ediliyor. İki yanında çam ve sedir ağaçlarının sıralandığı antik kent, limanları, agoraları ve şehir sikkeleri üzerindeki antik gemi betimlemeleriyle, tam bir ticari liman özelliği taşıyor.

**EN** *There are plenty of people who stay away from the Antalya region in the summer but love its natural beauty in the winter. You should definitely take the opportunity of getting to know this area in the winter. For example, Phaselis Bay in Tekirova is one of the busiest places for holidaymakers, who love its natural beauty. Phaselis emerges from the undergrowth and stones, and is one of Turkey's most impressive ancient cities. Phaselis, which means 'God protects' in the ancient language, is close to richly forested areas, so still remains far away from any settlement. It is believed that Phaselis was founded in the 6th century BC by settlers from Rhodes, who built it on a small peninsula extending out into the Mediterranean sea, in order to transport timber from the forests of the Taurus Mountains to the ports of the Mediterranean. The ancient city, flanked by pine and cedar trees on both sides, appears to be a commercial port, judging from its harbours, agorae and the depictions of ancient ships on the city's coins.*



## Yumuşak havalı ve ruhlı

Ege Bölgesi

## Mild in spirit and climate

Aegean Coast

**TR** Keskin soğuklara, kara kışa mola vermek için Ege'nin yumuşak havalı ve ruhlı kasabası Tire bire birdir. Kar yüzü görmek burada kırk yılda bir olacak bir şeydir. İzmir'e 80 km mesafede, bir zamanların Osmanlı darphanesi Tire, aynı zamanda Ege'nin kimliğini en çok koruyabilmiş kasabaları arasında yer alıyor. Bunu insan en iyi Salı Pazarı'nda anlayabiliyor. Bu mütevazı kasabanın en büyük cazibesi, mevsim dinlemeyen, capcanlı Salı Pazarı'dır. Dağlardan toplanan otlar, pazarlarda tezgahlardan taşar. Tire'nin yemeklerinde otlar ağırlıklıdır. Halkın bir kısmının Girit göçmeni olması da kuşkusuz bunda etkilidir. Pazar, günlük ihtiyaçları en sağlıklı üretimlerle karşılamakla kalmaz, aynı zamanda nesli tükenmekte olan zanaatleri de yaşatır. Urgancı, nalıncı, yorgancı ve keçecilerin son temsilcilerine bir dokunup bin ah işitseniz de, üretmekten vazgeçmemeleri insanın içine su serper. Otlar baştacı edilse de, tuzla yoğrulmuş ve katıksız kıymadan yapılan, domatesli, tereyağlı Tire köftesi de buranın medar-ı iftiharındır.

**EN** *Tire is definitely a town where you should take a break in the cold depths of winter to enjoy the mild climate and spirit of the Aegean. Seeing snow here is something which happens once in every forty years. Tire is 80km from Izmir. It was the place where coins were minted in Ottoman times, and is one of the towns, which has been most successful in preserving its Aegean identity. You can see this best if you visit the Tuesday market. The biggest attraction of this modest town is the vibrant Tuesday market, regardless of the season. The stalls in the market are overflowing with herbs, which have been gathered in the mountains. Tire's local dishes are heavily based around herbs. The fact that part of the population is of Cretan descent certainly plays a part in this. The market not only caters for day-to-day requirements for fresh healthy produce, but also brings to life handicrafts, which were in danger of being forgotten. It breathes life into the last representatives of those who do traditional rope work, clog-makers, quilt- and felt-makers. Even if the herbs are the stars of the piece, the Tire meatballs (köfte), which are made from pure mincemeat, kneaded with salt, also deserve a medal.*



## Kapadokya'nın Paris'i

*İç Anadolu Bölgesi*

## The Paris of Cappadocia

*Central Anatolian Region*

**TR** Anadolu'nun özlemi çekilen o naif köy ve kasabalarından kaldı mı diye aklından geçirenler için, Kayseri'ye 8 km mesafedeki Talas, "temiz ve güzel kırlar" anlamına gelen adının da katkısıyla, kent keşmekeşinden uzak, sakin ve şirin bir Anadolu kasabası. İç Anadolu'nun görkemli dağı Erciyes'in karlı zirvesiyle hakimiyeti altına aldığı Kayseri kentinin civarında olan ve geçmişten izler taşıyan kayda değer bu küçük yerleşimin bu denli mütevazı olduğuna bakmayın, Talas bir yandan da "Kapadokya bölgesinin Paris'i" olarak anılıyor.

