GETOB
GÜNEY EGE TURİSTİK OTELCİLER VE İŞLETMECİLER BİRLİĞİ

GETOB

Yıl:1 | Sayı:5 | Eylül-Ekim 2025

getob.org.tr



RÖPORTAJ
Acar Ünlü
MARMARİS BELEDİYE BAŞKANI

Kapurcuk
KÜLTÜR VE GASTRONOMİ AKADEMİSİ

Bölgemizin
Gastronomi Haritası

Sessiz İhtiyaçlar ve Kapsayıcı Yolculuklar
Prof. Dr. Hande Kurnaz

Marmaris'in Değerli Mahalleleri

MARMARİS

ULUSLARARASI 2. KARYA VİZYON

TURİZM BULUŞMASI

15–16 NİSAN 2026





İZ BIRAKMADAN **DEĞER YARATMAK**

ONARICI (REJENERATİF) TURİZM VİZYONU

15 NİSAN ÇARŞAMBA

ULUSLARARASI 2. KARYA VİZYON TURİZM BULUŞMASI RESEPSİYONU

SAAT
18:00 – 19:00

YER:
GRAND PAŞA OTEL
MARMARİS

EV SAHİBİ

GETOB
GÜNEY EGE TURİSTİK OTELCİLER VE İŞLETMECİLER BİRLİĞİ

16 NİSAN PERŞEMBE

İZ BIRAKMADAN DEĞER YARATMAK ONARICI TURİZM VİZYONU

SAAT
10:00 – 17:00

YER:
GREEN NATURE DIAMOND HOTEL
MARMARİS

KARYA'DA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK: GELECEĞE MİRAS YÖNETİMİ

KONUŞMACILAR:

DEVLET - BAKANLIK KAMU KURUMLARI TEMsİLCİLERİ, YEREL YÖNETİMLER,
DEVLET - BAKANLIK PROTOKOLLERİ, İŞ BANKAsI, sTK, AKADEMİK KATILIMCILAR,
TURİZM VE YATIRIM PROFEsYONELLERİ

MİNİ PANEL: YENİ DÖNEM İÇ TURİZM ODAKLI STRATEJİK TURİZM YAKLAŞIMLARI

MARMARİS

ULUSLARARASI 2. KARYA VİZYON

TURİZM BULUŞMASI

15–16 NİSAN 2026

GETOB
GÜNEY EGE TURİSTİK OTELCİLER VE İŞLETMECİLER BİRLİĞİ

getob.org.tr getob.org.tr karyavizyon



GETOB DERGİSİ İMTİYAZ SAHİBİ

GETOB (Güney Ege Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği) adına
BAŞKAN Cengiz AYGÜN

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Nevcihan EREN

Yayın Kurulu
Pınar Altuntaş EFE
Nevcihan EREN
Süleyman YILDIZ
Volkan ŞİMŞEK

Dergi Mali İşler Sorumlusu
Onur ÜLGEN

Yayın Yönetmeni
Uğur SERİN

Grafik Tasarım
Serin Işık Reklamcılık Tur. ve Tic. Ltd. Şti

GETOB Yönetim Ofisi
Belediye Cd. No:8
Armutalan Kültür Merkezi
Ofis No: 4-5 Marmaris/MUĞLA
Tel: +90 252 412 02 00
Gsm: +90 506 640 54 04

www.getob.org.tr
info@getob.org

Baskı
Printer Ofset 865. Sk. No:23
Kemeraltı Konak / İZMİR
Tel: 0 232 425 06 36

Baskı Tarihi
Aralık 2025

Getob Dergisi, Güney Ege Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği tarafından hazırlanıp iki ayda bir yayımlanmaktadır.

Yasal Uyarı
Dergimizde yayımlanan yazılar, röportajlar ve ilanlar yazarlarının sorumluluğundadır. Yayın yönetimi içeriklerden sorumlu tutulamaz.

Tüm yazı ve görsel içerikler
5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu kapsamında korunmaktadır. İzinsiz kopyalanamaz, çoğaltılamaz ve yayımlanamaz.

3 Önsöz

16 Röportaj **Marmaris Belediye Başkanı Acar Ünlü**

20 Röportaj **Ece Baysal Güngör**

24 Bölgemiz **Marmaris'in Değerli Mahalleleri**

34 Sektörden **Dijital Misafir Deneyimi & Yeni Nesil Teknolojiler**

36 Sürdürülebilirlik **İklim Krizi ve Kıyı Turizmi**

38 **Bölgemizin Gastronomi Haritası**

40 **Marmaris Bisiklet Rotaları**

42 **Turizm Konaklama İşletmelerinde Çocuk Kulüpleri ve Çocuk Kulübü Dansları**

46 Sessiz İhtiyaçlar ve Kapsayıcı Yolculuklar **Prof. Dr. Hande Kurnaz**

48 **Kapurcuk Kültür ve Gastronomi Akademisi**

52 Röportaj **Serdar Sazalan**

54 **Otellerde Elektrikli Araç Dönemi**

59 GETOB **Ofisimizden Notlar**

önsöz



Marmaris, sahip olduğu doğal güzellikleri, köklü turizm geçmişi ve misafirperverliğiyle ülkemiz turizminin en önemli merkezlerinden biri olmayı sürdürmektedir. Ancak değişen dünya koşulları, misafir beklentilerinin farklılaşması ve rekabetin her geçen gün artması, bizlere turizmi artık yalnızca "devam ettirmenin" değil, "yeniden tanımlamanın" gerekliliğini göstermektedir.

Marmaris'in geleceği, vizyonu ve rekabet gücü; kentimizin vitrini niteliğindeki ana caddemizden başlamaktadır. Bu bölgedeki otellerimiz, destinasyonumuzun ilk izlenimini oluşturmakta, Marmaris'in marka değerini ve fiyat algısını doğrudan etkilemektedir. Dolayısıyla, Marmaris turizminin geleceği, bu tesislerimizin günümüzün turizm anlayışına uygun biçimde kendilerini yenilemeleriyle, modern ve çağdaş bir görünüme kavuşmalarıyla şekillenecektir.

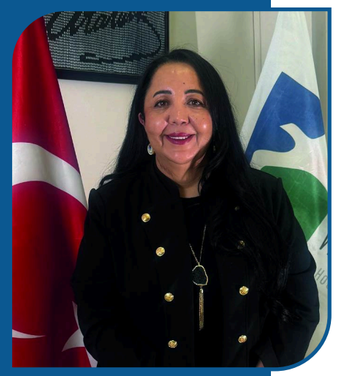
Günümüz turizminde başarı, sadece doluluk oranlarıyla değil; kalite, sürdürülebilirlik, misafir memnuniyeti ve estetik bütünlükle ölçülmektedir. Marmaris'in değerini koruyabilmek ve daha ileriye taşıyabilmek için artık her işletmemizin kendi "ürününü" yani tesisini çağın beklentilerine göre yeniden tasarlaması büyük önem taşımaktadır. Konaklama anlayışımızı, mimarimizi, hizmet dilimizi ve pazarlama vizyonumuzu yenileyerek bölge genelinde ortak bir kalite standardı oluşturmak, hepimizin ortak sorumluluğudur.

GETOB olarak bizler, bu dönüşüm sürecinde üyelerimizin yanında olmayı, Marmaris'in turizmdeki marka değerini yükseltecek her adımı desteklemeyi sürdüreceğiz. Ortak hedefimiz, Marmaris'i yalnızca Türkiye'nin değil, Akdeniz'in de en saygın ve en tercih edilen turizm destinasyonlarından biri haline getirmektir.

Güney Ege turizmine gönül veren tüm paydaşlarımıza emekleri, özverileri ve Marmaris'e duydukları bağlılık için teşekkür ediyor; bölgemizin geleceğini birlikte daha güçlü, daha yenilikçi ve daha sürdürülebilir temeller üzerinde inşa edeceğimize inanıyorum.

Cengiz Aygün

Yönetim Kurulu Başkanı
GETOB (Güney Ege Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği)



2026 Getob Vizyonu: Birlikte Güçlü, Birlikte Sürdürülebilir

Değerli üyelerimiz, kıymetli paydaşlarımız ve sevgili okurlarımız,

Turizm; yalnızca bir sezonun doluluk oranlarından ibaret değil. Bir destinasyonun itibarı, hizmet kalitesi, insan kaynağı, çevre hassasiyeti ve kurumlar arası uyumu ile büyüyen, her yıl yeniden inşa edilen stratejik bir değer alanıdır. Bu nedenle GETOB olarak vizyonumuzu tek bir cümlede özetliyoruz: Bölgenin rekabet gücünü artırırken, sürdürülebilirliği standart hâline getirmek.

2026 vizyonumuzu üç temel başlıkta topluyoruz:

1) Kalite ve güven odağını ortak standart hâline getirmek
Misafir deneyimi, artık "iyi niyet" ile değil; ölçülebilir kalite, tutarlı hizmet ve güvenli operasyonla yönetiliyor. İşletmelerimizin misafir güvenliği, hijyen, yaya yüzey zemin güvenliği, havuz ve teknik altyapı gibi kritik alanlarda ortak bir kalite dili konuşması; Marmaris ve çevresinin marka değerini doğrudan yükseltecektir. GETOB'un rolü, bu standartları yaygınlaştırmak ve sahaya uygulanabilir çözümlerle üyelerimizi desteklemektir.

2) Sezonu 12 aya yayma hedefini yerelden güçlendirmek
Bölgemizin güçlü yanları; doğası, kültürü, gastronomisi ve spor-turizm potansiyeliyle yılın tamamına yayılan bir turizm kurgusuna uygundur. Bu hedefin gerçekleşmesi için yerel yönetimler, kamu kurumları, üniversiteler ve sektörün birlikte hareket etmesi gerekir. GETOB olarak 2026'da odağımız; ürün çeşitliliğini artıran iş birlikleri, eğitim programları ve destinasyon tanıtımında ortak akıl mekanizmaları olacaktır.

3) Sürdürülebilirlikte somut, ölçülebilir adımlar
Sürdürülebilirlik artık bir "tercih" değil, rekabetin yeni standardıdır. Enerji verimliliği, su yönetimi, atık azaltımı ve çevre duyarlılığı; hem maliyet yönetimi hem de uluslararası pazar beklentileri açısından belirleyicidir. 2026'da hedefimiz, bu alanlarda işletmelerimizin erişebileceği pratik rehberler, eğitimler ve yerel projelerle sürdürülebilirliği sahaya taşımaktır.

Değerli okurlarımız,
GETOB'un gücü yalnızca kurumsal kimliğinde değil; üyelerinin dayanışmasında, ortak refleksinde ve bölgeye olan aidiyetinde saklıdır. Daha güçlü bir destinasyon için; doğru zamanda doğru paydaşlarla aynı masaya oturmayı, sorunları şeffaf biçimde konuşmayı ve çözümü birlikte üretmeyi sürdüreceğiz.

Bu sayımızın, sektörümüze katkı sunmasını; bölgemize ve tüm emek veren turizm ailemize bereketli bir dönemin kapısını aralamasını diliyorum.

Saygılarımla
Nevcihan Eren
Genel Sekreter
GETOB (Güney Ege Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği)





Uzak Doğu Pazarına Yönelik Stratejik Buluşma



Çin ve Uzak Doğu pazarının önde gelen online seyahat platformlarından Trip.com temsilcileri ile T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı (TGA) iş birliğinde, Fethiye Ölüdeniz'de düzenlenen toplantıya Güney Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği adına Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Süleyman Yıldız katılım sağladı. Toplantıda, bölgenin turizm potansiyelinin Uzak Doğu pazarında daha etkin şekilde tanıtılması, destinasyon çeşitliliğinin artırılması ve uluslararası görünürlüğün güçlendirilmesine yönelik değerlendirmelerde bulunuldu. Güney Ege turizminin küresel pazarlardaki payını artırmak amacıyla, sektör paydaşlarıyla yürütülen bu tür iş birliklerinin önümüzdeki dönemde de kararlılıkla sürdürülmesi hedefleniyor.





GETOB, RHEIN 66 BEST AGER WORKSHOP 2025'TE YER ALDI



Almanya'nın Bingen am Rhein kentinde düzenlenen Rhein 66 Best Ager Workshop 2025 etkinliğinde, Güney Ege Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği'ni (GETOB) temsilen Yönetim Kurulu Başkanı Cengiz Aygün yer aldı. Turizmin geleceğinde giderek daha fazla önem kazanan Best Ager (50 yaş üstü) turizmi, etkinlik kapsamında sağlık, wellness ve uzun süreli konaklama konseptleri çerçevesinde ele alındı. Bu segmentteki beklentiler, destinasyon tercihleri ve sürdürülebilir turizm modelleri üzerine değerlendirmelerde bulunuldu.
GETOB, Güney Ege bölgesinin bu özel pazardaki potansiyelini uluslararası platformlarda tanıtmaya ve yeni iş birlikleri geliştirmeye yönelik çalışmalarını sürdürmeye devam ediyor.



Eylül Ayı Olağan Yönetim Kurulu Toplantısı Gerçekleştirildi

GETOB Yönetim Kurulu'nun Eylül ayı olağan toplantısı gerçekleştirildi. Toplantıda, sektörün güncel durumu ve bölge turizmini ilgilendiren başlıklar kapsamlı şekilde ele alınarak değerlendirmelerde bulunuldu. Verimli geçen toplantının ardından, katkı sunan tüm yönetim kurulu üyelerine teşekkür edilirken, alınan kararların sektör ve bölge adına hayırlı olması temenni edildi.





İstanbul Turizm Fuarı'nda Marmaris Rüzgarı

İstanbul Turizm Fuarı, 25 Eylül tarihinde sektör temsilcilerini bir araya getirerek kapılarını açtı. Fuarın açılış gününe, GETOB Yönetim Kurulu Başkanı Cengiz Aygün katılım sağlayarak Marmaris ve bölge turizmini temsilen yer aldı. Fuarda kurulan Marmaris standı, turizm profesyonelleri ve sektör yöneticilerinin buluşma noktalarından biri oldu. Bölgenin turizm potansiyelinin, güncel gelişmelerin ve iş birliklerine açık yapısının ulusal ölçekte tanıtıldığı stantta, Marmaris'in güçlü destinasyon kimliği öne çıktı.
GETOB, İstanbul Turizm Fuarı'ndaki bu katılımla, Marmaris ve çevresinin turizmdeki konumunu güçlendirmeyi, sektörel iş birliklerini artırmayı ve bölgenin sahip olduğu değerleri daha geniş platformlara taşımayı hedefledi.





Avrupa'daki Türk İş Dünyasının Güçlü Temsilcisi: Turgut Torunoğulları



GETOB Dergisi'nin yeni sayısında, turizm ve iş dünyasının önde gelen isimlerinden, Orka Otelleri'nin sahibi ve aynı zamanda Dünya Türk İş Konseyi Avrupa Temsilciler Kurulu Başkanı Turgut Torunoğulları ile kapsamlı bir röportaj gerçekleştirildi. Röportajda, Avrupa'daki Türk iş dünyasının mevcut durumu, gelişen vizyonu ve turizm sektörüne sağlanan katkılar ele alındı. Torunoğulları, hem Avrupa ölçeğinde yürütülen çalışmaları hem de Türk girişimcilerin uluslararası alandaki etkisini değerlendirdi.
Gerçekleştirilen ziyaret kapsamında GETOB Dergisi'nin yeni sayısı da kendisine takdim edildi. Nazik ev sahipliği ve sektöre sunduğu değerli katkılar dolayısıyla, GETOB Yönetim Kurulu adına Turgut Torunoğulları'na teşekkür edildi.



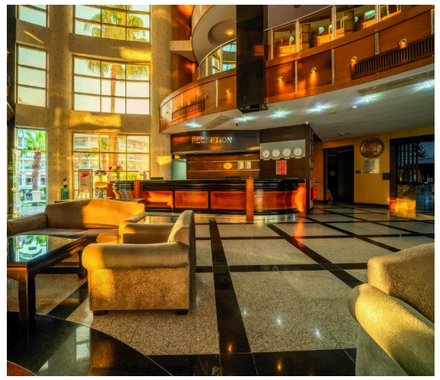
GETOB, TGA Toplantısında Bölge Turizmini Temsil Etti



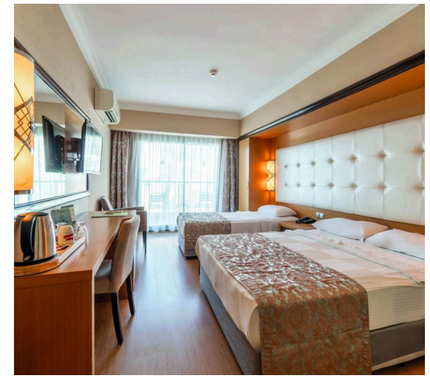
Valimiz Sayın Dr. İdris Akbıyık başkanlığında gerçekleştirilen Türkiye Tanıtım ve Turizm Geliştirme Ajansı (TGA) Toplantısı'na, GETOB Yönetim Kurulu Başkanı Sayın Cengiz Aygün katılım sağladı. Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı (TGA) iş birliğiyle yürütülen çalışmaların ele alındığı toplantıda, bölgenin ulusal ve uluslararası tanıtımına yönelik değerlendirmelerde bulunuldu.
GETOB, toplantı kapsamında bölgenin turizm potansiyelinin daha etkin biçimde değerlendirilmesi, sürdürülebilir ve nitelikli turizmin desteklenmesi yönündeki görüşlerini paylaştı. Kurum, bölge turizminin gelişimine katkı sunacak çalışmaları kararlılıkla sürdürdüğünü vurguladı.