Yazın göç edilen, yukarı ve aşağı Talas olarak adlandırılan bağ evlerinin birçoğunun yerinde artık villalar var. Ancak her şeye rağmen, nostaljiyi iliklerinize kadar hissedeceğiniz sokaklarında dolaşırken, Talas'ın kalitelerini fark etmemek elde değil. Özellikle baharda ve kışın karlıyken, Talas kendini tüm güzellikleriyle belli ediyor.

**EN** For those who have a longing for the simple towns and villages of Anatolia and are wondering whether they still exist, we present Talas. This quiet, charming Anatolian town is 8km from Kayseri, far from the hustle and bustle of the city. Fittingly, its name means "beautiful, clean countryside". This small settlement is situated in the vicinity of Kayseri, which is dominated by the snowy peaks of Erciyes, Central Anatolia's magnificent mountain. It may be modest but it carries the traces of the past and is known as the 'Paris of Cappadocia'. There are now many villas in place of the vineyard houses in what is called upper and lower Talas, which are occupied in summer. Despite this, as you wander its streets, feeling a sense of nostalgia seeping into your bones, it is impossible not to notice the sheer quality of Talas. The beauty of Talas is self-evident, especially in the spring and in the winter snow.

## Beyaz romantizm

*Karadeniz Bölgesi*

## White romance

*Black Sea Region*

**TR** Kar için biçilmiş kaftanlardan biridir Abant Gölü. Kabul edelim, oldukça turistiktir ve tatillerde kalabalıktır ancak özellikle kışın ve kar yağdığında, bambaşka bir çehreye bürünür. Kış mevsiminin aktiviteleri sınırlayan hali burada kendini belli etmez. Kar yağarken şömine başında kitap okuyun, çam kokulu dağ havasına uyanın, Abant'tan ev yapımı erişte ve dağ çileği reçeli alın, Karacasu'daki termallere girin, donmuş Gölcük'ün derin sessizliğini dinleyin, fotoğraf çekin... Bolu'nun civarındaki alternatifler çoktur ve çevresinde bitmek tükenmek bilmeyen bir doğa vardır.

Abant Gölü Tabiat Parkı, Bolu'nun 34 km güneybatısında bulunuyor. Göl civarında oteller, bungalov evler, kamp ve piknik alanları ile lokantalar yer alıyor. Göle varana kadar devam eden 22 km'lik Abant yolu üzerinde de mola verilecek birçok yer var.

**EN** Abant Lake is one of those places, which is made for snow. Let's face it, it's quite touristy and crowded during the holidays, but especially in winter and in the snow, it takes on a completely different aspect. Winter can be limiting in terms of what you can do, but you never notice that here. When it is snowing, read a book by the fireplace, wake up to the pine-scented mountain air, get homemade macaroni and mountain strawberry jam from Abant, try the thermal springs in Karacasu, listen to the deep silence of frozen Gölcük, take pictures... There is plenty to do around Bolu and the natural beauty of the area is boundless.

Abant Lake Nature Park is located 34 km southwest of Bolu. Near the lake are hotels, bungalow houses, camping and picnic areas and restaurants. There are many places to stop off for a break on the 22km Abant road, which continues as far as the lake.





## Tarih, lezzet, dağ havası

*Marmara Bölgesi*

## History, delicious flavours, mountain weather - Marmara Region

**TR** Bursa, Türkiye'nin en güzel konuma sahip kentlerinden biri. Nilüfer Çayı'nın yarattığı bereketli ovaya hakim Uludağ'ın eteklerindeki kent, bir zamanlar ipek üretimi ve zenginlerin akın ettiği termal merkezleriyle ünlüydü. Bugün de bu ününü büyük ölçüde koruyor ancak dilden dile dolaşan efsanevi lezzeti İskender kebabını ve kestane şekerini de eklemek gerek. Bazıları için burası Uludağ'a çıkarken yol üzerinde bir mola kenttir. Hatta dağ yolları kapandığında "Bursa'da mahsur kaldık" diyenler bile olur. Aslında köklü bir tarihe sahip bu kenti, öyle geçerken üstün körü gezmek haksızlıktır. Bursa'nın özellikle kışlarının medar-ı iftiharını Uludağ, antik dönemde Mysia Olympos'u iken, tanrıların Troya Savaşı'nı izlediği yerdirdi. 2.543 metrelik Uludağ, erken Hristiyanlık döneminde, papazların ve keşişlerin inziva yeri oldu. Osmanlı döneminde, keşişlerin yerini dervişler aldı. Burası, sadece kar sporları tutkunları için değil, temiz dağ havası solumak veya pistlerin tepelerinden panoramik manzaraların keyfini çıkarmak isteyen ya da şömine başında sükunet arayanlar için de Bursa'dan kolay ulaşılabilen bir tatil yeri.