GRAND PAŞA hotel
★★★★★









+90 252 417 7227

Siteler, Cumhuriyet Blv. No:9, 48700 Marmaris/Muğla, Türkiye

pasahotels.com



Marmaris, Deniz Ürünleri Festivali ile Sonbaharı Karşılıyor

Güney Ege Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği (GETOB), Marmaris Belediyesi tarafından düzenlenen Deniz Ürünleri Festivali kapsamında gerçekleştirilen basın toplantısında sektör paydaşlarıyla bir araya geldi. 1–5 Ekim tarihleri arasında Marmaris'te düzenlenecek festival, denizin bereketini Ege mutfağının özgün lezzetleriyle buluştururken, kentin kültürel ve sosyal dinamizmini de ön plana çıkarmayı hedefliyor. Festival süresince taze deniz ürünlerinden oluşan özel menüler, yerel tatlar, müzik ve eğlence dolu etkinliklerle ziyaretçilere kapsamlı bir gastronomi deneyimi sunulacak. Marmaris'in marka değerine katkı sağlaması amaçlanan festivalin, hem yerli hem de yabancı misafirler için güçlü bir çekim unsuru oluşturması bekleniyor. GETOB, bu tür organizasyonların bölge turizminin çeşitlenmesine ve sezonun daha geniş bir zamana yayılmasına önemli katkı sunduğunu vurguladı.



Selimiye'de Deniz Ürünleri Festivali Coşkusu

Marmaris Belediyesi tarafından düzenlenen Deniz Ürünleri Festivali'nin açılışına Selimiye'de katılım sağlandı. Bölge mutfağının özgün lezzetlerini ön plana çıkaran festival, beş gün boyunca ziyaretçilerini ağırladı. Deniz ürünleri temasıyla gerçekleştirilen bu organizasyonun, gastronomi turizminin gelişimine katkı sunduğu ve sezonun uzatılması açısından önemli bir rol üstlendiği ifade edildi. Yerel üreticilerin, işletmelerin ve bölge mutfağının görünürlük kazanmasına olanak tanıyan festivalin, Selimiye ve çevresinin turizm potansiyeline değer kattığı vurgulandı.
Festivalin düzenlenmesinde emeği geçen tüm paydaşlara teşekkür edilirken, Selimiye'nin kendine özgü atmosferinde gerçekleştirilen etkinliğin bölge tanıtımına önemli katkı sağladığı belirtildi.







Bir Kenti Anlatan Tatlar: Muğla Lezzet Festivali

GETOB Yönetim Kurulu, Uluslararası Muğla Lezzet Festivali'ne katılarak Muğla'nın zengin mutfak kültürünü yakından tanıma fırsatı buldu. Birbirinden ünlü şeflerin eşliğinde gerçekleştirilen etkinlikte, coğrafi işaretli ürünler ve yöresel lezzetler gastronomi tutkunlarıyla buluştu.

Festival kapsamında kurulan Yeryüzü Pazarı da ziyaret edilerek, yerel üreticilerin emeği ve üretim süreci yerinde incelendi. Muğla'nın merkezinde, Menteşe'nin tarihi ve kültürel dokusunu gastronomiyle buluşturan bu organizasyonun, bölgenin tanıtımına önemli katkılar sunduğu gözlemlendi.

Bu anlamlı etkinliğin hayata geçirilmesinde emeği geçen Muğla Tanıtım Platformu'na, Muğla Büyükşehir Belediyesi'ne ve Muğla Ticaret Odası'na teşekkür edildi.





Turizm Tesislerinde Yangın Güvenliği Masaya Yatırıldı

Marmaris Belediyesi tarafından düzenlenen toplantıda, turistik işletmelerin Binaların Yangından Korunması Hakkında Yönetmelik kapsamında almaları gereken önlemler ve uymaları gereken güvenlik tedbirleri ele alındı. Toplantıda, yangın güvenliği başta olmak üzere işletmelerin mevzuata uyum sürecine ilişkin güncel bilgiler paylaşıldı.

Güney Ege Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği (GETOB), Yönetim Kurulu Üyeleri ve birlik üyeleriyle birlikte toplantıya katılım sağladı. Görüşmelerde, yönetmelik hükümlerinin uygulanmasına yönelik tanınan süreler, işletmelerin yükümlülükleri ve alınması gereken teknik önlemler detaylı şekilde aktarıldı.





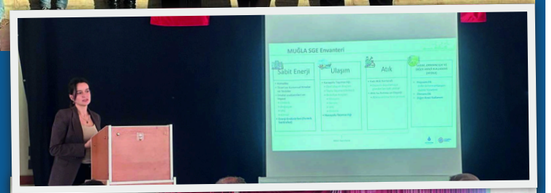
Toplantı kapsamında, turizm tesislerinde güvenlik standartlarının yükseltilmesinin hem misafir güvenliği hem de destinasyonun sürdürülebilirliği açısından taşıdığı öneme dikkat çekildi. GETOB, Marmaris'in afetlere karşı daha dirençli bir turizm destinasyonu haline gelmesi adına yürütülen bu tür bilgilendirme ve koordinasyon çalışmalarını önemsediklerini vurguladı.

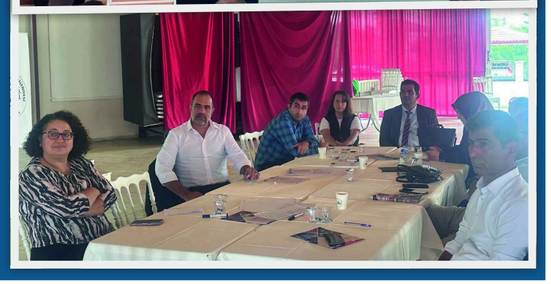


TÜROFED'te Gündem Turizmin Geleceği Oldu

Türkiye Otelciler Federasyonu'nun (TÜROFED) 7. Dönem 28. Olağan Yönetim Kurulu Toplantısı, Yönetim Kurulu Başkanı Erkan Yağcı başkanlığında ve ev sahipliğinde gerçekleştirildi. Toplantıya Güney Ege Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği (GETOB) de Yönetim Kurulu Başkanı Cengiz Aygün ile katılım sağladı.
Toplantıda, Türkiye turizminin güncel durumu, sektörel gelişmeler ve önümüzdeki döneme ilişkin hedefler ele alınırken, federasyon bünyesinde yürütülen çalışmalar değerlendirilerek görüş alışverişinde bulunuldu. Turizmde ortak akıl ve iş birliğinin önemine vurgu yapılan toplantı, sektör temsilcilerinin katkılarıyla tamamlandı.

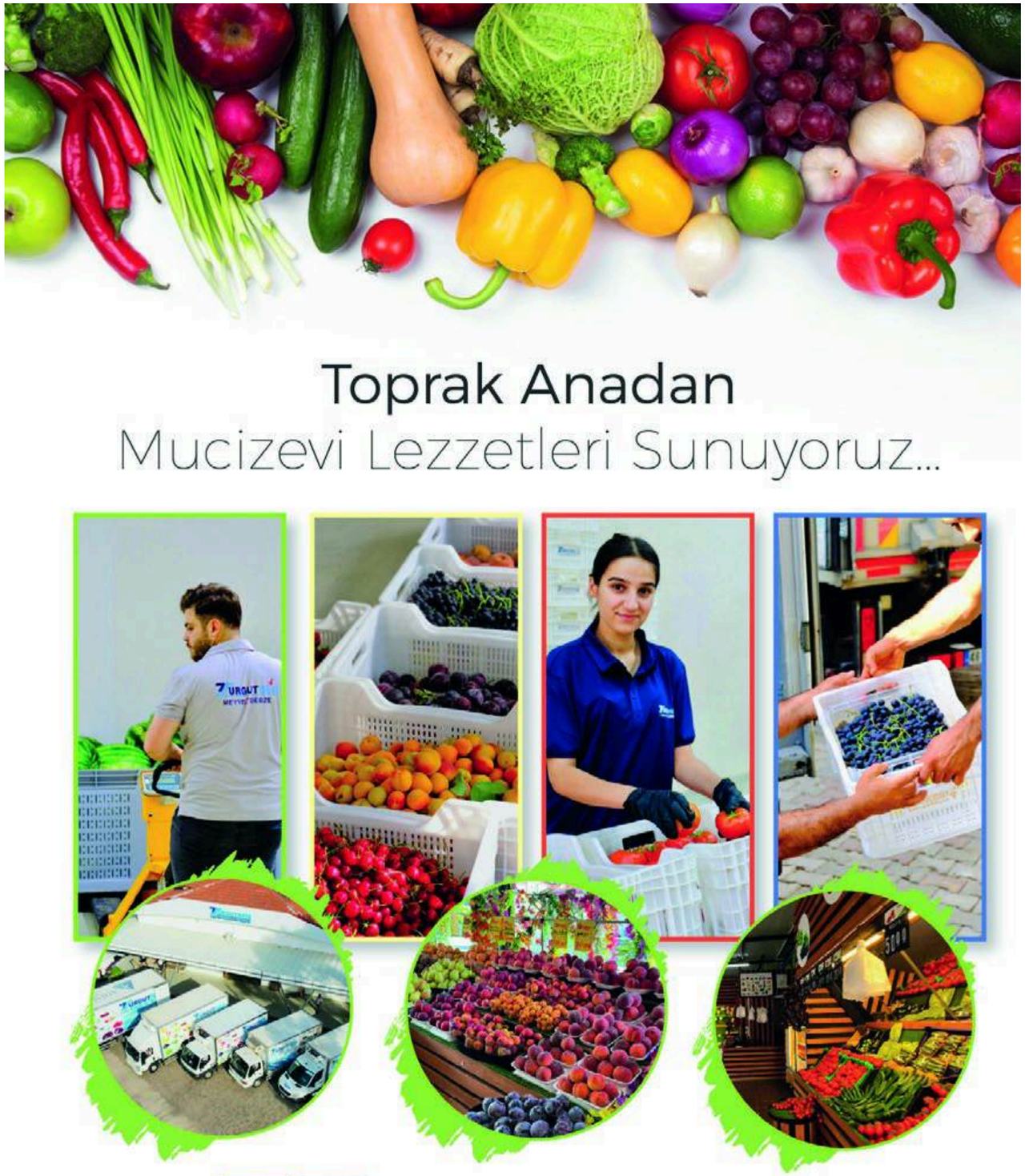


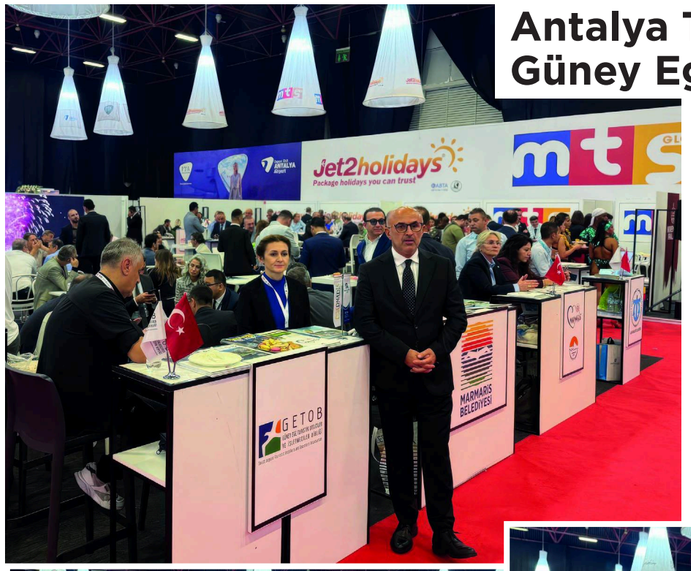




Muğla'nın Geleceği İçin Ortak İklim Adımı

Muğla Büyükşehir Belediyesi'nin öncülüğünde, 24 Ekim 2025 tarihinde Dalaman Belediyesi Kültür Merkezi'nde düzenlenen Sürdürülebilir Enerji ve İklim Eylem Planı (SECAP) Çalıştayı, yerel paydaşları bir araya getirdi. Çalıştaya GETOB Yönetim Kurulu Üyeleri Denizhan Yılmazer ve Ali Kaya katılım sağladı.
Çalıştay kapsamında; enerji verimliliği, sera gazı emisyonlarının azaltılması, atık yönetimi, ulaşım, tarım, turizm ve su kaynakları başta olmak üzere pek çok alanda yerelde uygulanabilecek çözüm önerileri ele alındı. Muğla'nın iklim değişikliğine karşı daha dirençli, çevreci ve enerji açısından verimli bir kent olma hedefi doğrultusunda ortak bir vizyon ortaya kondu.





Antalya Turizm Fuarı'nda Güney Ege Temasları

Marmaris Belediyesi öncülüğünde ve Marmaris Ticaret Odası iş birliğiyle, Güney Ege Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği (GETOB) olarak 22–24 Ekim 2025 tarihleri arasında düzenlenen Antalya Turizm Fuarı'na (ATF) katılım sağlandı. Yönetim Kurulu üyelerinin de yer aldığı fuar süresince, tur operatörleri, acente temsilcileri ve sektör paydaşlarıyla bir araya gelinerek 2026 sezonuna yönelik iş birliği olanakları ele alındı.
Gerçekleştirilen görüşmeler ve temaslar, bölge turizminin geleceğine dair ortak vizyonun güçlenmesine katkı sağlarken, yeni iş birliklerinin de temelini oluşturdu.



Endüstriyel Dayanıklılık
Dekoratif Estetik

Epoksi, endüstriyel ve dekoratif kaplama çözümlerinde malzeme, işçilik veya anahtar teslim hizmet.

☑ Epoksi Zemin Kaplama ☑ Islak Hacim Uygulamaları ☑ Otel & Spa Alanları
☑ Su Yalıtımı ☑ Anahtar Teslim Çözümler

CAPRA YAPI MALZEMELERİ

Hammerfast Construction Chemicals · JOTUN · Filli Boya · Polisan HOME COSMETICS · Demmerg CHEMICALS

0537 956 11 87 (HALUK AFŞAR) | **0533 810 98 61** (ERDEM BORUCU)
BAYIR MAH. AKSAZ CAD NO:48/5 MENTEŞE MUĞLA



MARMARİS BELEDİYE BAŞKANI

ACAR ÜNLÜ

Marmaris'in Geleceği: Sürdürülebilir, 12 Ay Yaşayan Bir Turizm Vizyonu

Marmaris Belediye Başkanı Acar Ünlü, kentin turizmden altyapıya, çevre politikalarından kültürel projelere uzanan yeni dönem hedeflerini değerlendirdi. Sürdürülebilirlik odaklı bir anlayışla Marmaris'i 12 ay yaşayan bir destinasyona dönüştürmeyi amaçladıklarını vurgulayan Ünlü, kentin marka değerini güçlendirecek projeleri ve önümüzdeki döneme ilişkin yol haritasını ayrıntılarıyla paylaştı.

1. Marmaris, Türkiye'nin en güçlü turizm merkezlerinden biri. Yeni dönemde Marmaris Belediyesi'nin turizmde öncelikli hedefleri ve stratejik yol haritası nelerdir?
Marmaris, sadece Türkiye'nin değil, Akdeniz çanağının en önemli turizm destinasyonlarından biri. Biz bu gücü korurken aynı zamanda doğru yönetilen, sürdürülebilir ve yılın tamamına yayılan bir turizm modeli oluşturmayı hedefliyoruz. Tüm çalışmalarımızı da bu hedef doğrultusunda yürütüyoruz. Önceliğimiz; Marmaris'in doğal dokusunu, kültürel mirasını ve yaşam kalitesini koruyarak turizmi geliştirmek. Kitle turizmini belli sınırlarda yapmaya devam ederken; nitelikli, çevreye duyarlı, yerel ekonomiye daha çok katkı sağlayan bir turizm yaklaşımını esas alıyoruz.

Biz Marmaris'i sadece ziyaret edilen bir tatil kenti değil; konforlu bir şekilde yaşanabilir ve her yönüyle değer üreten bir kent olarak geleceğe taşımak istiyoruz. Bu çerçevede yol haritamızı; 12 ay turizm hedefiyle spor, doğa, kültür, gastronomi ve sağlık turizmini destekleyen etkinlik ve organizasyonları artırmak, Marmaris'in doğal alanlarını ve kıyılarını koruyan, çevre dostu ve iklime duyarlı politikaları kararlılıkla uygulamak, kamu kurumları, sivil toplum, turizm paydaşları ve halkımızla katılımcı bir anlayışla ortak çözümler üretmek olarak belirledik.

2. Yerel yönetim olarak turizm sezonunun daha uzun bir döneme yayılması için ne tür çalışmalar yürütüyorsunuz?
Turizmi sadece yaz aylarına sıkışan bir faaliyet alanı olarak görmüyoruz. Marmaris'in doğası, iklimi, spor altyapısı ve kültürel zenginliği, yılın büyük bölümünde turizme elverişli bir potansiyel sunuyor. Bu nedenle hedefimizi yılın geneline yayılan turizm şeklinde net bir vizyonla ortaya koyduk.

Bu hedef doğrultusunda yürüttüğümüz çalışmaların başında etkinlik temalı turizm alanlarını güçlendirmek geliyor. Spor turizmi, bisiklet ve doğa yürüyüşleri, su sporları, kültür-sanat etkinlikleri ile gastronomi odaklı organizasyonları özellikle sezon dışı dönemlere yayıyoruz. Ulusal ve uluslararası yarışlar, festivaller ve etkinliklerle Marmaris'i yılın her döneminde canlı tutmayı amaçlıyoruz.

Örneğin, Dünyaca ünlü Tour de France bisiklet yarışının amatörlere yönelik etkinliği olan "L'Etape by Tour de France Yarışı" bu yıl Marmaris'te de yapılacak. 20 ülkede 35 farklı şehirde yapılan bu yarış Marmaris'i spor turizmi anlamında farklı bir noktaya taşıyacak.

Bir başka örnek ise Marmaris Uluslararası Yat Kulübü tarafından 37 yıldır yaşatılan "Marmaris Race Week". Bu yarışı çok önemsiyoruz. Daha da büyümesi ve yabancı ülke katılımının arttırılması için her türlü desteği sağlıyoruz. Yine spor turizmine katkı sağlayan Aquamasters Yüzme Yarışları, Marmaris Ultra Trail ve Veteran Basketbol Turnuvası gibi etkinliklerin bölgemizin spor turizmine katkısına inanıyor ve ciddi destek sağlıyoruz.



Gastronomi Festivali ile Selimiye, Söğüt ve Bozburun mahallelerimizin dünyaca ünlü mutfağını ulusal ve uluslararası ölçekte tanıtıyor; Yeni Yıl Festivali ile alışverişin, sokakların ve eğlencenin coşkusunu kış aylarına yayarak Marmaris'e hareket kazandırıyoruz.