**EN** Bursa enjoys one of the most beautiful locations of any Turkish city. The city is in the foothills of Mount Uludağ, dominating the fertile plain, created by the Nilüfer River, once famous for its silk production and the thermal centres where the rich flocked. Today, this reputation is still largely intact, but added to this should also be the legendary taste of the Iskender Kebab and candied chestnuts. For some, this city is a stopover on the way up to Mount Uludağ. In fact, when the mountain roads are closed there are some who say: "We are trapped in Bursa". Actually, it is unfair to this city, with its long-established history, to only visit it in passing. Especially in the winter, Uludağ is Bursa's ornament. In ancient times it was Mysia Olympos, the place from which the gods watched the Trojan War. Uludağ is 2543 metres high, and in the early Christian period it became a place of hermitage for priests and monks. During the Ottoman period, dervishes took the place of monks. This is not only a place for winter sports enthusiasts, but also a resort, which can be reached easily from Bursa, by those who want to breathe clean mountain air, enjoy panoramic views from the top of the pistes, or seek peace and quiet around the fireside.

## Şair eder adamı

*Güneydoğu Anadolu Bölgesi*

## Sheer poetry

*Southeastern Anatolia Region*

**TR** Mezopotamya Otantik Cafe'nin terasından Mardin'e bakın. Başka hiçbir kente benzemez. Mevsim ne olursa olsun, Mezopotamya Ovası görkemlidir. Güneydoğu'nun bu sarı kentinin öne çıkan özellikleri dar sokakları ve çarşılarıdır. Buralarda kaybolmadan Mardin'i hissetmek zordur. Kesme taş işçiliği mirasının şahidi Mardin evleri de İpek Yolu'nun geçtiği bu kentin kokusu da kendine özgüdür. Burnunuza baharatların kokusu gelir, bakırlar dövülür, dar sokaklarda eşekler merdivenleri iner çıkar, mağara gibi dükkanlarda leblebiler kavrulur, telkariler parlar, son keçeci, son semerci sesini duyurur, Mezopotamya Ovası manzaralı Marangozcular Kahvesi'nde zar tutulur, abbaraların altından geçilir... Bu labirentler kenti, herkesi bir süreliğine şair yapabilir.

**EN** Survey Mardin from the terrace of the Mezopotamia Otantik Cafe. It isn't like any other city. Whatever the season, the Mesopotamian Plain is magnificent. The prominent features of this yellow city of the southeast are the narrow streets and bazaars. It is hard to experience Mardin without getting lost around here. Mardin's houses bear witness to their heritage of stonemasonry and the fragrance of this city, which is also on the Silk Road, is unique too. The fragrance of spices wafts towards your nose; copper is beaten; in the narrow streets donkeys go up and down steps; in shops, like caves, chickpeas are roasted; filigree work shines; the sound of the last felt-maker, the last saddle-maker is heard. Dice are picked up in the Marangozcular Kahvesi, with its view over the Mesopotamian Plain; people pass under the 'abbaras', the typical low passageways. This city of labyrinths turns everyone into a poet for a while.



17/03 SERGİ | EXHIBITION

## Parajanov - Sarkis ile

Exhibition with Parajanov - Sarkis  
Pera Müzesi / Pera Museum

**TR** Pera Müzesi, ünlü yönetmen ve sanatçı Sergey Parajanov'un farklı malzemelerle, görsel sanatlar alanında verdiği eserleri Türkiye'de ilk kez izleyiciyle buluşturuyor. 'Parajanov - Sarkis ile' sergisi, 'Şiirsel Sinema'nın en büyük ustalarından biri olan sanatçının dünyasına ışık tutuyor. Usta sanatçı Sarkis de bir selamlama niteliği taşıyan, Parajanov'a dair eserleriyle sergide yer alıyor.

**EN** The famous director and artist Sergei Parajanov brings together his visual arts works in different media, which will be given an audience for the first time in Turkey at the Pera Museum. The exhibition 'Parajanov - with Sarkis' sheds light on the artist's world, one of the greatest masters of Poetic Cinema. Also included in the exhibition are works by master artist, Sarkis intended as an homage to Parajanov.



15/03 KONSER | CONCERT

## Fazıl Say & Genç Yetenekler

Fazıl Say & Young Talents  
Türker Inanoğlu Maslak Show Center



**TR** Dünyaca ünlü besteci ve piyanist Fazıl Say; Tim Show Center'da gerçekleşecek muhteşem bir konserle İstanbullular ile buluşacak. 15 Mart'ta gerçekleşecek 'Fazıl Say & Genç Yetenekler' konserinde Fazıl Say'a, yetenekleriyle dikkat çeken Elvin Hoxha Ganiyev ve Jamal Aliyev de eşlik edecek.

**EN** World famous composer and pianist, Fazıl Say, will perform a great concert at the TIM Show Center. In Fazıl Say & Young Talents concert, which will be held on March 15th, Fazıl Say will be accompanied by the talented Elvin Hoxha Ganiyev and Jamal Aliyev.

11/04 MÜZİKAL | MUSICAL

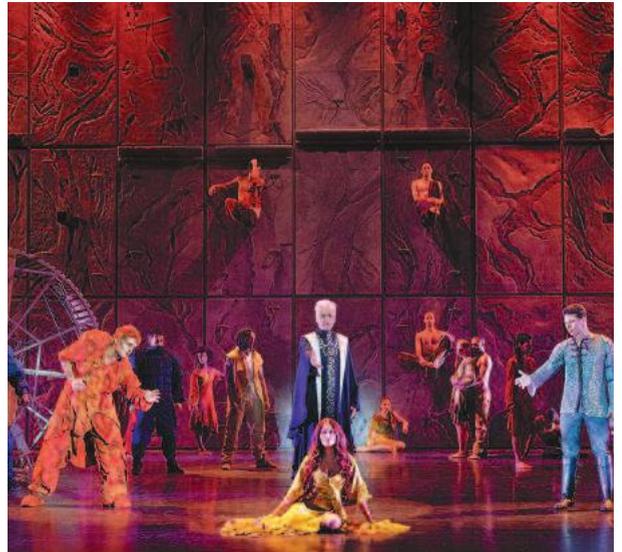
## Notre Dame'nin Kamburu Müzikali

Musical The Hunchback of Notre Dame

Leyla Gencer Opera ve Sanat Merkezi - Leyla Gencer Opera and Arts Center

**TR** Victor Hugo'nun ölümsüz eserinden ilham alınarak sahneye taşınan 'Notre Dame'nin Kamburu Müzikali' sanatseverlerle buluşuyor. Çingeneler tarafından katedrale bırakılan kambur, çirkin ve sağır Quasimodo'nun, güzeller güzeli çingene kızı Esmeralda'ya olan aşkını anlatan müzikal, 11 Nisan'da Leyla Gencer Opera ve Sanat Merkezi'nde!

**EN** Inspired by Victor Hugo's immortal work, the musical, 'The Hunchback of Notre Dame' is on stage, delighting lovers of the arts. The musical, which tells of the love of the hunchbacked, ugly and deaf Quasimodo, left by the Gypsies in the cathedral, for the beautiful gypsy girl Esmeralda, is on April 11th at Leyla Gencer Opera and Arts Center!





23/03 SERGİ | EXHIBITION

## Can Göknil - Retrospektif

Bozlu Art Project Sıfı

**TR** Bozlu Art Project Mongeri Binası, 23 Mart'a kadar Can Göknil Retrospektifi'ne ev sahipliği yapıyor. Sanatçının Amerika'da başlayan sanat sürecinden günümüze kadar oluşturduğu sanat felsefesi ve sergileri üzerinden oluşturulan kapsamlı bir kitap da sergiye eşlik ediyor.

**EN** Bozlu Art Project Mongeri Building hosts the Can Göknil Retrospective until March 23rd. A book accompanies the exhibition, which covers the artist's philosophy of art from the beginning of the process in America until the present day, and includes his exhibitions.



17/04 MÜZİKAL | MUSICAL

## Alice

Zorlu PSM - Turkcell Sahnesi / Zorlu PSM - Turkcell Stage

**TR** Lewis Carroll tarafından yazılan ve bugüne kadar 174 dile çevrilerek edebiyatın eşsiz eserlerinden biri olma özelliği taşıyan "Alice Harikalar Diyarı'nda", Serdar Biliş'in yönetmenliği ve Beyhan Murphy'nin koreografisiyle çağdaş bir müzikal uyarlama olarak 17 Nisan'da Zorlu PSM - Turkcell Sahnesi'nde sanatseverleri bekliyor.

**EN** Lovers of the arts are looking forward to this musical, which is adapted from 'Alice in Wonderland' a unique work of literature written by Lewis Carroll and translated into 174 languages to date. It is a contemporary musical adaptation directed by Serdar Bilis, with the choreography of Beyhan Murphy, on 17th April on the Zorlu PSM - Turkcell Stage.