DJ Festivali ile deniz, gençlik ve müziğin ritmini Marmaris'in doğal atmosferiyle buluşturuyor; uluslararası ziyaretçilerin ilgisini çeken, enerjisi yüksek bir marka etkinlik oluşturuyoruz. Başta MAKSAD tarafından düzenlenen kültür ve sanat festivalleri olmak üzere yıl boyunca süren çeşitli etkinliklerle de Marmaris'in çok katmanlı kültürel kimliğini, tarihini ve sanatsal üretimini görünür kılıyor; kenti bir kültür merkezine dönüştürmeye çalışıyoruz.

3. Son yıllarda artan altyapı ihtiyacı (su hattı, kanalizasyon, ulaşım, atık yönetimi gibi) turizmi doğrudan etkiliyor. Belediyenin bu konularda yürüttüğü güncel projeler ve hedeflenen iyileştirmeler nelerdir?
Marmaris'te 90'lı yıllarda başlayan altyapı yatırımları 2014'teki Büyükşehir Yasası sonrasında Muğla Büyükşehir tarafından yürütülmektedir. Büyükşehir Belediyesi ile iş birliği içinde içme suyunun bölgenin tamamına dağıtımı, arıtma tesislerinin bakımı ve geliştirilmesi, ilçe merkezinden kırsal mahallelere olan yolların bakımı ve geliştirilmesi başta olmak üzere çeşitli alanlarda çalışmalar yürütülmektedir.

4. Marmaris'in marka değerini yükseltmek için özellikle sürdürülebilirlik, çevre koruması ve yeşil alanların artırılması konusunda belediyenin atacağı adımları öğrenebilir miyiz?
Marmaris'in marka değerini yükseltmek demek sadece turizmde görünürlüğü artırmak değil aynı zamanda bu kentin doğasını, iklimini, denizini ve yaşam kalitesini koruyarak geleceğe taşımaktır. Bu yüzden sürdürülebilirlik, çevre koruması ve yeşil alan geliştirme yalnızca bir hedef değil Marmaris'in stratejik dönüşüm vizyonunun merkezinde yer alıyor.

Marmaris, 2026 Avrupa Yeşil Öncüsü Akıllı Turizm yarışmasında finale kalacak kadar güçlü çevre ve sürdürülebilirlik politikalarıyla dikkat çekiyor. Bu başarı, turizmde çevre dostu uygulamalara verdiğimiz önemin bir uluslararası teyididir.



"Marmaris'e özgü bir görsel dil oluşturmak, kent estetiğini güçlendirmek uzun vadeli hedefimizdir."

Belediye olarak, Avrupa Birliği İklim ve Enerji İçin Belediye Başkanları Sözleşmesi'ni imzalayarak iklim değişikliğiyle mücadele konusunda resmi ve uzun vadeli bir taahhütte bulunduk. Turizmde marka değerini yükseltmek, doğayı koruyarak mümkün olur ve biz bu yolu hem vizyonla hem de eylemle yürümeye kararlıyız.

5. Pandemi sonrası değişen misafir beklentileri, dijitalleşme ve akıllı şehir uygulamaları turizmi yeni bir noktaya taşıdı. Marmaris Belediyesi, bu dönüşüme nasıl hazırlanıyor?
Pandemiyle birlikte turizmde beklentiler köklü bir şekilde değişti. Artık misafirler yalnızca deniz ve güneş aramıyor; güvenli, dijital, sürdürülebilir ve kolay erişilebilir destinasyonlar tercih ediliyor. Biz Marmaris Belediyesi olarak bu dönüşümü yakından takip eden değil, önceden hazırlanan ve yön veren bir yerel yönetim anlayışıyla hareket ediyoruz.

Öncelikle dijitalleşmeyi, belediye hizmetlerinin ve turizm yönetiminin ayrılmaz bir parçası olarak görüyoruz. Belediyemizin dijital altyapısını güçlendirerek; online hizmetler, mobil uygulamalar, dijital bilgilendirme sistemleri ve akıllı yönlendirme çözümleri üzerinde çalışmalar yürütüyoruz. Ziyaretçilerin kentte geçirdikleri zamanı daha planlı, konforlu ve güvenli hale getirmeyi hedefliyoruz.

Pandemi sonrası dönemde hijyen, sağlık ve güvenlik beklentilerinin arttığının farkındayız. Bu nedenle kamusal alanlarda temizlik standartlarını yükseltiyor, sahillerden sosyal alanlara kadar her noktada güvenli kent yaklaşımını esas alıyoruz.

6. Dalyan, Akyaka, İçmeler, Turunç ve çevre mahalleler Marmaris destinasyonunun birer parçası. Bu bölgeleri kapsayan bütüncül bir turizm planlaması için belediyenin yaklaşımı nedir?
Marmaris geçmişten günümüze önemli turizm değerlerinin orta noktasında yer almasıyla önem kazanmıştır. Yalnızca belirttiğiniz yakın bölgeler değil, günübirlik gezilerle ulaşılabilecek Datça, Knidos, Stratonikea, Efes, Afrodisias, Pamukkale, Fethiye, Bodrum, hatta Rodos gibi destinasyonlar Marmaris kimliğinin güçlenmesine yardımcı olmuşlardır.

Marmaris Belediyesi sınırları içinde olanlar mahallelerde temel yaklaşımımız; her bölgenin kendine özgü karakterini koruyarak gelişmesini sağlamak. Bu kapsamda ulaşım bağlantıları, altyapı planlaması, çevre koruma politikaları ve tanıtım faaliyetlerini ortak bir çerçevede ele alıyoruz. Dalyan ve Akyaka gibi başka ilçe belediyelerine bağlı olan beldeler içinse Büyükşehir Belediyesi, hatta Muğla Valiliği başta olmak üzere çok sayıda kurumun uzun vadeli planlama çalışmaları yapması doğru olacaktır.

7. 2026 sezonu ve sonrası için Marmaris'in turizm gündeminde öne çıkacak yeni projeler, festivaller veya tanıtım çalışmaları hakkında bilgi verebilir misiniz?
2026'da Marmaris Belediyesi gerek kendi imkanlarıyla gerekse diğer kurum ve örgütlerin yapılan çok sayıda etkinliği göreceğiz.

Nisan'da Marmaris Ultra Trail, Mayıs'ta Yacht Charter Show, MAKSAD Kültür Sanat Festivali, Latin Fest, Haziran'da L'Etape by Tour de France, Temmuz'da DJ Fest, Ekim'de Deniz Ürünleri Festivali ve Oktoberfest, yine

Ekim ayı sonunda Marmaris International Race Week, Aralık ayında ise Yeni Yıl Festivali başta olmak üzere çok sayıda etkinlikle yıl boyu hareketli bir bölge yaratmaya çalışacağız.

Bunların dışında tanıtım alanında ise GETOB ve Ticaret Odası başta olmak üzere ilgili kurum ve örgütlerle çeşitli tanıtım çalışmalarını doğrudan gerçekleştirmeye veya destek olmaya çalışacağız.

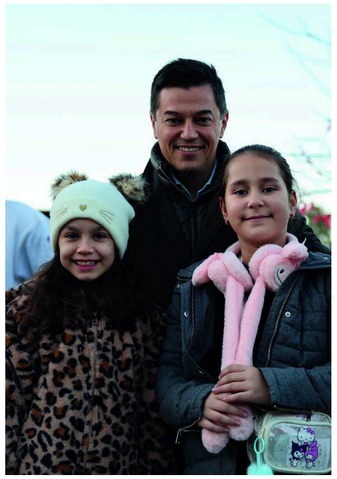
8. Marmaris'te tatilini geçirecek yerli ve yabancı turistlere Marmaris'in cazibe merkezi olarak sunulabilecek yerleri Belediye Başkanı gözüyle sıralamanızı istesek nereleri sayabilirsiniz?
Marmaris, her ziyaretçiye farklı bir hikaye sunan çok katmanlı bir destinasyon. Deniz, doğa, tarih, kültür ve yaşamın iç içe geçtiği bu coğrafyada sayabileceğimiz cazibe merkezleri oldukça zengin.

Öncelikle Marmaris Kalesi, Kale Evleri ve Çarşı, kentin tarihini ve günlük yaşamını en iyi yansıtan noktalardır. Kale ve müze gezisinin ardından çarşı sokaklarında yürümek, Marmaris'in ruhunu hissetmenin en güzel yollarından biridir.
Uzunyalı Sahili ve Marina, yürüyüş yapmak veya denizle iç içe vakit geçirmek isteyenler için önemli buluşma alanlarımızdır. Gün batımında marina çevresi, kentin en keyifli duraklarından biridir.

Doğayla baş başa kalmak isteyenler için İçmeler, Turunç, Amos ve Kumlubük koyları, Marmaris'in eşsiz deniz ve orman dokusunu bir arada sunar. Daha sakin ve özgün bir deneyim arayan misafirlerimiz için ise Selimiye, Söğüt ve Bozburun, hem doğal güzellikleri hem de mutfağıyla öne çıkan çok özel mahallelerimizdir.

9. Birkaç yıl önce yaşamış olduğumuz büyük orman yangını sonrasında meydana gelen sel felaketi sonucu denize dökülen derelerimiz üzerinden özellikle Marmaris ve İçmeler sahiline taşınan toprakların deniz tabanına yayılmayla oluşan organik kirliliğin bertaraf edilmesi hususunda Belediyemizin girişimleri bizlerle paylaşabilir misiniz?
Büyük orman yangını ve ardından meydana gelen sel felaketi, yalnızca karada değil, deniz ekosistemimiz üzerinde de ciddi etkiler yarattı. Sel sularıyla birlikte derelerimizden taşınan toprak ve organik materyallerin özellikle Marmaris ve İçmeler sahil bandında deniz tabanına yayılması, üzerinde hassasiyetle durduğumuz önemli bir çevresel sorun haline geldi.
Belediye olarak bu süreci ilk günden itibaren bilimsel, planlı ve çok paydaşlı bir yaklaşımla ele aldık. Bu kapsamda Avrupa Birliği destekli AB–Türkiye İklim Değişikliği Hibe Programı kapsamında sunduğumuz proje ile 660 bin Avroluk hibe desteği ile aldık.

Bu hibe ile İçmeler Koyu'nda ortaya çıkan erozyon, sedimantasyon, biyolojik çeşitlilik kaybı ve deniz ekosistemlerindeki bozulmaya karşı bütüncül ve doğa temelli çözümler üretmeyi hedefleyen, 24 ay süreli bir



iklim uyum ve ekosistem restorasyonu çalışması gerçekleştireceğiz. Bu destek, Marmaris'te deniz ekosisteminin korunmasına yönelik atılmış son derece önemli ve somut bir adımdır.

10. Marmaris'teki binaların dış cepheleriyle ve sokak görünümleriyle ilgili Belediyemizin çalışmaları var. Uzun vadede nasıl bir Marmaris bizleri bekliyor?
Marmaris'in kimliğini güçlendirecek unsurların başında kent estetiği ve görsel bütünlük geliyor. Uzun vadede hedefimiz; Marmaris'e gelen bir misafirin, kente adım attığı anda gözüne çarpacak Marmaris'e özgü bir görsel dil oluşturmak.

Bu anlayışla hayata geçirdiğimiz PTT Sokak ve Çarşı Projesi, bu vizyonun ilk ve en somut adımlarından biridir. Proje kapsamında PTT sokakta cephe düzenlemeleri, renk uyumu, tabela ve aydınlatma standartlarıyla daha sade, daha estetik ve Marmaris'in ruhuna uygun bir sokak dokusu oluşturduk.

Bu proje bizim için yalnızca bir sokak düzenlemesi değil; Marmaris genelinde uygulanabilecek örnek bir kent estetiği modelidir. Önümüzdeki süreçte, esnafımızla ve ilgili paydaşlarla iş birliği içinde, belirli bölgelerden başlayarak cephe renkleri, mimari detaylar ve tabela düzenlemeleri konusunda ortak bir yaklaşım geliştirmeyi hedefliyoruz.

11. Marmaris turizminin sürdürülebilir olabilmesi ve gelişebilmesi için bölge genelindeki Odalar ve STK'lardan yeterli desteği alabiliyor musunuz? Uygulanma imkanı olan daha farklı katkılar sizce neler olabilir?
Marmaris turizminin sürdürülebilir ve sağlıklı bir şekilde gelişebilmesi, tek başına bir kurumun çabasıyla mümkün değil. Bu nedenle odalarımız, meslek örgütlerimiz ve sivil toplum kuruluşlarımızla kurduğumuz iş birliğini son derece önemsiyoruz. Bugüne kadar birçok konuda destek aldığımız, birlikte ürettiğimiz ve ortak hedeflerde buluştuğumuz çalışmalar oldu.

Turizm stratejilerinin belirlenmesinde ortak çalışma grupları ve tematik komisyonlar oluşturulması, turizmi destekleyecek etkinlik, festival ve organizasyonların birlikte planlanması, Marmaris'in ulusal ve uluslararası tanıtımında tek sesli, güçlü ve ortak bir destinasyon anlatısı oluşturulması gibi konularda ortak hareket ediyoruz.

12. Son olarak, Marmaris turizmine gönül vermiş işletmeciler ve GETOB üyeleri için nasıl bir mesaj vermek istersiniz?
Marmaris turizmini bugünlere taşıyan en önemli güç, bu kente emek veren, yatırım yapan ve yılın her döneminde sorumluluk alan işletmecilerimiz ve turizm paydaşlarımızdır. Sizler sadece birer işletme sahibi değil, aynı zamanda Marmaris'in yüzü, sesi ve ev sahiplerisiniz.

Biz Marmaris Belediyesi olarak; sürdürülebilir, nitelikli ve 12 aya yayılan bir turizm hedefiyle yol alırken, sizlerin görüşlerini, deneyimini ve katkısını her zaman önemsiyoruz. Kapımız her zaman açık; birlikte konuşmaya, birlikte üretmeye ve Marmaris'i birlikte büyütmeye devam edeceğiz.

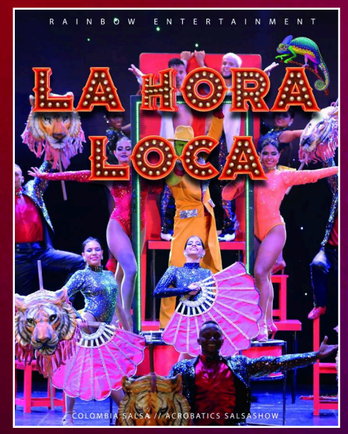
RAINBOW
ENTERTAINMENT
Let's make it happen together

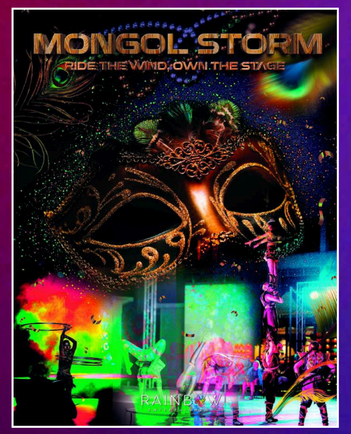














Eğlenceyi Ciddiyetle Sunan Marka

Akdeniz (Antalya) ve Ege Bölgesi'nde (Marmaris) kurumsal ofisleri bulunan tek entertainment firması olan Rainbow Entertainment, profesyonel yapılanması ve sektördeki güçlü konumuyla dikkat çekmektedir.

Firmanın sloganında da vurgulandığı üzere Rainbow Entertainment, renk, ırk, dil veya din ayrımı gözetmeden herkese eğlence sunma prensibini benimser. Eğlenceyi ciddiyetle ele alan, kalite ve profesyonellikten ödün vermeyen yaklaşımıyla bölgenin önde gelen markalarından biri olmayı sürdürmektedir.

0 533 379 07 48 - 0 532 602 01 94
Siteler Mahallesi Kemal Seyfettin Elgin Bulvarı NO:88/5 Marmaris/MUĞLA
info@rainbowentertainment.com.tr rainbowentertainment

Marmaris'in Gastronomi Mirası

Yaşayan Kültür, Sürdürülebilir Gelecek

Kapurcuk'un kurucusu Ece Baysal, Marmaris'in zengin gastronomi mirasını yalnızca kayıt altına almakla değil, üretimden eğitime uzanan bütüncül bir yaklaşımla yaşatmayı hedefliyor. Yerel üretici, genç kuşaklar ve uluslararası standartlar arasında kurulan bu denge; bölgenin gastronomisini sezonluk bir değer olmaktan çıkarıp sürdürülebilir bir deneyime dönüştürmenin anahtarı olarak öne çıkıyor.



Sizce bir bölgenin gıda mirası ne zaman gerçekten korunmuş sayılır? Tariflerin kayıt altına alınması mı, yerelde üretimin sürmesi mi, yoksa genç kuşaklara aktarımın somut biçimde ölçülebilmesi mi? Kapurcuk bu eşiği nasıl tanımlıyor?

Bizim için gıda mirası ancak üç şey aynı anda gerçekleştiğinde korunmuş sayılır: tarif kayıt altındaysa, yerelde hâlâ üretiliyorsa ve gençler tarafından gerçekten uygulanıyorsa. Sadece arşivlemek korumak değil; yaşatmak gerekir. Kapurcuk'un Marmaris Kültür ve Gastronomi Kitabı bu amaçla yazıldı ve Kapurcuk'un hem tarlası hem de üretim tesisi bu hedeflerle kuruldu ve aktif olarak çalışmaktadır. Kapurcuk olarak eşik noktamız şu: Bir tarif bir genç tarafından öğrenilip yeniden üretildiğinde ve yerel bir üreticinin emeğiyle sofraya geldiğinde o miras artık güvendedir. "Geçmişe saygı, geleceğe selam." sloganımız bu temennimizin dışa vurumudur.

Kapurcuk'un yaklaşımı gastronomiyi yalnızca tabakta değil, bir yaşam kültürü olarak ele alıyor. Marmaris mutfağını anlatırken en çok karşılaştığınız yanlış temsil ya da klişe nedir? Bunu engellemek adına "burada asla taviz vermeyiz" dediğiniz temel kırmızı çizgileriniz neler?