## Meserret ile Şükran

Yazar | Author: Ferhat Fuzuli

Yayınevi | Publisher: Agora Kitaplığı/ Agora Library

**TR** Meserret ve Şükran, İzmir'in kalbi sayılan Kemeraltı'nda karşı karşıya yer alan iki tarihi yapı, yolu İzmir'e düşenlere yıllarca hizmet vermiş iki otelin isimleri... Bunlardan Şükran, halen Yeni Şükran Oteli olarak hizmetini sürdürse de Meserret çoktan işportacıların sergi alanına dönüşmüş durumda...

Ferhat Fuzuli'nin kaleme aldığı kitap, 1970'li yıllarda bu iki otelde kalanların hayatlarını anlatırken araya bir aşk hikayesi de sıkıştırıyor. Basit hayatların karmaşık olayları kitabın sonunda çözümlenebilen bir bulmaca gibi birbiri ardına sıralanırken okuyucu kendisini İzmir'in, Kemeraltı'nın ve o yılların içinde buluyor. Yazar okuyucuyu da hikayenin içine alarak tasarladığı sonun anlaşılması için okuyucudan da katkı bekliyor.

**EN** Meserret and Şükran, are the names of two hotels, historic buildings which are located in Kemeraltı, the heart of İzmir, serving those who have found themselves in İzmir for years... Şükran still serves as the New Şükran Hotel but Meserret has long ago been turned into a showroom for dresses, underwear and sportswear...

Ferhat Fuzuli penned the book, telling the life stories of

these two hotels in the 1970s interwoven with a love story. While the complex events of simple lives are sequenced as a puzzle that can be solved at the end of the book, the reader finds himself transported to İzmir, Kemeraltı and those years. The author brings the reader into the story, expecting him or her to take part to understand the ending he has designed.



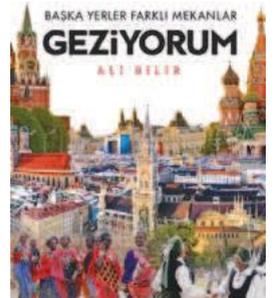
## Başka Yerler Farklı Mekanlar Geziyorum | Exploring Other Places, Different Locations

Yazar | Author: Ali Bilir

Yayınevi | Publisher: Timaş Yayınları / Timaş Publishing

**TR** Gezdiği 30 ülkeyi 'Başka Yerler Farklı Mekanlar Geziyorum'da bir araya getiren Ali Bilir, kitabında gezdiği ülkelerin yaşam biçimlerini, tarihi ve kültürel hazinelerini, örf ve adetlerini, mekanlarını, karşılaştığı bazı insanların kısa hayat hikayelerini ve anılarını anlatıyor. Ali Bilir, kitabının sadece bir gezi kitabı değil, aynı zamanda gelecek kuşaklar için rehber olma özelliği taşıdığını belirtiyor.

**EN** Ali Bilir, brings together 30 countries he has explored in his book "Exploring Other Places, Different Locations" and describes their life styles, historical and cultural treasures, customs and traditions and recounts short life stories and memories of some of the people he encounters. Ali Bilir points out that his book is not only a travel book, but also a guide for future generations.