Gastronomi her zaman bütünsel olarak ele alınması gereken ve aksi halde eksik kalacak, multidisipliner bir yapıdır. Bir bölge veya ülkenin gastronomisi hakkında konuşabilmek için o coğrafyanın tarihini, kültürünü, faunasını ve florasını araştırmak, çalışmak ve öğrenmek bir zorunluluktur. Aksi halde yapılan iş eksiktir. Kapurcuk'ta da bu sebeple her zaman neden-sonuç ilişkisi ile ve konunun tarihi, coğrafi, kültürel özelliklerini sorgulayıp çalışarak ilerliyoruz.

Bölgemiz yaşam izlerini yüzyıllar boyunca katman katman biriktirmiş, farklı medeniyetlere ev sahipliği yapmış çok zengin ve şanslı bir bölgedir. Bu zenginliğin farkında olmadan ve bunları öğrenmeden yapılan her türlü mutfak çalışması sığ kalır ve hatalı olur. Dolayısıyla hikayenin doğru öğrenilmesi ve bunun aktarılması, sözlü ve yazılı tarihi verileri esas alarak uygulamaların devam etmesi asla taviz verilmemesi gereken konulardır. Bu temellerle de aslına uygun mutfak uygulamalarının yapılması yerel ürün kullanımı ile bütünleşerek fiziksel bir kültürel mirasa dönüşür ve yaşar.

Bir mesleğe gerçekten "yaşıyor" diyebilmek için hangi göstergelere bakmak gerekir? Usta–çırak hattının sürmesi, ürünün pazarda karşılık bulması, düzenli üretim, eğitim programı, gelir modeli... Kapurcuk tarafında sizin için en kritik gösterge hangisi?

Kapurcuk'un ideolojik bir proje olmasının yanında her zaman gerçeklikle bağı toplanan verilerin ürünleştirilip ekonomik bir değere dönüşmesi böylece de Marmaris'in hem şehir olarak hem de ürün bazlı markalaşmasına katkı sağlamak üzerine kuruludur. Bir hammaddeyi biz işleyip ona kendi varlığının üzerinde bir anlam ve değer katıp satılabilir bir ürüne çevirebiliyorsak ve bu üretim-satış döngüsü sürdürülebilir oluyorsa o yaşar. Bu ister bir Marmaris Sandaleti olsun, ister Gıyam olsun isterseniz de Pirinçli Balık olsun. Eğer bir usta bilgisini aktarabiliyorsa ve o bilgi ekonomik bir değer de yaratıyorsa o meslek yaşıyor demektir. Kapurcuk'ta biz bunu eğitim + üretim + gelir modeli birlikte varsa başarı sayıyoruz.

Yerel ürün, doğru bilgiyle birleştiğinde kültürel mirasa dönüşür.

"Uluslararası standartlarda eğitim" iddiası çok değerli; ancak yerelin ruhunu törpüleme riski de taşıyor. Siz müfredatta bu dengeyi nasıl kuruyorsunuz? Kapurcuk Akademi'nin eğitim tasarımını tek cümleyle hangi prensip özetler?

"Uluslararası standartla eğitim" bir iddia değil 5 yıldır üzerinde çalıştığımız projemizin temel yapı taşıdır. Kapurcuk Akademi, hem profesyonellerin hem de amatörlerin bir araya geldiği bir sosyal yaşam merkezi ve öğrenme alanıdır. Akademi'de hedef: bölgenin hizmet kalitesini arttıracak profesyonelleri yetiştirmenin yanında kendi gelişimine katkı sağlamak isteyen kişilerin de sosyalleşirken öğrenecekleri bir alanı Marmaris'e sunmaktır. Akademi sadece Marmaris'in değil tüm Muğla'nın kültür ve gastronomiye bakış açısını ve uygulamalarını geliştirmek amacıyla kurulmuştur. Şu noktayı önemle vurgulamak isterim: Kapurcuk markasının yeni bir projesi olan Akademi'de yerellik zengin coğrafyamızın sunduğu hammadde ve diğer kıymetlerin kullanılması olarak projenin bir ayağıdır. Ancak tüm öğreti ve müfredat uluslararası çalışmalar baz alınarak ve bu standartlarda oluşturulmuştur.

Akademi'de 222 tarifin iki dilde sunulması bir yandan standardizasyonu; gramaj, yöntem ve hijyeni zorunlu kılıyor, diğer yandan da "her evin dokunuşu" gerçeğini beraberinde getiriyor. Tarifleri derlerken bu iki uç arasında dengeyi nasıl kurdunuz? Sizin için "standart" nerede başlar, nerede biter?

Kapurcuk'un Marmaris Kültür ve Gastronomi Kitabı'nda kayıt altına aldığımız 222 tane tarif neden önemli önce bunu anlatarak başlayayım. Öncelikle Marmaris Mutfağı ile alakalı yanlış bir önyargı kayda değer bir verinin olmadığı yönündeydi. Ancak bunun doğru olmadığını ve Marmaris Mutfağı'nın oldukça zengin olduğunu 2,5 yıl süren saha ve akademik çalışmalarımız sonunda kanıtlamış olduk. Bu Marmaris için çok kıymetli bir veridir.

Yapılan çalışmalar ile uç yaratılması değil zaten geleneksel olarak evlerimizde "göz kararı" pişirilen tarifleri kayıt altına almış bulunuyoruz. Topladığımız verilerle ölçeklendirme çalışmaları yapılarak gelenek uluslararası uygulanabilir bir standarda dönüştürülmüştür.

Kitabımızda tarif kurgusunda tüm tariflerin porsiyon bilgilerine göre ölçekli tarifleri hazırlanmış olup her bir kişiye düşen porsiyonun da diyetisyenlerimizle birlikte enerji ve kalori hesaplamaları yapılmış bulunmaktadır. Bu neden önemlidir? Marmaris'in tariflerini okuyan ve uygulamak isteyen kişilere bir standart sunuyoruz, bunu ister evlerinde ister restoranlarına yapmak isteyenlerin aslına uygun olarak orijinal tarifi uygulamalarına imkan sunuyoruz. Diğer yandan da tarifin bir porsiyonunu tüketen kişinin edineceği enerji ve kalori bilgisini görme imkanını sunuyoruz.

Standart geleneksel bilginin yöntem ve teknikle buluştuğu, en önemli noktalardan birisidir. Standart olmadan sürdürülebilir üretim mümkün değildir. İster restoran üretimi ister paketli ürün üretimi olsun mirasın



geleceğin taşınması için standardizasyon zorunludur.

Oluşturulan standartlarla iki uç değil zaten evlerimizde "göz kararı" denilen usullerle hazırlanan ürünleri ölçeklendirme çalışması yapmış bulunuyoruz.

Akademi–sektör iş birliklerinde en sık karşılaşılan sorunlardan biri, teorinin uygulamada kopması. Yaşar Üniversitesi iş birliğinde başarıyı hangi somut çıktılarla ölçeceksiniz? Mezun niteliği, istihdam, uygulamalı eğitim kalitesi ya da sektör geri bildirimi gibi hangi göstergeler sizin için belirleyici olacak?

 bu soru yaşar üniversitesi ile ilişkimiz açısından hatalı olup cevaplanmamıştır. röportaja eklenmemesini rica ederiz

Kapurcuk'un dili "köyde üretimden deneyime, müzeden dükkâna uzanan bir ekosistem" kuruyor. Bu ekosistemde tedarik tarafı genellikle en kırılgan alan oluyor. Yerel üreticiyi kalite ve süreklilik açısından nasıl güçlendiriyorsunuz? "Adil fiyat – kalite – hacim" üçgeninde önceliğiniz hangisi ve neden?

Üreticilerle sadece alım yapan değil birlikte gelişen bir ilişki kuruyoruz. Eğitim, kalite kriterleri ve planlı alım sunuyoruz. "Adil fiyat – kalite – hacim" üçgeninde bizim önceliğimiz her zaman sürdürülebilir kalite. Çünkü kalite varsa pazar zaten oluşuyor. Hem alım öncesi hammadde analizleri yaptırıyor hem de bölgedeki tek ISO 22000 li üretim tesisis olarak da dışarıdan denetimlerle kalite standardımızı sürdürüyoruz.
Marmaris'te gastronomiyi yalnızca yaz sezonuna sıkışmayan bir değere dönüştürmek için sizce en güçlü hamle hangisi olur: gastronomi rotaları mı, atölye ve deneyim turizmi mi, yerel ürün markalaşması mı, yoksa kültür turizmiyle entegre programlar mı? Kısa vadede ve uzun vadede etkisi nasıl değişir?

Ayrı ayrı sayılan tüm bu ayaklar esasen bir olarak algılanabildiğinde ve uygulamaları yapıldığında sezonla sınırlanmayan ve sürdürülebilir bir gastronomi deneyimi mümkün olabilir. Bu ayakların hepsi birlikte, kaliteli şekilde misafire 12 ay boyunca aynı standartta sunulduğunda

Yerel üretici güçlenmeden turizm sürdürülebilir olmaz.

Marmaris'in gastronomisi ile anılması mümkün olabilir.

Soruda geçen "deneyim turizmi" zaten tüm diğer başlıkları kapsar. Gastronomi rotasının duraklarında yemek yemek veya kültür mirası olarak antik kent gezmek veya tatil dönüşü alınan bir yerel ürün.. bunların hepsi deneyimin bir parçasıdır.

Seyahat edenler daha önce deneyimlemedikleri bir kültürel ve gastronomi ile tanışmak ve bunu en doğal, saf ve orijinal hali ile öğrenmek isterler. Bir şehirde minimum 5 adet kültür ve gastronomi odaklı işletme olmadan, burada deneyim turizminden bahsetmek mümkün değildir, gerçekçi değildir. Bu konuda bir çekim yaratılması mümkün değildir. Marmaris için temelleri sağlam bir master plan yapılarak kısa vadeli ve uzun vadeli turizm politikaları oluşturulmadan bu programların etkilerinin ölçümlenmesi mümkün değildir. Tek bir özel işletmenin kendi bünyesinde yarattığı ve misafirlere sunduğu ürün ve hizmetlerin tek başına bir şehrin turizminde vizyoner liderlik dışında bir etkisinin beklenmesi gerçeği yansıtmaz.
9. Oteller, restoranlar ve üreticiler aynı masa etrafında toplansa, sizce ortak bir "Marmaris Gastronomi Standardı" tanımlanabilir mi? Tanımlanabilirse bunun vazgeçilmez 5 kriteri ne olur?

Herşey dahil sisteme mahkum otellerde maalesef bunun uygulanması minimal düzeyde mümkün olur. Restoranlarda bunun uygulanabilmesi için öncesinde belli başlı standartların uygulanması gerekir.

Tüm bunlara rağmen illa nedir bu standartlar derseniz,

Yerel ürün önceliği
Mevsimsellik
İzlenebilir tedarik
Geleneksel bilgiye saygı
Sürdürülebilir üretim yaklaşımı

Bu maddeleri uygulanabilir kıldığımız an zaten Marmaris'te ayrı bir hizmet kalitesine geçiş yapmış oluruz. Bu ütopyada da Marmaris'in gerçek değeri ile pazarlanması ve buna uygun kalitede misafirlerin buraya gelmesine imkan sunulur.

Atölye ve deneyim programlarında misafir hangi öğrenim duygusuyla ayrıldığında memnuniyet ve tekrar ziyaret artıyor? Kapurcuk'un en güçlü deneyim formatı sizce hangisi: hasat ve üretici ziyareti, mutfak atölyesi, tadım-eşleştirme, kültür anlatısı ya da rota turu?

Kişisel beklenti ve tatmin duygusu herkes için farklı. Profil olarak ve yaş grubu olarak yaşanılan deneyimin bıraktığı etki değişiyor. Misafirin "ben burada gerçek bir şey öğrenirken eğlendim" duygusuyla ayrılması bizim için en önemli kriter. Amatör, turistik programlarımızda en önemlisi kişilerin sıkılmadan yaşadıkları deneyimlerin temellerinin sağlam olduğunu da görmeleri. Herkesin bilgiye saniyeler içerisinde ulaşmasının mümkün olduğu bu hayat düzeninde bizim görevimiz her zaman en doğru bilgiyi misafirlerimizi eğlendirerek ve onlara eşsiz bir deneyim sağlayarak sunmak. Bu sistem ile memnuniyet ve tekrar ziyaret oranlarımız konu fark etmeksizin her zaman üst seviyelerde devam ediyor.

Bir gastronomi rotasında çok durak göstermekten çok, doğru hikâyeyi kurmak önemlidir. Sizce iyi tasarlanmış bir Marmaris gastronomi rotasının olmazsa olmaz üç tema başlığı ne olmalı? Örneğin çam balı, yabani otlar, deniz ürünleri, köy fırınları, zeytin ve zeytinyağı gibi hangi başlıklar Marmaris'i gerçekten anlatır?

Bir gastronomi rotasında tatmin edici sayıda durak gösterilebilmek ve bu durakların nitelikli işletmeler olmaları önemlidir. Nitelikli işletmeden kasıt lüks değil, yerelliği gerçek anlamda yansıtan, hijyen kurallarına uygun çalışan ve hikayenin bir parçasını oluşturan anlamındadır. Marmaris'in yüzyıllar boyu süregelen ve biriken zengin tarihi ve coğrafi zenginliği bize her zaman çeşitliliği ve bolluğu olan bu memleketin aslında ne kadar eşsiz bir yer olduğunu gösteriyor.

Marmaris tek bir ürün veya tek bir yemek ile sınırlanamayacak kadar zengin bir ürün çeşitliliğine doğal olarak haiz nadir coğrafyalardan birisidir.

Yıllardır bölgeyi hem akademik olarak çalışan hem de markalaşmasına katkı sağlamak için girişimleri olan bir Marmarisli olarak gururla bu zenginliğin bir ürünle sınırlandırılmasının diğerlerine haksızlık olacağını söyleyebilirim. Köylerimizde ve merkezde ürün / konu odaklı çalışmalar ile tüm bölgenin zenginliği hem paketli ürün hem kültürel deneyim hem de restoran menülerinde gelen misafirlere rahatlıkla sunulabilir. Her mevsim ayrı bir zenginlikle bizi besleyen bu toprakları bütünsel bir yaklaşım en iyi şekilde tanıtabilir.

Marmaris gastronomide büyürken tek bir ikon ürün üzerinden mi ilerlemeli, yoksa bir ürün sepeti yaklaşımıyla mı konumlanmalı? Kapurcuk bu konuda kendini nasıl konumluyor?

Yukarıda rota olan soru burada ürün bazlı sorulmuş. Cevap aynı. Bir ürün değil, bir konu değil: bu zenginlik tek bir ürüne sığmaz. Sığdırmaya çalışmak Marmaris'e büyük bir haksızlık olur.

Gastronomi dünyasında görünür emek ile arka plan emeği her zaman dengeli işlemiyor. Genç kadınlara kariyer stratejisi açısından özellikle önerdiğiniz iki davranış ne olur? Özellikle kaçınmalarını istediğiniz iki davranış ne olur?

Kadın - erkek ayrımı yapmaksızın, bu sektöre girmeyi hayal eden kişilere naçizane birkaç öneride bulunabilirim. Öncelikle, bu sektörde çalışmak demek ekseriyetle şef olmayı gerektirmez, gıda üretiminden akademisyenliğe; ürün küratöründen operasyon yöneticiliğine gibi daha birçok görevde de bulunmaları mümkün.

Gastronomi bir tutkudur. Bu tutku olmadan kimsenin bu alanda bir mesleğe adım atmasını tavsiye etmem. Gastronomi ile alakalı her türlü görevde de sebatkar olmak, çok çalışmak, disiplinli olmak olmazsa olmazlardan. Genç arkadaşlarımızın kaçınmalarını tavsiye edebileceğim davranışlar ise, üstlerinin tavsiyelerini dinlememek, görevlerini hakkıyla yerine getirmemek. Bunlar davranışsal tavsiyeler olup uygulanması halinde kariyerlerinde taktik ihtiyacı olmadan zaten başarılı olacaklardır.

Siz bir kadın girişimci ve kültürel miras odaklı bir işletmeci olarak, kadınların gastronomi, turizm ve girişimcilik alanlarında daha güçlü yer alabilmesi için bugün en çok hangi yapısal desteğe ihtiyaç duyduğunu düşünüyorsunuz?

Ben köklerine bağlı, Marmarisli bir kadın olarak yaptığım işin cinsiyetim ile değil bölgeme sağladığı katkı ile sınıflandırılmasını tercih ederim.

Kadınların, genel olarak herhangi bir yapısal desteğe ihtiyaç duyduğunu düşünmüyorum. Özellikle Muğla ve Marmaris kadınları sadece beden gücüyle değil yönetme kabiliyetiyle de bölgede tüm sektörlerde aktif çalışan ve hakim konumdadır.

Daha çok kadının sektörde aktif olarak çalışmasını teşvik için ise Akademi'de yaptığımız gibi doğru mentörlük sistemleri önemlidir. Üniversitelerde de bunun aktif olarak uygulanması gerekir.

Kadın liderler için çoğu zaman aynı anda hem görünür olmak hem de kendini sürekli ispat etmek gibi çift yönlü bir baskı var. Siz kendi yolculuğunuzda bunu nasıl yönettiniz? Genç kadınlara "kariyerini büyütürken özünü kaybetmemek" adına ne tavsiye edersiniz?

Ben hiçbir zaman kendimi birilerine ispat etmek ihtiyacını hissetmedim. Herkesin, kadın - erkek fark etmeksizin, kendi yolculuğu, kendi hatalarından ders aldığı anları vardır ve bunlar çok normal süreçlerdir. Benim hissettiğim baskı her zaman memleketime ve ülkeme yeterli katkıyı sağlayıp sağlayamadığım üzerinedir. Bu da tamamen içsel bir sınavdır. Odak her zaman yaratılan değerde olmalıdır. Yaratılan değer ve bunun sürdürülebilirliği ile zaten başarı ve görünürlük kendiliğinden gelecektir.

Bugünden 10 yıl sonrasına baktığınızda, Kapurcuk'un bir "marka"dan çok bir kurum olarak anılmasını istiyorsanız, geride bırakmak istediğiniz üç kalıcı miras ne olur?

Bizim için önemli olan Kapurcuk'un kurulduğu amaca hizmet ediyor. Yani Marmaris'in kültür ve gastronomisini geleceğe taşıması. Kültür ve gastronomi toprakta başlar. Topraktan gelen bu hikayenin devam etmesi için üretimin devam etmesi gerekir. Üretimin devam etmesi için yerli üreticilerin refah seviyelerinin yüksek olarak çalışmalarına değecek ekonomik döngüyü sağlamaları gerekir, bunun için de hem gıda işleyen üreticilerin hem de restoran, otel işletmelerinin yerel üreticiden veya yerel işlenmiş ürünlerden satın almaları gerekir. Ancak o zaman toprağından vazgeçmeyen yerel üreticiler ve yerli ürünlerden vazgeçmeyen işletmeler sayesinde oluşan arz-talep dengesi ile sürdürülebilir bir sistem oluşur. Bu kendi içerisinde bir ekosistemdir. Bu ekosistemin varlığı, devamlılığı ve büyümesi sadece Kapurcuk'un değil, Marmaris'in hedefi olmalıdır. Ancak o zaman bu özel yer hak ettiği değere ulaşır ve ancak o zaman hak ettiği misafirlerin radarına girer.

Son olarak; "Marmaris'in gastronomi turizmi" için tek cümlelik vaadiniz ne olur? Misafire ne söylerseniz, "bu yüzden ben sezon dışında da gelirim" der?

Bu soruya kitabımızın önsözünden bir kesit ile cevap vermek istiyorum:

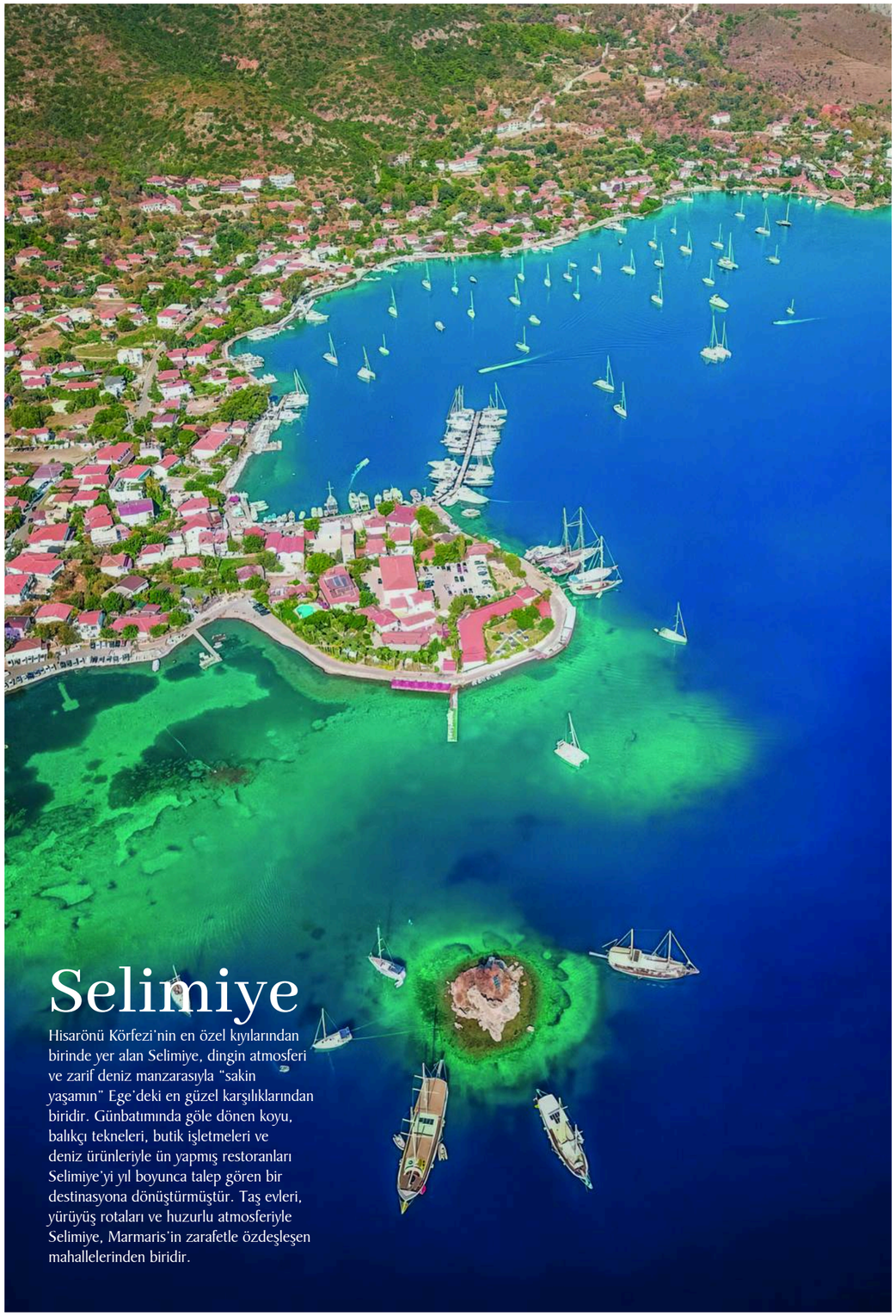
"Size, dağlarında keçilerin serbestçe gezindiği, tarlalarında yerli tohumların ekilip büyütüldüğü, eşsiz günbatımı manzaraları eşliğinde sofraların kurulduğu, kazanlarında yemeklerin kaynadığı, düğünlerinde oyunların oynandığı, deniziyle şifa veren bir Marmaris sunuyoruz.

Size, arı vızıltıları eşliğinde, çam ormanlarında yürüyüş yaparken, ruhunuzu ve bedeninizi arındırmayı; gıyamın ve sovanlı balığın tadına bakarken damağınızı şenlendirmeyi; Karamaka'ya tırmanırken tarihe tanıklık etmeyi; yabani atlarla yan yana yürürken doğa ile tekrar buluşmayı vaat ediyoruz.

Sizi davet ettiğimiz bu Marmaris hikayesinde yollarımızın kesişmesi dileğiyle...."

Marmaris'in
Değerli Mahalleleri
Her Köşesi Ayrı Bir Dünya

Ege'nin maviyle yeşilin iç içe geçtiği en özel coğrafyalarından biri olan Marmaris, yalnızca merkezden ibaret olmayan, her biri kendi kimliğini taşıyan farklı mahalleleriyle zengin bir turizm mozaiği sunar. Yarımadanın iki yanını çevreleyen koylar, doğanın sakin nefesiyle şekillenen köy dokuları, deniz kültürüyle harmanlanmış sahil yerleşimleri ve zengin gastronomik mirasıyla Marmaris'in mahalleleri, bölge turizminin parlayan yıldızları olmaya devam ediyor.

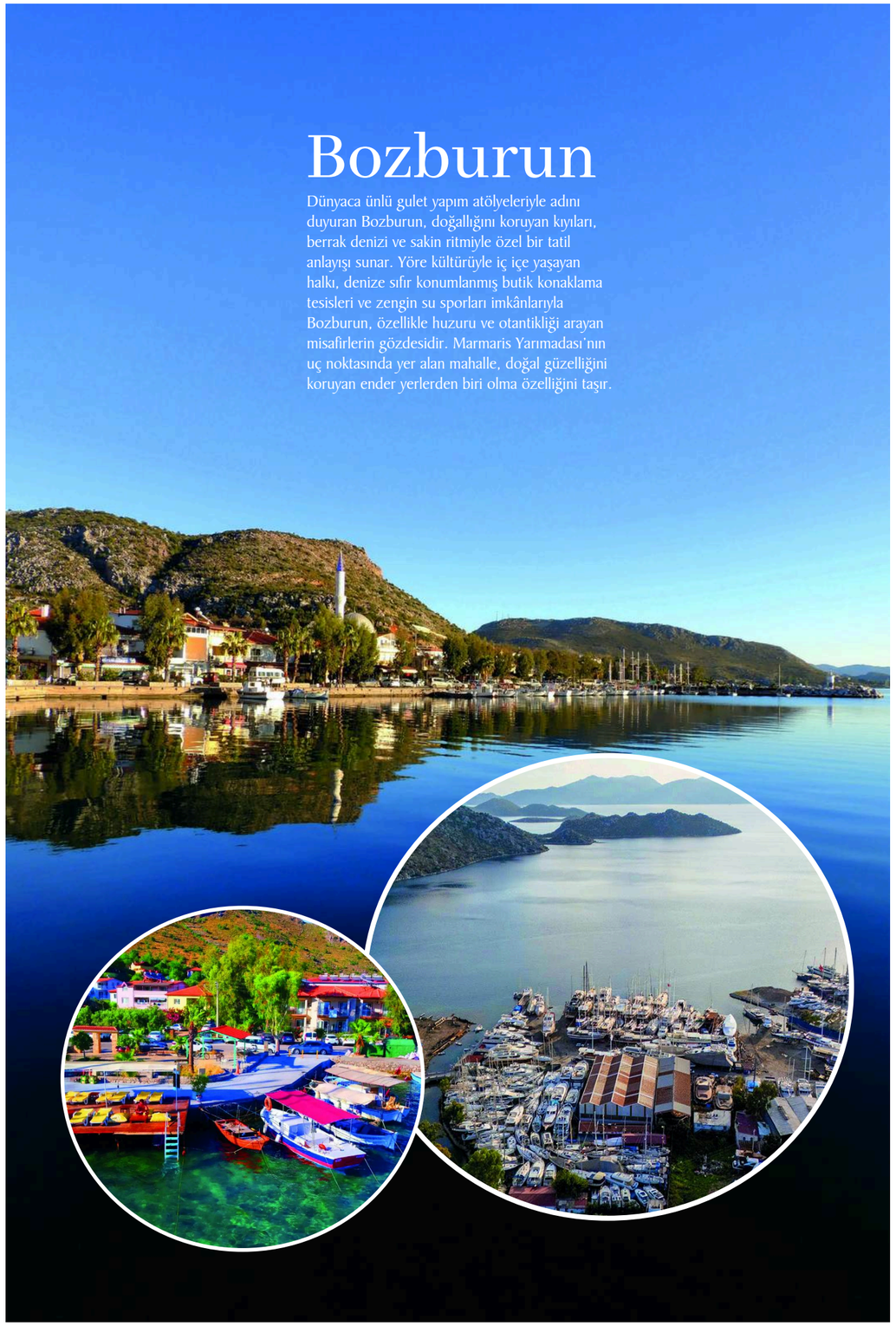


Selimiye

Hisarönü Körfezi'nin en özel kıyılarından birinde yer alan Selimiye, dingin atmosferi ve zarif deniz manzarasıyla "sakin yaşamın" Ege'deki en güzel karşılıklarından biridir. Günbatımında göle dönen koyu, balıkçı tekneleri, butik işletmeleri ve deniz ürünleriyle ün yapmış restoranları Selimiye'yi yıl boyunca talep gören bir destinasyona dönüştürmüştür. Taş evleri, yürüyüş rotaları ve huzurlu atmosferiyle Selimiye, Marmaris'in zarafetle özdeşleşen mahallelerinden biridir.

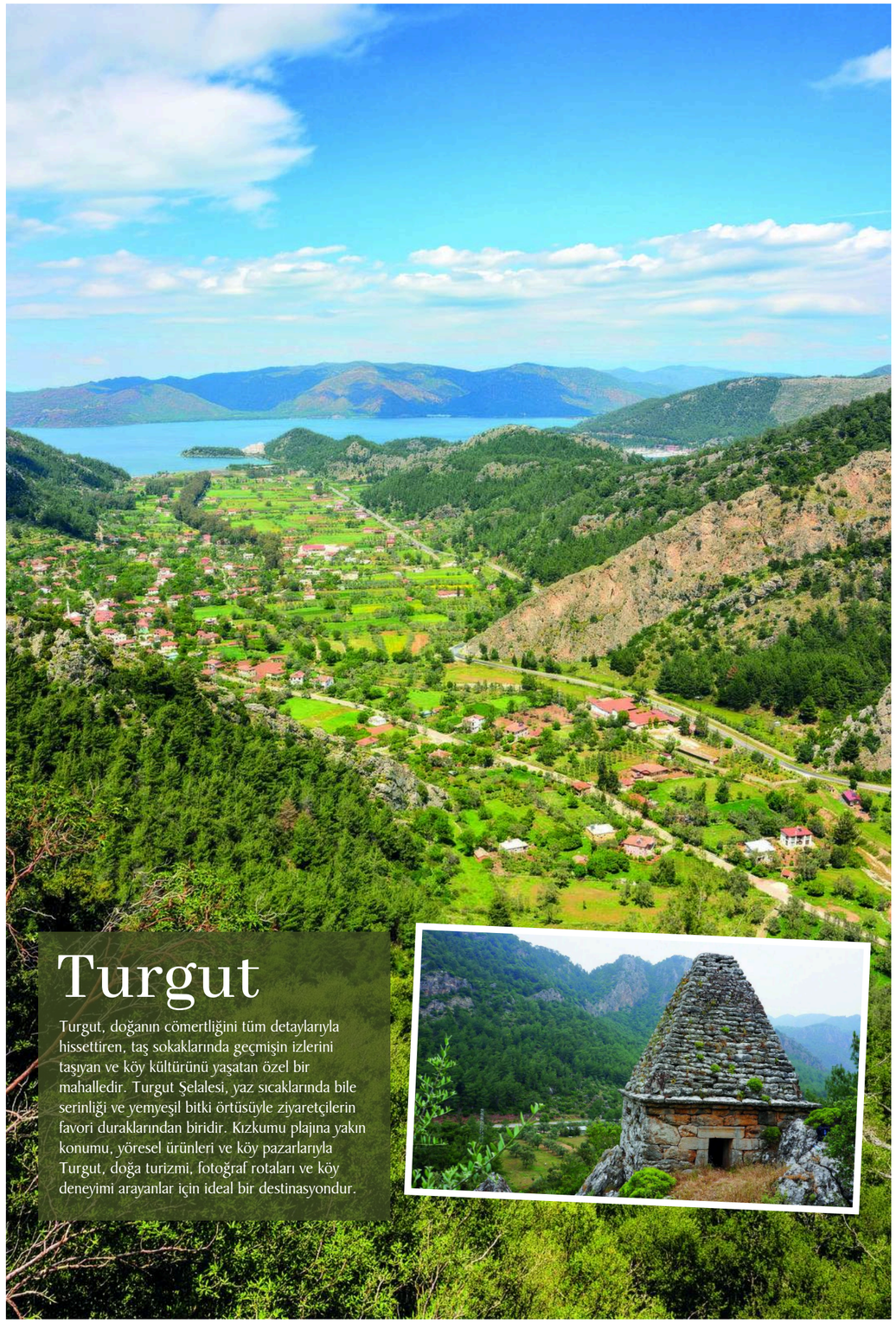
Bozburun

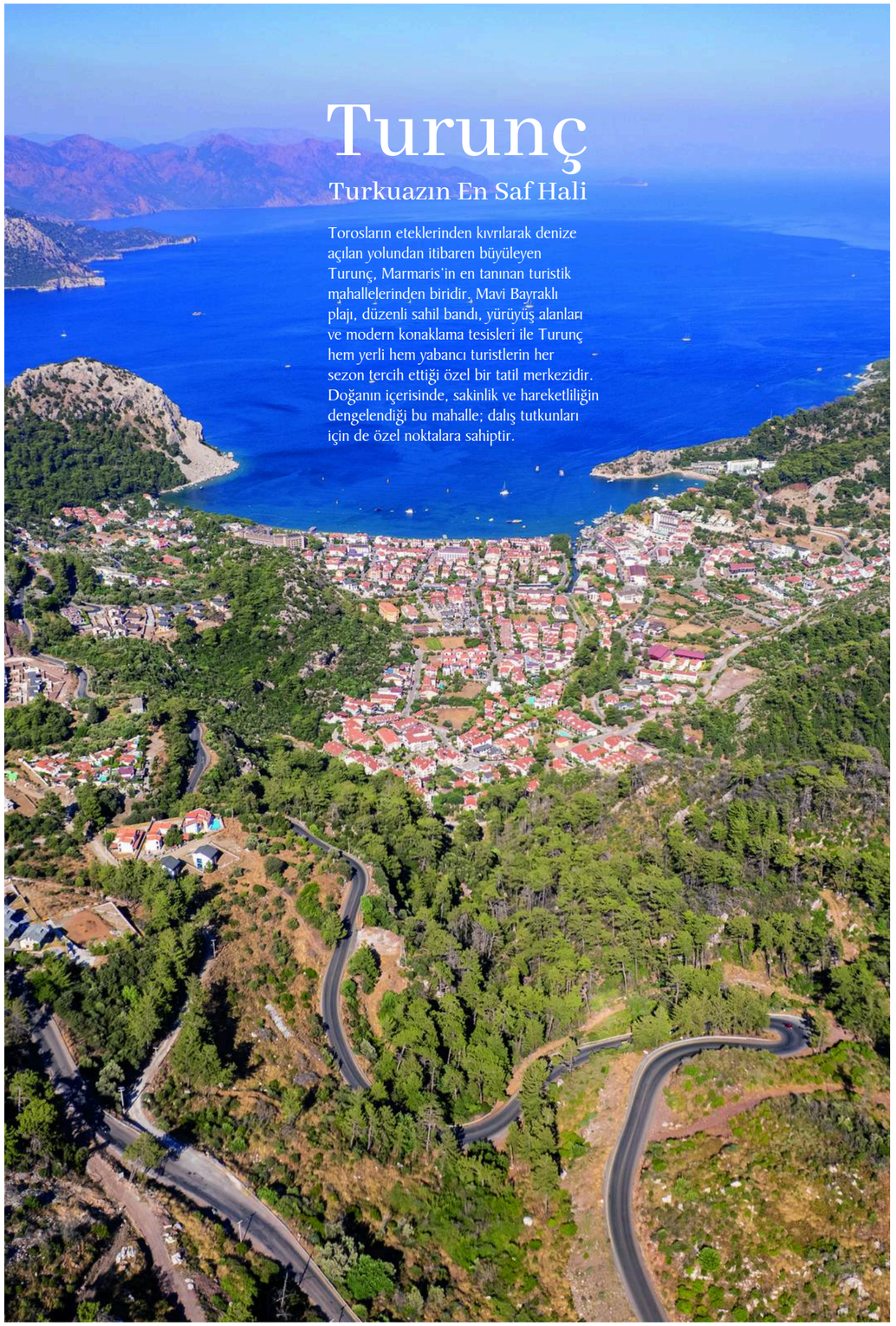
Dünyaca ünlü gulet yapım atölyeleriyle adını duyuran Bozburun, doğallığını koruyan kıyıları, berrak denizi ve sakin ritmiyle özel bir tatil anlayışı sunar. Yöre kültürüyle iç içe yaşayan halkı, denize sıfır konumlanmış butik konaklama tesisleri ve zengin su sporları imkânlarıyla Bozburun, özellikle huzuru ve otantikliği arayan misafirlerin gözdesidir. Marmaris Yarımadası'nın uç noktasında yer alan mahalle, doğal güzelliğini koruyan ender yerlerden biri olma özelliğini taşır.