# TÜRSAB BÖLGE TEMSİL KURULU LİSTESİ

BTK ADI BTK NAME	TELEFON TELEPHONE	ADRES ADDRESS	İLLERİN BAĞLI BULUNDUĞU BTK'LAR BTK CONNECTED TO THE PROVINCES
ADANA BTK	0 322 359 20 60 - 359 06 09	Kayalbağ Mah. Seyhan Cad. No: 45 Seyhan-ADANA	ADANA
AKDENİZ BTK	0 242 243 19 96-34	Barbaros Mah. Kandiller Geçidi Sok. No: 8 Kaleiçi-ANTALYA	ANTALYA (MURATPAŞA-KEPEZ-KONYAALTI-AKSU-DOŞMEALTI-KORKUTELI)-ISPARTA-BURDUR
ALANYA BTK	0 242 512 21 49	Atatürk Cad. Gülen Sok. Aydıncı Apt. 2/1 Alanya-ANTALYA	ALANYA-GAZİPAŞA
BATI AKDENİZ BTK	0 252 612 09 74 - 612 61 56	Patlangıç Mah. Ölüdeniz Cad. No: 71/2 Fethiye-MUĞLA	FETHİYE-DALAMAN-KÖYGEYİZ-ORTACA-SEYDİKEMER
BATI ANTALYA BTK	0 242 836 36 55	Andifili Mahallesi Atatürk Bulvarı No: 62 Kaş-ANTALYA	KAŞ-KEMER-DEMRE-FİNİKE-ELMALI-KUMLUCA
BATI KARADENİZ BTK	0 374 222 5 888	Borazanlar Mahallesi, Mutluer Sok. No: 21 Araspark Sit. A Blok D: 2 Merkez-BOLU	BOLU-DÜZCE-ZONGULDAK-BARTIN-KARABÜK-KASTAMONU
BODRUM BTK	0 252 358 69 95 - 358 54 85	TÜRSAB Kültür Merkezi, Müskebi Cad. Çakmaklı Sok. No: 2 Ortakent/ Bodrum-MUĞLA	BODRUM-MİLAS-KAVAKLIDERE-YATAĞAN
ÇANAKKALE-KÖRFEZ BTK	0 286 212 12 48- 49	İsmetpaşa Mah. İnönü Cad. ÇTSO İş Merkezi No:141 Kat:1 D: 3-4-5 Merkez-ÇANAKKALE	ÇANAKKALE-BALIKESİR
DOĞU ANADOLU BTK	0 432 212 14 14	Vali Mithat Bey Mah. Koçbey Cad. Gündüz Sok. Hançeroğlu İş Merkezi Kat: 5 No:25/26 İpekyolu-VAN	VAN-BİTLİS-HAKKARİ-MUŞ
DOĞU KARADENİZ BTK	0 462 230 24 24 - 44	Gazipaşa Mah. Yavuz Selim Bulvarı Altuncu İş Merkezi No:149 Kat:1 D: 1 Ortahisar-TRABZON	TRABZON-RİZE-GÜMÜŞHANE-BAYBURT-ARTVIN-GİRESUN
EGE BTK	0 232 464 03 47-48	Yüzbaşı Şerafettin Bey Sokak No: 48 Alsancak/Konak-İZMİR	İZMİR-MANİSA
ERCİYES BTK	0 352 290 88 92	Tacettin Veli Mah. Seyyid Burhanettin Cad. Türkyar İş Merkezi No: 54 Kat: 2 D: 4 Melikgazi-KAYSERİ	KAYSERİ-SİVAS-YOZGAT
ESKİŞEHİR BTK	0 222 230 30 31	Paşa Mah. Çengelçesme Sok. No: 10 Odunpazarı-ESKİŞEHİR	ESKİŞEHİR-BİLECİK-KÜTAHYA
GAP BTK	0 342 335 69 00	Değirmicem Mah. Maresal Fevzi Çakmak Bulvarı Aksaray Apt. 32/5 Şehit Kamil-GAZİANTEP	GAZİANTEP-KAHRAMANMARAŞ- KİLİS-ŞANLIURFA
GÜNEY MARMARA BTK	0 224 234 52 02	Kükürtlü Mah. Belde Cad. Başaran Sok. Yeşil Deniz Apt. No: 8 Çekirge-BURSA	BURSA-YALOVA
GÜNEYDOĞU ANADOLU BTK	0 412 252 16 16	Fırat Mah. Urfa Yolu Üzeri Yek Tower Plaza, Kat: 2 No: 4 Kayapınar-DİYARBAKIR	DIYARBAKIR-BATMAN-ŞIRNAK-MARDİN-SİIRT
HARPUT BTK	0 424 238 02 92	Akpınar Mahallesi General Abdullah Alp Dogan Caddesi Kızılay İş Merkezi No: 76 Kat: 4 D: 12 Merkez-ELAZIĞ	ELAZIĞ-MALATYA-TUNCELİ - BİNGÖL-ADIYAMAN