Turgut

Turgut, doğanın cömertliğini tüm detaylarıyla hissettiren, taş sokaklarında geçmişin izlerini taşıyan ve köy kültürünü yaşatan özel bir mahalledir. Turgut Şelalesi, yaz sıcaklarında bile serinliği ve yemyeşil bitki örtüsüyle ziyaretçilerin favori duraklarından biridir. Kızkumu plajına yakın konumu, yöresel ürünleri ve köy pazarlarıyla Turgut, doğa turizmi, fotoğraf rotaları ve köy deneyimi arayanlar için ideal bir destinasyondur.





Turunç

Turkuazın En Saf Hali

Torosların eteklerinden kıvrılarak denize açılan yolundan itibaren büyüleyen Turunç, Marmaris'in en tanınan turistik mahallelerinden biridir. Mavi Bayraklı plajı, düzenli sahil bandı, yürüyüş alanları ve modern konaklama tesisleri ile Turunç hem yerli hem yabancı turistlerin her sezon tercih ettiği özel bir tatil merkezidir. Doğanın içerisinde, sakinlik ve hareketliliğin dengelendiği bu mahalle; dalış tutkunları için de özel noktalara sahiptir.



Orhaniye

Kızkumu Efsanesi ve Masalsı Manzara

Marmaris'in en çok ziyaret edilen doğal güzelliklerinden Kızkumu, Orhaniye'nin sembolüdür. Denizin ortasında yürüyormuş hissi veren bu eşsiz oluşum, hem manzarası hem de efsanesiyle bölgeye gelen turistlerin vazgeçilmez duraklarındandır. Orhaniye ayrıca yat turizmi için önemli bir merkezdir. Çam ormanlarıyla çevrili koyları, sakin atmosferi ve butik işletmeleriyle mahalle; doğa, deniz ve güvenli liman arayışının buluştuğu noktadır.



Söğüt

Sessizliğin ve Ege Lezzetlerinin Buluşma Noktası

Bozburun Yarımadası'nın en uç noktasında yer alan Söğüt, büyüleyici günbatımı, tertemiz denizi ve balık restoranlarıyla gastronomi turizminin öne çıkan duraklarından biridir. Sadeliği, doğallığı ve bozulmamış kıyı yapısıyla Söğüt; kendine has atmosferi arayan misafirler için her mevsim ayrı güzellik sunar.



Hisarönü

Doğanın Kucağında Kırmızı Kum ve Hafif Rüzgarlar

Hisarönü, rüzgârıyla ünlü, geniş sahil bandına sahip özel bir mahalledir. Kırmızı kum plajı, binicilik aktiviteleri, yelken ve rüzgâr sporlarına elverişli yapısıyla Hisarönü; aileler ve doğaseverler için ideal bir tatil atmosferi sunar. Ayrıca Marmaris-Datça yolu üzerinde olması sayesinde bölgenin geçiş destinasyonlarından biridir.

Çamlı

Sedir Adası'nın Kapısı

Çamlı, dünyaca ünlü Sedir Adası (Kleopatra Adası)'na açılan kapı niteliğindedir. Yemyeşil çam ormanları, doğal yürüyüş alanları ve sakin köy hayatı ile Marmaris'in en yeşil mahallelerinden biridir. Gökova Körfezi'ne bakan manzarası, doğa severlerin her yıl ziyaret ettiği alanlarla birleşerek Çamlı'yı önemli bir ekoturizm noktası hâline getirir.



Marmaris'in Her Mahallesi Ayrı Bir Değer

Marmaris, farklı tatil anlayışlarına hitap eden zenginliğini mahallelerinin çeşitliliğiyle gösterir. Sessiz koylardan gastronomi duraklarına, köy kültüründen butik tatil merkezlerine kadar geniş bir yelpaze sunan Marmaris'in bu özel mahalleleri; bölge turizminin sürdürülebilir, nitelikli ve dört mevsime yayılan yapısının temel taşlarını oluşturur.

AKADEMİ
Analiz Laboratuvarı
Akademi Analiz, Laboratuvar ve Danışmanlık Hizmetleri Ltd. Şti.

Akustik Gürültü
Ses Ölçüm Hizmeti

Binaların, eğlence mekanlarının Gürültüye Karşı Korunması Hakkında Yönetmelik kapsamında belirli kurallara tabi olan alanlarda profesyonel ölçüm hizmetleri sunan ekibimiz; yankılanma süresi, duyulabilir frekans, ses frekansı, ses basınç seviyesi gibi birçok farklı alanda araştırma yaparak en doğru sonuçlara ulaşmanızı sağlar.

Mekanınızın gereksinimleri kapsamında akustik panel desteği de veren uzmanlarımız hem bireysel hem de ticari binalarda akustik düzenin sağlanmasına katkıda bulunur.

Yokuşbaşı Mah. Emin Anter Bulvarı No:43/B Bodrum Muğla
0252 313 20 06 - 0549 313 20 07 info@akademianaliz.com.tr
akademi_analiz akademianaliz.com.tr

Sağlığınıza, çevreye ve geleceğe olan bağlılığımızla,
sizin için en iyisini sunmak için

- Kullanma suyu ve Buz Analizleri
- Kuyu Suyu – Tanker Suyu - Artezyen- Arıtma – Sızıntı Suyu Analizleri
- Gıda Analizleri
- Yem Analizleri
- Raf Ömrü Analizleri
- Swab Hijyen Analizleri
- Atıksu Analizleri
- Deniz Suyu Analizleri
- Havuz Suyu Analizleri
- Lejyonella Analizleri

Akademi Analiz Laboratuvarı, Tarım ve Orman Bakanlığı, Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı analiz kapsamında, TS EN ISO IEC 17025 Türkak Akreditasyon standartlarının tüm gereksinimlerini karşılayarak, deneylerinde uluslararası geçerliliği olan yöntemlerle DOĞRU, GÜVENİLİR, HIZLI analiz sonuçları vermektedir.

AKADEMİ
Analiz Laboratuvarı
Akademi Analiz, Laboratuvar ve Danışmanlık Hizmetleri Ltd. Şti.

Yokuşbaşı Mah. Emin Anter Bulvarı No:43/B Bodrum Muğla
0252 313 20 06 - 0549 313 20 07 info@akademianaliz.com.tr
akademi_analiz akademianaliz.com.tr



Güney Ege Otelcilik Sektöründe Dönüşümün Yeni Yol Haritası

Dijital Misafir Deneyimi & Yeni Nesil Teknolojiler

Teknoloji, tüm dünyada olduğu gibi Güney Ege turizmini de köklü bir dönüşümden geçiriyor. Oteller artık yalnızca konaklama hizmeti sunan mekânlar olmaktan çıkarak, misafirlerin seyahat öncesinden tatil sonrası iletişimine kadar uzanan bütünsel bir dijital deneyim oluşturma hazırlığında. Bu dönüşüm, hem yüksek rekabetin yaşandığı Ege–Akdeniz destinasyonlarında fark yaratan bir avantaj sağlıyor hem de işletmelere operasyonel verimlilik, misafirlere ise daha kişiselleştirilmiş hizmet sunma imkânı yaratıyor

Aşağıdaki başlıklar, GETOB üyelerinin kendi tesislerinde hızlıca uygulayabileceği yenilikçi çözümler ile zenginleştirilmiştir.

1. ChatGPT Tabanlı Concierge Hizmetleri
Yeni nesil misafirler hızlı yanıt, doğru bilgi ve 7/24 ulaşılabilirlik bekliyor. Bu noktada yapay zekâ destekli "concierge" uygulamaları, oteller için güçlü bir yardımcı haline geliyor.

ChatGPT Concierge Neler Yapabilir?
• Misafirin sorularına anlık yanıt verir (kahvaltı saatleri, havuz kuralları, aktiviteler vb.)
• Rezervasyon taleplerine ön bilgi ve yönlendirme sağlar.
• Bölge tanıtımını üstlenir (Marmaris, Akyaka, Dalyan, Datça gezileri hakkında öneriler sunar).
• Şikâyetlerin ilk aşamada karşılanmasını sağlar.
• Çok dilli iletişimi kolaylaştırır (İngilizce–Türkçe–Rusça hızlı çeviri).

GETOB Bölgesinden Uygulama Önerisi
Örneğin İçmeler'de bir apart otelde kullanılacak ChatGPT concierge, özellikle sezon yoğunluğunda resepsiyonun yükünü önemli oranda hafifletebilir. Misafir "Nerede iyi balık yenir?" diye sorduğunda, sistem bölge esnafını destekleyen öneriler sunabilir; "Akyaka Azmak tekne turu kaçta başlar?" sorusuna saniyeler içinde yanıt verebilir. Böylece misafir memnuniyeti yükselirken çalışanların zaman yönetimi de iyileşir.



2. Dijital Menüler, CRM ve QR Uygulamaları
Dijital Menüler
Pandemi döneminde yaygınlaşan QR menüler artık yalnızca hijyen için değil, gelir yönetimi ve satış artırma için kullanılan önemli bir araç haline geldi.

Avantajları:
• Fiyat güncellemeleri anlık yapılabilir.
• Fotoğraflı menüler satış oranını artırır.
• Birden fazla dilde sunulabilir.
• Oda içi bilgilendirme klasörlerinin yerini alır.

CRM Sistemleri
Misafir ilişkileri artık yalnızca check-in sırasında alınan bilgilerle sınırlı değil.
Güncel CRM sistemleri ile:
• Misafir tercihleri saklanabilir (yastık türü, oda konumu, kahvaltı tercihi vb.)
• Sadakat yönetimi yaratılabilir.
• Tekrar rezervasyon oranı artırılabilir.
• Kişiye özel öneriler oluşturulabilir.

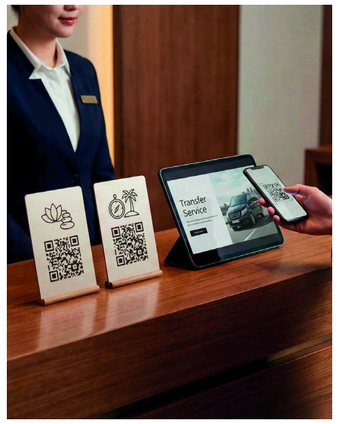


GETOB üyeleri için örnek:
Marmaris merkezde faaliyet gösteren bir otelde CRM sistemi kullanılarak " daha önce havuz kenarı odaları tercih eden misafirlere otomatik öncelik tanıma " uygulaması yapılabilir. Bu küçük detay, misafir memnuniyetini büyük ölçüde artırır.

QR Uygulamaları

Artık QR kodlar yalnızca menüler için değil;
• Spa fiyat listesi
• Housekeeping talepleri
• Arıza bildirimi
• Transfer talepleri
• Tur & aktivite satışları
gibi alanlarda da kullanılabiliyor.

Bu sistemler özellikle yoğun sezonda personel yükünü azaltıyor ve hataları minimuma indiriyor.



3. Otellerde Yapay Zekâ Kullanım Örnekleri
Yapay zekâ destekli uygulamalar artık lüks otellerle sınırlı değil. Orta ölçekli tesislerden butik otellere kadar her işletme bu sistemlerden yararlanabilir.

a) Talep Tahmini ve Gelir Yönetimi
AI destekli yazılımlar; doluluk oranlarını, piyasa fiyatlarını, geçmiş yılların verilerini ve rakip analizini dikkate alarak otellere dinamik fiyatlama önerileri sunuyor.

Bölgeden örnek:
Marmaris ve İçmeler'de hafta içi–hafta sonu fiyatları arasındaki değişimler, etkinlik dönemleri (festivaller, spor organizasyonları) ve uçuş yoğunlukları yapay zekâ tarafından analiz edilerek doğru fiyatlama yapılabilir.

b) Otomatik Mesaj Yönetimi
Yapay zekâ, telefon ve WhatsApp trafiğini azaltarak sık sorulan sorulara otomatik yanıt verebilir.

c) Personel Planlaması
Otelin yoğunluk dönemlerine göre vardiya önerileri oluşturabilir; bu özellikle housekeeping, F&B ve resepsiyon yönetiminde pratiklik sağlar.

d) Misafir Segmentasyonu
AI, misafirleri davranış ve harcama alışkanlıklarına göre gruplandırabilir. Böylece:
• Spa müşterileri
• Aile profili
• Balayı çiftleri
• Dijital göçebeler
gibi segmentlere özel kampanyalar sunulabilir.

4. Online Yorum Yönetimi ve Dijital İtibar Koruma
Turizmde "dijital itibar" bir işletmenin en değerli varlıklarından biridir. Özellikle Marmaris, İçmeler, Turunç, Selimiye ve Datça gibi rekabetin yüksek olduğu bölgelerde misafir yorumlarının etkisi çok büyüktür.

Yapay Zekâ ile Yorum Analizi

Yeni nesil sistemler:
• Tüm platformlardaki yorumları tek ekranda toplar.
• Olumsuz yorumları kategorilere ayırır (temizlik, havuz, ilgi, yemek, oda sorunları).
• Acil aksiyon gerektiren durumları yöneticilere bildirir.
• Yorum trendlerini analiz ederek iyileştirme alanları sunar.



İtibar Yönetiminde Öneriler
• Yanıtlarda şeffaflık ve netlik kullanılmalı.
• Misafir suçlayıcı ifadelerden kaçınılmalı.
• Çözüme odaklı, kibar bir üslup tercih edilmeli.
• Sorun çözüldükten sonra misafire geri dönüş yapılmalı.
• Düzenli olarak memnuniyet raporları oluşturulmalı.

GETOB olarak tüm üyelerimizin ortak online itibarının güçlenmesi, bölge turizminin güvenilirlik algısını doğrudan iyileştirir.

Güney Ege'de Yeni Nesil Otelcilik Başlıyor
Dijitalleşme artık bir tercih değil, turizm sektöründe ayakta kalmanın temel şartlarından biri haline geldi. Güney Ege'nin güçlü potansiyeli; yapay zekâ uygulamaları, dijital menüler, CRM çözümleri ve ChatGPT concierge hizmetleriyle birleştiğinde bölgeyi "dijital turizm destinasyonu" olmaya bir adım daha yaklaştıracaktır.

GETOB Bölgesinden Örnek Senaryo

Bir misafir "duş tıkanıklığı" ile ilgili olumsuz yorum yaptıysa sistem, bunu teknik ekibe otomatik görev olarak yönlendirebilir. Aynı konu tekrarlanıyorsa otelin altyapı politikalarına dair uyarı sistemi devreye girer.



GETOB üyeleri olarak bu dönüşümü doğru adımlarla uyguladığımızda:
• Misafir memnuniyeti artacak,
• Şikâyet oranları azalacak,
• Çalışan verimliliği yükselerek iş yükü hafifleyecek,
• Gelir yönetimi güçlenecek,
• Bölge markası daha rekabetçi bir seviyeye ulaşacaktır.

Dijitalleşen turizm dünyasında başarı, misafirin ihtiyacını hissettiren, hızlı, kişiye özel ve yenilikçi çözümler sunan işletmelerin olacaktır.



İklim Krizi ve Kıyı Turizmi

Küresel İklim Krizinin Kıyı Turizmine Etkisi
• Dünya genelinde turizm hareketliliğinin yaklaşık %80'i kıyı bölgelerinde gerçekleşiyor. Bu nedenle iklimde yaşanan en küçük değişiklik bile tatil tercihlerini etkiliyor:
• Deniz sıcaklıklarının yükselmesi, bazı bölgelerde mercan kaybına, deniz ekosisteminin zarar görmesine ve plaj kalitesinin düşmesine neden oluyor.
• Mevsim kaymaları, yüksek sezon dönemlerini değiştiriyor; bazı destinasyonlarda sezon daha erken başlarken bazı bölgelerde geç başlıyor.
• Aşırı sıcaklıklar, turistlerin tatil tercihlerini daha serin bölgelere kaydırabiliyor.
• Ormancılık ve yangın riskleri, özellikle Akdeniz iklimine sahip ülkelerde turizm güvenliğini tehdit edebiliyor.
• Bu genel tablonun etkileri, Güney Ege'de de artık açıkça hissediliyor.