HATAY BTK	0 326 213 94 04	Atatürk Cad. M. Özat Apt. No: 21 K: 3 D: 3 ANTAKYA	HATAY-OSMANIYE
İSTANBUL ASYA BTK	0 216 414 27 97-98	Bayram Yeri Meltem Sok. Sultan Apt. A Blok 4/4 Kadıköy-İSTANBUL	ASYA YAKASI İLÇELERİ
İSTANBUL AVRUPA BTK	0 212 852 20 43 - 852 20 49	Güzelyurt Mah. Gökdemir Plaza K: 3 Ofis No:4-5 Bina No:19 Esenyurt-İSTANBUL	ARNAVUTKÖY, AVICILAR BAĞICILAR, BAHÇELİEVLER, BAKIRKÖY, BAŞAKŞEHİR, BEYLİKOZLU, BUYUKÇEKMECE, ÇATALCA, ESENLER, ESENYURT, KUÇUKÇEKMECE, SILIVRI, SULTANGAZI
İSTANBUL BOĞAZIÇI BTK	0 212 259 84 04-180	Dikilitaş Mah. Aşık Kerem Sok. No: 40 Fulya Beşiktaş-İSTANBUL	BEŞİKTAŞ-BEYOĞLU-SARIYER
İSTANBUL FATİH BTK	0 212 534 62 66	Molla Gürani Mah. Muratpaşa Sok. No: 8 Aksaray-İSTANBUL	FATİH-GÜNGÖREN-ZEYTİNBURNU- EYÜP-GAZİOSMANPAŞA-BAYRAMPAŞA
İSTANBUL ŞİŞLİ BTK	0 212 259 84 04 / 180	Dikilitaş Mah. Aşık Kerem Sok. No: 40 Fulya Beşiktaş-İSTANBUL	ŞİŞLİ-KAĞITHANE
İZMİT-KÖRFEZ BTK	0 262 311 2440	Yahya Kaptan Mah. Şehit Ergün Köncü Sok. No: 31/A İzmit-KOCAELİ	KOCAELİ,SAKARYA
KAPADOKYA BTK	0 384 341 75 25-26	İmran Mah. Güllüce Cad. Ayaz İşhanı No: 4/5 Ürgüp-NEVŞEHİR	NEVŞEHİR-AKSARAY-NİĞDE-KIRŞEHİR
KONYA BTK	0 332 353 82 34-35	Aziziye Mah. Aslanlı Kışla Cad. No: 5 T/1 Karatay-KONYA	KONYA-KARAMAN
KUŞADASI BTK	0 256 614 93 34	Cumhuriyet Mahallesi, Süleyman Demirel Bulvarı, Tunay İş Merkezi 20/201 Kuşadası-AYDIN	AYDIN
KUZEYDOĞU ANADOLU BTK	0 442 2371717	Ömer Nasuhi Bilmen Mah. İstasyon Cad. Cem Apt. No: 7 D: 1 Yakutiye-ERZURUM	ERZURUM- KARS-AĞRI-ERZİNCAN-ARDAHAN-İĞDIR
MANAVGAT-SİDE BTK	0 242 753 35 61	Side Mah. 1584 SOK. NO: 24 Manavgat-ANTALYA	MANAVGAT-SERİK-İBRADİ-AKSEKİ-GÜNDOĞMUŞ
MARMARİS BTK	0 252 412 04 02	Belediye Cad. Marmaris Armutalan Kültür ve Kongre Merkezi Binası No: 8 Kat: 3 Armutalan-Marmaris-MUĞLA	MARMARİS-DATÇA-MENTEŞE-ULA
MERSİN BTK	0 324 238 37 37	Kültür Mah. Atatürk Cad. İclal Tan Sok. Limon Apt. No: 4 K:1 D: 2 Akdeniz-MERSİN	MERSİN
ORTA ANADOLU BTK	0 312 212 83 33	Mebus Evler Ayten Sok. 28/3 Tandoğan-ANKARA	ANKARA-KIRIKKALE-ÇORUM-ÇANKIRI
ORTA KARADENİZ BTK	0 362 432 30 90	Kale Mah. Kaptanağa Cad. Uzunoglu İşhanı K: 4 İlkadım-SAMSUN	SAMSUN-AMASYA-TOKAT-ORDU-SINOP
PAMUKKALE BTK	0 258 242 88 44	15 Mayıs Mah. 765 Sok. No: 7/7 DENİZLİ	DENİZLİ-AFYONKARAHİSAR-UŞAK
TRAKYA BTK	0 282 293 33 11	Hürriyet Mah. Öğretmenler Cad. No:16 K:1 D:1 TEKİRDAĞ	TEKİRDAĞ-EDİRNE-KIRKLARELİ