Marmaris, Datça, Akyaka, Köyceğiz ve Dalyan İçin Riskler

a) Artan Sıcak Dalgaları
Yaz aylarında yaşanan sıcaklık artışları, özellikle Marmaris ve Datça gibi güneş yoğunluğu yüksek bölgelerde turistlerin rahatını etkileyebiliyor. Gündüz aktivite tercihleri düşüyor, turistler serin saatlere yöneliyor. Bu durum özellikle açık alan turizmi yapan işletmelerin planlamasını değiştiriyor.

b) Yangın Riski
Marmaris ve Datça Yarımadası, geçmiş yıllarda orman yangınlarıyla ağır sınavlardan geçti. Artan sıcaklık ve düşük nem değerleri, ormanlık alanların hassasiyetini artırıyor. Yangınların oluşturduğu duman, hava kalitesini ve bölge algısını olumsuz etkileyebiliyor. Bu da turizm sektöründe kısa dönemli rezervasyon kararlarına doğrudan yansıyor.

c) Deniz Seviyesi ve Kıyı Erozyonu

Dalyan İztuzu, Marmaris Uzunyalı, Turunç, Akyaka sahili gibi bölgelerde uzun vadede kıyı çizgisinin gerilemesi, plajların küçülmesi ve altyapı alanlarının risk altına girmesi öngörülüyor.

d) Ekosistem Hassasiyeti
• Azmak Nehri (Akyaka) gibi doğal su sistemleri sıcaklık artışından etkileniyor.
• Köyceğiz Gölü – Dalyan Kanalı arasındaki ekosistem, değişen su seviyeleri ve tuzluluk oranlarıyla hassas bir döneme girebilir.
• Caretta caretta üreme alanlarının sıcaklık nedeniyle değişmesi, Dalyan için önemli bir çevresel ve turistik konu haline geliyor.

Bölge İçin Fırsatlar: Değişen Dünya, Güçlenen Güney Ege

İklim krizi yalnızca risk değil; doğru adımlar atıldığında Güney Ege için yeni fırsatların kapısını da aralıyor.

a) Sezonun Uzaması
Avrupa'da aşırı sıcaklar nedeniyle turistler yaz aylarını daha kuzeyde geçirirken, Eylül–Ekim ve Mart–Nisan dönemlerinde Güney Ege ideal sıcaklıklara sahip oluyor.
Bu durum özellikle Marmaris, Datça ve Akyaka gibi destinasyonlarda sezonu uzatma fırsatı sağlıyor.

b) Sürdürülebilir Turizme Artan İlgi
Dünya genelinde turist kitlesi artık "yeşil işletme", "çevreye duyarlı otel", "ekoturizm" gibi kavramlara daha fazla önem veriyor.

GETOB bölgesindeki işletmelerin yenilenebilir enerji, atık yönetimi, su tasarrufu ve sıfır atık uygulamaları hem maliyet avantajı sağlıyor hem de tercih edilebilirliği artırıyor.

c) Alternatif Turizm Türlerinin Parlaması
• Akyaka: Rüzgâr ve doğa sporları, kite surf, trekking
• Datça: Yürüyüş rotaları, sakin turizm, butik tatil
• Köyceğiz: Göl turizmi, wellness–sağlık temelli turizm
• Dalyan: Doğa turizmi, çamur banyoları, kanal gezileri
• Marmaris: Bisiklet rotaları, yat turizmi, gastronomi rotaları

İklim değişiminin etkisiyle "kalabalık plaj tatili" yerine "doğayla uyumlu deneyim tatilleri" öne çıkıyor.

d) Yenilenebilir Enerji Kullanımıyla Maliyet Avantajı
Güneşlenme süresi açısından Türkiye'nin en verimli bölgelerinden biri olan Güney Ege, işletmelerin güneş enerjisi kullanarak hem karbon ayak izini azaltmasına hem de enerji maliyetlerini düşürmesine imkân veriyor.

GETOB Bölgesi İçin Öneriler: Güçlü Bir Gelecek İçin Ortak Adımlar

1. Akıllı Su Yönetimi
• Otellerde gri su kullanımı
• Damla sulama
• Havuz suyu yönetim sistemlerinin verimlileştirilmesi

2. Enerji Verimliliği
• Güneş paneli yatırımları
• Yalıtım güçlendirmesi
• LED aydınlatma ve akıllı oda sistemleri

3. Yeşil Ulaşımın Desteklenmesi
• Elektrikli araç şarj istasyonu
• Bisiklet yollarının işletmelerle entegre tanıtımı
• Personel için ortak ulaşım planlaması

4. Ekosistem Koruma Programları
• Azmak, Dalyan, Köyceğiz ve Marmaris kıyı hatlarının yerel STK'larla birlikte korunması
• Plaj erozyonuna karşı izleme çalışmaları
• Yangın gönüllülüğü ve erken uyarı sistemleri

5. Eğitim ve Farkındalık
Turizm çalışanlarının ve bölge halkının iklim krizinin sonuçları hakkında bilinçlendirilmesi, sürdürülebilir işletme kültürünü güçlendirir.

Sonuç: Değişen Dünyaya Uyumlu, Güçlü Bir Güney Ege
İklim krizi yalnızca bir çevre meselesi değil, turizmin kaderini doğrudan etkileyen bir gerçeklik.
Ancak Marmaris'ten Datça'ya, Köyceğiz'den Dalyan'a kadar tüm Güney Ege; doğal zenginlikleri, güçlü turizm geleneği ve bilinçli işletmecileriyle geleceğe en iyi hazırlanan bölgelerden biri olma potansiyeline sahip.

Doğru adımlar atıldığında, iklim krizinin riskleri yönetilebilir; fırsatları ise bölgeyi daha kaliteli, sürdürülebilir ve yüksek değerli bir turizm merkezine dönüştürebilir.

GETOB'un öncülüğünde atılacak her adım, sadece bugünün değil, gelecek nesillerin Güney Ege'sini korumak adına büyük önem taşıyor.



Bölgemizin Gastronomi Haritası

Marmaris, Akdeniz ve Ege mutfak kültürünün birleştiği özel bir gastronomi destinasyonudur. Bölgenin özgün tatları, deniz ürünleri, zeytinyağı kültürü, köy pazarları, coğrafi işaretli ürünleri ve yerel üreticileriyle zenginleşir. İşte Marmaris ve çevresinin bölgesel gastronomi rotaları, ürünleri, önerilen noktaları ve çiçeklenmiş lezzet alanları ile kapsamlı bir gastronomi haritası:

1 ÇAM BALI ROTASI

Marmaris – İçmeler – Turunç Osmaniye – Çamlı

• Marmaris, Dünya çam balı üretiminin %70'inden fazlasını karşılayan bir merkezdir.
• Coğrafi İşaretli Marmaris Çam Balı (Marmaris Ticaret Odası tarafından alınmıştır) bölgenin en önemli gastronomik ürünüdür.
• Özellikle Osmaniye, Turgut, Bayır, Çamlı köyleri bal ormanlarının kalbidir.

Öne çıkan duraklar:
• Köy üretici tezgâhları
• Bal tadım atölyeleri
• Köy kahvaltılarında çam balı deneyimi





2 ZEYTİN & ZEYTİNYAĞI ROTASI

Hisarönü – Orhaniye – Turgut Selimiye – Bozburun

• Bölge, aroması yüksek Edremit tipi erken hasat zeytinyağı ile tanınır.
• Turgut ve Orhaniye çevresi butik zeytinyağı üreticilerinin yoğunlaştığı alanlardır.

Öne çıkanlar:
• Zeytinlik gezileri
• Taş baskı zeytinyağı atölyeleri
• Yerel gurme dükkânları

3 DENİZ ÜRÜNLERİ VE KOYLAR MUTFAĞI

Selimiye | Bozburun | Söğüt | Orhaniye Turunç | Amos | Kumlubük

Bölge gastronomisinin en güçlü damarlarından biri "koy mutfağı"dır.

Öne çıkan lezzetler:
• Ahtapot tandır
• Kalamar dolma
• Taze lagos, sinarit
• Girit ezmeleri
• Mandalina aromalı deniz ürünleri tabakları

Gastronomi noktaları:
• Sahil balık restoranları
• Kayıkhane tipi küçük aile işletmeleri
• Deniz manzaralı küçük lokantala





4 YÖRESEL KÖY MUTFAĞI ROTASI

Bayır – Söğüt – Taşlıca – Bozburun – Turunç – Çamlı – Osmaniye

Bu rota, Marmaris'in en otantik mutfak geleneğini barındırır.

Öne çıkan tatlar:
• Kızılcık tarhanası
• Keşkek
• Sacda yöresel et yemekleri
• Çam fıstıklı köy pilavı
• Ebegümeci, arapsaçı, şevketi bostan gibi ot yemekleri

Deneyimler:
• Köy pazarları
• Ev yapımı reçel & turşu tezgâhları
• Köy kahvaltıları

5 AKYAKA & AZMAK NEHRİ MUTFAĞI ROTASI

Akyaka – Gökova – Akçapınar

Gökova'nın kendine has gastronomik kimliği vardır.

Öne çıkanlar:
• Azmak'ta taze balık
• Sakızlı muhallebi
• Akçapınar tost kültürü
• Organik pazar ürünleri
• Ege otları ile yapılan mezeler

Akyaka'nın trend tatları:
• Buz gibi Azmak'tan gelen suyla hazırlanan içecekler
• Vegan & vejetaryen menüler
• Kite sörfçüler için sağlıklı bowl menüler



6 DALYAN & KÖYCEĞİZ LEZZET ROTASI

GETOB'un kapsadığı geniş bölge gastronomisi içinde önemli yer tutar.

Öne çıkan gastronomik ürünler:
• Dalyan mavi yengeci
• Dalyan kefali
• Köyceğiz narı (coğrafi işaretli)
• Köyceğiz balı

Deneyimler:
• Kanal boyunca balık restoranları
• Nar bahçesi gezileri
• Dalyan pazarında yerel lezzetler



7 DATÇA MUTFAĞI ROTASI

Marmaris'e komşu olduğu için gastronomi haritasına mutlaka dahil edilmelidir.

Öne çıkan ürünler:
• Coğrafi işaretli Datça bademi
• Keçiboynuzu pekmezi
• Nurlu mandalina

Lezzet durakları:
• Datça sahil restoranları
• Eski Datça kafeleri
• Mandalina ve badem tatlıları



8 MODERN & YENİ NESİL MARMARİS MUTFAĞI

Merkez | İçmeler | Uzunyalı

Marmaris son yıllarda çağdaş gastronomide de güçlü adımlar atıyor.

Öne çıkanlar:
• Yeni nesil kahveciler
• Gastronomik burger & steakhouse konseptleri
• Kokteyl barlar
• Dünya mutfakları (Asya, Meksika, Peru etkileri)

Trend lezzetleri:
• Yerel ürünlerle fine dining menüler
• Zeytinyağlı tatlılar
• Bal & deniz ürününü birleştiren yaratıcı tabaklar



9 PAZARLAR VE YEREL LEZZET DURAKLARI

Kapalı Çarşı | Perşembe Pazarı | İçecek Marketleri

• Organik sebze-meyve
• Yerel otlar
• Ev yapımı salçalar, reçeller
• Bal, zeytinyağı, badem ürünleri



10 MARKA LEZZET ETKİNLİKLERİ VE FESTİVALLER

Marmaris gastronomisinin tanıtımında önemli rol oynayan etkinlikler:
• Marmaris Deniz Ürünleri Festivali
• GETOB Gastronomi Atölyeleri
• Marmaris Ticaret Odası'nın Bal Tanıtım Etkinlikleri
• Koy mutfağı tanıtım günleri
• Yerel üretici festivalleri



Marmaris Bisiklet Rotaları

Doğanın Kalbinde Çevreci ve Keyifli Bir Keşif

Ege ve Akdeniz'in kesiştiği büyüleyici bir coğrafyada konumlanan Marmaris, yalnızca masmavi koyları ve doğal güzellikleriyle değil; aynı zamanda bisiklet tutkunları için sunduğu zengin ve güvenli rotalarıyla da dikkat çeken bir destinasyondur. Son yıllarda sürdürülebilir turizm anlayışının yükselmesiyle birlikte, Marmaris iki teker üzerinde keşfetmek isteyen yerli ve yabancı ziyaretçilerin vazgeçilmez duraklarından biri olmuştur.

Marmaris, kıyı boyunca uzanan manzaralı yolları, gölgeli orman patikaları, zorlu dağ tırmanışları ve samimi köy geçişleriyle her seviyeden bisikletçiye hitap eder. Bölgede trafik yoğunluğunun sakinliği, tertemiz oksijenli hava ve yılın 300 gününe yayılan güneşli iklim, Marmaris'i dört mevsim bisiklet sürmeye elverişli hâle getirir.

Ayrıca bölgenin coğrafi yapısı kısa mesafelerde dahi değişken manzara sunar; bir anda sahilden orman içine, ormandan dağ yollarına veya köy hayatına geçiş mümkündür. Bu çeşitlilik, Marmaris'i Türkiye'nin en özel "doğa odaklı bisiklet parkurlarından" biri hâline getirmektedir.



BİSİKLETÇİLERE ÖNERİLER

- Yaz aylarında sıcaklık nedeniyle sabah erken veya akşamüstü saatler tercih edilmelidir.
- Yanınızda yeterli miktarda su ve enerji takviyesi bulundurmanız önemlidir.
- Kask, eldiven, ışık ve yansıtıcı ekipmanlar güvenli sürüş için olmazsa olmazdır.
- Özellikle doğa koruma bölgelerinde çöp bırakmamak ve iz bırakmamak esastır.
- Köy rotalarında yerel halk ile iletişim kurmak hem keyifli hem de dostça bir deneyim sunar.
- Rotaların bazı bölümlerinde telefon sinyali zayıflayabileceğinden planlamayı önceden yapmak önerilir.
- Yaz aylarında sıcak asfalt nedeniyle lastik basınçlarını dikkatli kontrol etmek gerekir.

1) Marmaris – İçmeler Sahil Rotası
(Kolay / Manzara Ağırlıklı)
Marmaris merkezden İçmeler'e kadar uzanan sahil yolu, bölgenin en popüler ve en güvenli bisiklet parkurlarından biridir. Denizle paralel uzanan bu rota boyunca manzaranın her an değiştiğini hissedersiniz. Bisiklet yolu geniş, düzgün ve her yaştan sürücüye uygundur.

Gün batımında altın tonlarına bürünen sahil, fotoğraf çekmek isteyenler için de ideal bir ortam sunar. Yolda mola verebileceğiniz pek çok kafe ve seyir noktası bulunduğundan, rotayı keyifli bir "manzara turu" olarak değerlendirebilirsiniz.

Mesafe: 8 km
Zorluk: Kolay
Öne çıkanlar: Sahil manzarası, yürüyüş yolları, kafeler, aydınlatılmış yol

2) İçmeler – Turunç Tırmanış Rotası
(Orta / Zor – Panoramik Manzara)
Bu rota, Marmaris'in en etkileyici tırmanışlarından birini sunar. İçmeler'den başlayarak virajlı dağ yollarından Turunç'a kadar ilerleyen sürüş boyunca, bir yanda çam kokuları, diğer yanda açılan nefes kesici Marmaris Körfezi manzaraları size eşlik eder.

Tırmanış bölümü sporcular tarafından sıkça tercih edilse de orta seviyede sürücüler için de yönetilebilir bir parkurdur. Zirve noktasına vardığınızda Turunç'un turkuaz sularını tepeden görmek unutulmaz bir deneyimdir.

Mesafe: 12 km
Zorluk: Orta – Zor
Öne çıkanlar: Panoramik körfez manzaraları, keskin virajlar, doğayla iç içe yol

3) Marmaris – Hisarönü – Orhaniye – Selimiye Köyler Rotası
(Orta – Kültürel & Doğal)
Bu rota bisikletçilere sadece doğa değil, aynı zamanda kültürel bir keşif sunar. Marmaris'ten çıkıp Hisarönü'ne doğru ilerleyen yol, bir süre sonra kıyı şeridinden köy yaşamının kalbine doğru ilerler.



Hisarönü'nün geniş ovaları, Orhaniye'nin Kızkumu efsanesi ve Turgut Şelalesi'nin serin doğası bölgeyi zenginleştirir.

Selimiye'ye vardığınızda sakin köy atmosferi, taş evler ve balıkçı teknelerinin süslediği liman sizi karşılar. Bu rota, "bisiklet + kültür + manzara" üçlüsünü bir arada sunan eşsiz bir deneyimdir.

Mesafe: 35–45 km
Zorluk: Orta
Öne çıkanlar: Kızkumu, köy yolları, zeytinlikler, taş evler, sahil kasabaları

4) Marmaris – Beldibi – Yalancıboğaz Orman Rotası
(Orta – Doğa & Sessizlik)
Şehirden uzaklaşıp tamamen doğanın içine karışmak isteyenler için ideal bir parkurdur. Rota, çam ormanlarının yoğun olduğu gölgeli patikalardan geçer. Yaz aylarında serin ve huzurlu bir sürüş sunmasıyla tercih edilir.

Yalancıboğaz bölgesi, turkuaz tonlardaki koyları, sessiz doğası ve kuş sesleriyle meditasyon niteliğinde bir ortam yaratır. Rota boyunca trafik yoğunluğu son derece düşüktür.

Mesafe: 18 km
Zorluk: Orta
Öne çıkanlar: Orman patikaları, sakin yollar, doğal koylar, temiz hava

5) MTB / Dağ Bisikleti Rotaları
(Zor – Teknik Sürüş)
Profesyonel ve deneyimli dağ bisikletçileri için Marmaris'in dağlık arka rotaları ayrı bir dünyanın kapılarını açar. Armutalan, Camiavlu, Karadere, Çetibeli ve civarındaki zorlu etaplar teknik bilgi ve yüksek kondisyona sahip sporcular için uygundur.

Bu parkurlar, toprak zemin, keskin inişler, taşlı geçişler ve yüksek eğimli rampalar içerdiğinden oldukça adrenalin dolu bir sürüş sunar. Zirve noktalarına çıktığınızda Marmaris'in iki denizle çevrili yapısını kuşbakışı görme fırsatı da yakalarsınız.

Öne çıkanlar: Toprak yollar, teknik inişler, dağ panoramaları, enduro parkurlar.

İki Teker Üzerinde Marmaris'in Ruhunu Hissetmek

Marmaris bisiklet rotaları, bölgenin doğal dokusunu en saf hâliyle yaşayabileceğiniz alanlardır. Denizin mavisi, ormanların yeşili, dağların heybeti ve köylerin sıcak atmosferi bisikletle birleştiğinde tamamen farklı bir keşif deneyimi ortaya çıkar. Bölge; hem spor amaçlı sürüşler hem de keyifli gezi turları için Türkiye'nin en özel lokasyonlarından biri olmaya devam ediyor.