# DÜNYADA EN ÇOK ÜLKEYE UÇAN HAVA YOLU



● **AMERICA** ATLANTA BOGOTÁ BOSTON BUENOS AIRES CANCUN CARACAS CHICAGO HAVANA HOUSTON LOS ANGELES MEXICO CITY MIAMI MONTREAL NEW YORK PANAMA SAN FRANCISCO SÃO PAULO TORONTO WASHINGTON DC ● **EUROPE** AALBORG AMSTERDAM ASTRAKHAN ATHENS BADEN-BADEN BAKU BARCELONA BARI BASEL BATUMI BELGRADE BERLIN BILBAO BILLUND BIRMINGHAM BOLOGNA BORDEAUX BREMEN BRUSSELS BUCHAREST BUDAPEST CATANIA CHISINAU CLUJ COLOGNE CONSTANTA COPENHAGEN DNEPROPETROVSK DONETSK DUBLIN DUBROVNIK DUSSELDORF EDINBURG EKATERINBURG FRANKFURT FRIEDRICHSHAFEN GANJA GENEVA GENOA GOTHENBURG GRAZ HAMBURG HANOVER HELSINKI IVANO-FRANKIVSK KAZAN KHARKIV KHERSON KIEV KOŠICE KRASNODAR LEFKOSA LEIPZIG LISBON LJUBLJANA LONDON LUXEMBOURG LVIV LYON MADRID MALAGA MALTA MANCHESTER MARSEILLE MILAN MINSK MOSCOW MUNICH MUNSTER NAKHCHEVAN NAPLES NICE NOVOSIBIRSK NUREMBERG ODESSA OSLO PARIS PISA PODGORICA PORTO PRAGUE PRISTINA RIGA ROME ROSTOV ROTTERDAM ROVANIEMI SAINT PETERSBURG SALZBURG SAMARA SANTIAGO DE COMPOSTELA SARAJEVO SIMFEROPOL SKOPJE SOCHI SOFIA STAVROPOL STOCKHOLM STUTTGART TALLINN TBILISI THESSALONIKI TIRANA TOULOUSE TURIN UFA VALENCIA VARNA VENICE VIENNA VILNIUS VORONEZH WARSAW ZAGREB ZAPORIZHIA ZURICH ● **AFRICA** ABIDJAN ABUJA ACCRA ADDIS ABABA ALEXANDRIA ALGIERS ANTANANARIVO ASMARA BAMAKO BANJUL BATNA BENGHAZI CAIRO CAPE TOWN CASABLANCA CONAKRY CONSTANTINE COTONOU DAKAR DAR ES SALAAM DJIBOUTI DOUALA DURBAN ENTEBBE FREETOWN HURGHADA JOHANNESBURG JUBA KANO KHARTOUM KIGALI KILIMANJARO KINSHASA LAGOS LIBREVILLE LUSAKA LUXOR MAURITIUS MAPUTO MARRAKECH MISURATA MOGADISHU MOMBASA MORONI N'DJAMENA NAIROBI NIAMEY NOUAKCHOTT ORAN OUAGADOUGOU PORT SUDAN SEBHA SEYHELLES SHARM EL-SHEIKH TLEMEN TRIPOLI TUNIS YAOUNDÉ ZANZIBAR ● **ASIA** ABU DHABI ADEN AHVAZ ALEPPO ALMATY AL-QASSIM AMMAN ASHGABAT ASTANA AQABA BAGHDAD BAHRAIN BALI BANGKOK BASRA BEIJING BEIRUT BISHKEK COLOMBO DAMASCUS DAMMAM DHAKA DOHA DUBAI DUSHANBE ERBIL GUANGZHOU HANOI HO CHI MINH CITY HONG KONG ISFAHAN ISLAMABAD JAKARTA JEDDAH KABUL KARACHI KATHMANDU KERMANSHAH KHIJAND KUALA LUMPUR KUWAIT LAHORE MADINAH MALE MANILA MASHHAD MAZAR-I-SHARIF MOSUL MUMBAI MUSCAT NAJAF NEW DELHI OSAKA OSH PHUKET RIYADH SAMARKAND SANAA SEOUL SHANGHAI SHARJAH SHIRAZ SINGAPORE SULAYMANIYAH TABRIZ THAI TAIPEI TASHKENT TEHRAN TEL AVIV TOKYO ULAANBAATAR YANBU ● **TURKEY** ADANA ADIYAMAN AĞRI AMASYA/MERZİFON ANKARA ANTALYA BATMAN BİNGÖL BODRUM BURSA ÇANAKKALE ÇORLU DALAMAN DENİZLİ DIYARBAKIR EDİRNE İZMİR İZMİR ERZİNCAN ERZURUM ESKİŞEHİR GAZİANTEP HAKKARİ HATAY İĞDIR İSPARTA İSTANBUL İZMİR KAHRAMANMARAŞ KARS KASTAMONU KAYSERİ KOCAELİ KONYA KÜTAHYA MALATYA MARDİN MUŞ NEŞEHİR ORDU GİRESUN SAMSUN SİİRT SINOP SİVAS ŞANLIURFA ŞIRNAK TOKAT TRABZON UŞAK VAN



## TURKISH AIRLINES