GETOB'un sürdürülebilir ve çevreci turizm vizyonuyla örtüşen bu rotalar, bölgenin doğal mirasını koruyarak ekonomik ve sosyal anlamda yeni bir turizm hareketi yaratmaktadır. Marmaris, doğru tanıtım ve bilinçli kullanım ile gelecekte Türkiye'nin en güçlü "bisiklet destinasyonları" arasında yer almaya adaydır.



TURİZM KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE
ÇOCUK KULÜPLERİ VE ÇOCUK KULÜBÜ DANSLARI

Ne oyunların oyuncakların çocuklarsız ne de çocukların oyunsuz oyuncaksız olamayacağı bilinciyle yaşanacak, gülüş yüzlü çocukların sportif sanatsal kültürel rekreasyonel aktivitelerle keyif alarak fizyolojik ve psikolojik olarak sağlıklı bireyler olarak geleceğe hazırlanacakları ve yeryüzünü güzelleştirecekleri bir dünya beklentisiyle başlamak istiyorum cümlelerime.

Öncelikle Güney Ege Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliğinin (GETOB) yeniden yayın hayatına başlayan dergisinde akademik içeriklere yer vermesi adına yönetim kurulu başkanımıza, yönetim kurulu üyelerimize ve yayında katkı sağlayan herkese teşekkür ediyorum

Dr. Yunus Emre Üstgörül

Çocuk deyince zaman durur, yerküre durur. Yeryüzünü güzelleştiren en güzel canlılardır çocuklar. Bu anlamda Turizm davranışında karar vermeyi etkileyen en önemli paydaşlardan bir tanesi de çocuklar için onların mutlu olması için var olan çocuk kulüpleridir. Turistik işletmelerde tatil yapmak isteyen çocuklu ailelerin konaklayacakları otelleri seçiyorken dikkat ettikleri ilk özellik tercih ettikleri söz konusu tesisteki çocuk kulüplerinin fiziki yeterlilikleri ve çocuk kulübünde gerçekleştirilen aktiviteler olmaktadır. Turistik işletmelerde konaklayacak olan çocuklu ailelerin otele rezervasyon yaptırmak için otellere ya da acentalara başvurduklarında ilk sordukları soru "çocuk kulübü aktiviteleri" olduğu sektör çalışanlarınca bilinmektedir. Séraphin, Cappucci ve Gowreesunkar (2020), var olan literatürde turizmde çocuklar konusunun yeterince araştırılmadığını; ne var ki, çocuklara yönelik mini kulüp eğlencelerinin turizm işletmesine dair negatif etkileri de ortadan kaldırabilecek bir güce sahip olduğunu savunmaktadır. Dowse, Powell ve Weed (2018) çocukların büyük çaplı etkinliklerde görünmez bir paydaş olduğunu vurgulamıştır. Benzer şekilde Séraphin vd., (2020), turizm endüstrisinin çocukların ihtiyaçlarına cevap veren nitelikte olması gerektiğini ve çocukların ihtiyaçlarının karşılanmasının ebeveynlerin karar verme aşamasında oldukça önemli bir yeri olduğunu bildirmiştir. Aït-Yahia ve Ghidouche (2020) ise çocukların turizm pazarında üç nedenden dolayı önemli olduğunu belirtmektedir. Bu nedenleri ise şöyle sıralamıştır:

• Harçlıkları sayesinde, çocukların belirli derecede bir özerklikleri bulunmaktadır ve isteklerine göre alım yapabilmektedirler (küçük alışverişler yapabilirler ya da daha büyük alışverişler için paralarını biriktirebilirler).
• Çocuklar ayrıca ailelerinin davranışlarını etkileyen ve kendi isteklerine yönelik reçetelendirme yapan konumdadır.
• Çocuklar mal ve hizmetler için geleceğin tüketicileridir.

Tatil sürecinde koca bir yılın yorgunluğunu atacak olan ebeveynler konaklama yapılacak olan tesislere geldiklerinde öncelikle çocuklarının güvende olacağı fiziksel şartlara sahip, çocukları güven içerisinde teslim edecekleri bir birim ve bu birimde görevlendirilmiş alanında uzman, yetkin ve bilinçli aktivite yürütücüsü animatörler, rekreasyon liderleri ve çocuk gelişimcilerin varlığını sorguladıkları bilinmektedir. Lugosi, Robinson, Golubovskaya ve Foley (2016), çocukları "egemen tüketiciler" olarak tanımlamakta ve turizm sektöründe çocukların oldukça önemli birer karar verici olduklarını belirtmektedir. Ayrıca, bu durum çocukların memnuniyetinin ailelerinin de memnuniyetini etkileyeceği literatürde bilinmektedir. Aileler tatil sürecinde misafir oldukları turistik işletmelerde yetişkinler için gerçekleştirilen, özel ilgi alanlarına yönelik sportif, sanatsal ve kültürel rekreatif aktivitelerde kendileri için anlamlı olan aktivitelere katılım sağlıyorken çocuklarının ne yapacakları kaygısını taşımayacakları ve onların da güvenli bir ortamda, güvenilir, alanında uzman, yetkin animatörlerle hem eğlenerek hem de öğrenerek serbest zaman geçirdiklerini bilmeleri oldukça önemlidir.

Çocuklu ailelerin tatil için konaklayacakları otelleri araştırdıkları dönemde en çok dikkat ettikleri konu, çocuk kulübü fiziksel yapısı ve çocuk kulübü aktiviteleri yanı sıra bu aktivitelerin yürütücüleri olan eğlence departmanlarında görevli çocuk gelişimciler, rekreasyon liderleri, animatörler, olmaktadır. Güvenilir bir çocuk kulübünde güvenilir bir kadroyla, iyi takım çalışması içerisinde çocuklarını güvende, eğleniyorken ve öğreniyorken görmek tatil sürecinde aileleri mutlu kılacak en önemli faktörlerden biridir.

Séraphin vd., (2020), turizm işletmelerinin çocuklar ya da yetişkinler için fark etmeden üç çeşit animasyon hizmeti sunduğundan bahsetmektedir. Bu hizmetlerin, spor etkinlikleri, gece eğlenceleri ve çocuklar için eğlence programı olduğundan bahsedilmektedir. Bu durumda animasyon hizmeti veren bireyler için tatil sürecinde çocuklarla vakit geçirmek, onları anlamaya çalışmak, onları eğlendirmek ve mutlu olmalarını sağlamak, güldürmek, onlara bir şeyler öğretiyorken onlardan bir şeyler öğrenmek özetle onlarla zaman geçirmek, onların gelişimleri için son derece önem taşıyan çocukluk döneminde ciddi sabır ve dikkat isteyen bir uğraştır. Çocuk kulübü çalışmaları bu anlamda zor ve dikkat isteyen bir o kadar eğlenceli olan bir departmandır.

Çocuk kulübü çalışanları son derece hoşgörülü, sevecen, koruyucu ve kollayıcı olan pozitif düşünce anlayışı ile daima gülen bir yüze sahip bireyler olmalıdır. Bu departmanda diğer departmanlara göre daha yüksek tempoda ve daha dikkatli çalışılması gerektiği düşünülmektedir. Ailelerin çocuklarını emanet ettiği bu birimde sorumluluk duygusunun üst düzeyde olmalıdır. Bu departmanda sorumluluk konusunda çocuk kulübü aktivite yürütücüleri bu konuda sonsuz çaba sarf etmelidir. Bu aktiviteleri yürütecek ve çalışacak olan bireyler işleyiş içerisinde planlı hareket etmenin yanı sıra gelişim öğrenme ilkelerini iyi bilmeli ve gelişim en önemli dönemlerin birinde olan çocuklardaki fiziksel ve psikolojik farklılıkları bilen gerçekleştirilen aktivitelerde farklı yaş ve cinsiyetten katılımcılardan oluşan hedef grubun hazır bulunuşluk seviyelerini analiz edebilen, performans odaklı değil katılım odaklı bir aktivite lideri olma yeterliliğini gösterecek bireyler olmalıdır.

Çocuk kulüplerinde yaş gruplarına yönelik oyun ve oyunların oynatılmasının yanında farklı kültürlerden gelecek olan misafirlerin varlığına dikkat edilmelidir. Bu anlamda yaşa ve cinsiyete göre oyun aktivite ve çocuk dansları tercih edilmesi önerilebilir.

Farklılıklara dair ise aktivite yürütücüleri tarafından zaman zaman kültürlerarası öğrenmeyi destekleyecek türden oyunlar ve danslar aktivitelerde yer almalıdır.

Farklı dillerde konuşan çocukların sözel olarak anlaşamadıkları çocuk kulüpleri çalışanlarınca dikkatten kaçmayan bir özelliktir. Bu anlamda ortak noktada çocukları buluşturan en önemli aktivite ise evrensel olan müzik ve danstır. Bundan dolayı çocuk kulüplerinde farklı ülkelerden gelen farklı kültürlerden gelen farklı dilleri konuşan çocukların sosyalleşmelerinin sağlayacak ve tatil sürecinde konaklayacakları tesislerdeki aktivitelerde birlikte takımdaşlık yapacağı diğer yaşıtlarıyla etkileşim sağlamalarının en önemli aracı müzik ve dans olacaktır. Çocuk kulüplerinin en çok sevilen ve katılım gösterilen aktivitelerinin başında çocuk kulübü dansları geldiği bilinmektedir. Çünkü



farklı dili konuşan farklı kültürlerden gelen bu çocukları birleştiren ortak nokta müzik ve dans olacaktır. Çünkü her çocuk her ezgiyle dans edebilir. Bu anlamda Çocuk kulüplerinde gün içerisindeki aktivitelerde çocuk danslarına yer verilmektedir. Bu danslar çocuklar için hem eğlenceli hem de eğitsel danslardır. Bu anlamda gün içerisinde ve akşam şovlarındaki çocuk kulübü danslarında gerçekleştirilecek çocuk danslarıyla çocuklar hem beceri kazanacaklar hem de sahneye çıkacakları gösterilerle, olumlu benlik gelişimleri desteklenecek olup, birey olma yolunda bir davranışta bulunma ve bir şeyleri becerebilmiş olmanın verdiği hazları yaşayıp mutlu olacaklardır. Yine bir başka boyutuyla mevcut sektördeki dansların eğitsel yanlarıyla tematik öğrenmeler de gerçekleştireceklerdir. Bu dansların çocuklar açısından kazanımlarının detaylarını ve uygulamalarını hem teorik olarak hem de görsel olarak kod okutma yöntemi ile izleme şansını bulacaksınız.

Bunun yanında gün içerisinde aktarımları yapılan danslar akşam programlarının başında 30 dakika olacak şekilde çocuklar ve animatörlerce ve zaman zaman ailelerin katılımları sağlanarak (örnek: Tren dansı. Bu dansta aileler sahneye çağırılır. Anne ve babalar karşılıklı geçerek ellerini havada bileştirip köprü oluştururlar. Çok sayıda aile yan yana geçerek oluşturdukları köprülerin altından çocuklar tren dansıyla trenin vagonlarını oluşturarak, animatörlerin kontrolünde dans ederler ve aileleriyle etkileşimde olarak sahnede olmak onları mutlu kılmanın yanında benlik kazanımlarını destekleyen bir aktivite gerçekleştirmelerini sağlar.) Her akşam programının başında yer verilen çocuk kulübü dansları ile çocukların son derece mutlu oldukları ve sahnede aileleri ve diğer misafirler tarafından izlenildiklerini bilmenin olumlu benlik kazanımları içerisinde keyifle çocuk danslarını uygularlar.

Sonuç olarak çocuk kulüpleri turizm sektörü için konaklama işletmelerinin tercih edilmesi anlamında gün geçtikte daha önem kazanan departmanlardır. Eğitimli ve formasyonu olan bireylerin doğru tavır tutum yaklaşımlar sergilemesi açısından en ciddi değerlendirmelerin yapılması gereken alanlardan biridir. Bu anlamda sektörde bu departmanda istihdam edilecek bireylerin tercih ediliyorken son derece dikkat edilmesi gerektiği gibi çocuk kulübündeki sportif sanatsal kültürel rekreasyonel aktivitelerinde doğru şekilde programlanıp uygulanması çok derece ciddi bir konudur. Alaylı animatörlerin varlığına saygı duymakla birlikte özellikle Spor Bilimleri Fakültelerinin Rekreasyon Bölümü, Turizm Fakültelerinin Rekreasyon Yönetimi Bölümü, Turizm Meslek Yüksekokullarının Turizm Animasyonu programı çıkışlı bireylerin bu departmanlarda öncelikli istihdam edilmesi son derece önem arz eder. Çocuk kulübü aktivitelerinin öneminin anlaşılacağı ve gereken değeri göreceği bir sağlıklı huzurlu bereketli bir 2026 yılı turizm sezonu dileklerimle.

Mekanınıza Değer Katan Güç
Zarina Yangına Dayanıklı Kapı Sistemleri



Kalite, güvenlik ve tasarım odağında şekillenen tüm ürünlerimiz; Zarina Grup'un yıllara dayanan tecrübesi, mühendislik gücü ve yenilikçi vizyonu ile üretilmektedir.

Yangına dayanıklı kapı sistemlerinden otel odası mobilyalarına kadar uzanan geniş ürün yelpazemizle, yalnızca Türkiye'de değil dünyanın birçok ülkesinde projelere değer katmayı sürdürüyoruz.

Zarina® grup Mutfak Banyo Kapı

Otel, Hastane, Yurt ve Toplu Konut projelerine özel
E30 • EI30 • EI60 • EI90 yangın dayanım sınıfı seçenekleri
Proje bazlı üretim & Teknik Destek İletişim



Sertifika
Certificate

DSR CERTIFICATION

ZARİNA MOBİLYA
SANAYİ TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ

GÜNSELPAŞA MAH. ALİYA İZZET BEGOVİÇ BLV. B BLOK NO: 17/1A
SEYHAN ADANA TÜRKİYE

DSR BELGELENDİRME tarafından denetlenmiş ve uygulamakta olduğu
Kalite Yönetim Sistemini

is audited by DSR Certification and applied
Quality Management System meet the requirements of

ISO 9001:2015

standardına aşağıdaki kapsamda uymakta olduğu gözlemlenmiştir.
Assessed for the following activities

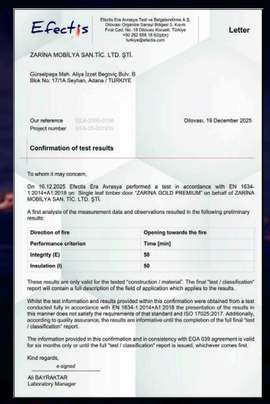
HER TÜRLÜ MOBİLYA İLE İZAOLİ MEKÂN KAPILARI VE YANGINA DAYANIKLI KAPILARIN
İMALATI, SATIŞI VE PAZARLAMASI

Sertifika No / Certificate No: QMS-25.12.393

25.12.2025 — Sertifika Tarihi / Certificate Date
26.12.2025 — Sertifika Son Onayın Tarihi / Certificate Last Issue Date
24.12.2028 — Sertifika Geçerlilik Tarihi / Certificate Expiry Date

EK-Kullanım Listesi: 23

DSR CERTIFICATION AND INSPECTION, LLC
108 RIDGE ROAD DAYTON, DELAWARE 19701 UNITED STATES



Efectis

Efectis Era Avrasya Test ve Belgelendirme A.Ş.
Dilovası Organize Sanayi Bölgesi 3. Kısım
Fırat Cad. No: 18 Dilovası Kocaeli, Türkiye
T +90 262 501 00 00
turkiye@efectis.com

Letter

ZARİNA MOBİLYA SAN.TİC. LTD. ŞTİ.

Günselpaşa Mah. Aliya İzzet Begoviç Bulv. B
Blok No: 17/1A Seyhan, Adana / TURKIYE

Our reference EEA-2505-0158
Project number EEA-25-01558

Dilovası, 19 December 2025

Confirmation of test results

To whom it may concern,

On 16.12.2025 Efectis Era Avrasya performed a test in accordance with EN 1634-1:2014+A1:2018 on Single leaf timber door "ZARİNA GOLD PREMIUM" on behalf of ZARİNA MOBİLYA SAN. TİC. LTD. ŞTİ.

A first analysis of the measurement data and observations resulted in the following preliminary results:

Direction of fire	Opening towards the fire
Performance criterion	Time [min]
Integrity (E)	50
Insulation (I)	50

These results are only valid for the tested "construction / material". The final "test / classification" report will contain a full description of the field of application which applies to the results.

Whilst the test information and results provided within this confirmation were obtained from a test conducted fully in accordance with EN 1634-1:2014+A1:2018 the presentation of the results in this manner does not satisfy the requirements of that standard and ISO 17025:2017. Additionally, according to quality assurance, the results are informative until the completion of the full final "test / classification" report.

The information provided in this confirmation and in consistency with EGA 039 agreement is valid for six months only or until the full "test / classification" report is issued, whichever comes first.

Kind regards,

e-signed

Ali BAYRAKTAR
Laboratory Manager

Yangına karşı yalnızca dayanıklılık değil, güven inşa ediyoruz.

Zarina Grup yangına dayanıklı kapıları; otellerden hastanelere, yurtlardan toplu konut projelerine kadar tüm yaşam alanlarında maksimum güvenlik ve sertifikalı koruma sunar.

Zarina® grup Mutfak Banyo Kapı

0533 549 85 42 - 0532 057 77 42 - 0322 224 00 18 (Fabrika)

Yeşiloba Mah. 47167 Sk. Efer 2 San. B Blok No:39/O Seyhan / ADANA

www.zarinagrup.com.tr **info@zarinagrup.com.tr**

Sessiz İhtiyaçlar
ve Kapsayıcı Yolculuklar

Bireylerin sosyalleşme, dinlenme, kültürel etkileşimler neticesinde yaşam kalitelerinde önemli bir fark yaratan turizm sektörü çeşitli paydaşlardan meydana gelmektedir. Bu paydaşların en temel kısmı da turizm işletmelerinden hizmet satın alan turistlerdir. Turizm hizmetleri incelendiğinde nörotipik bireylerin ihtiyaçları doğrultusunda şekillendiği görülmektedir. Şekillenen bu sürecin dışında özel gereksinimli bireyler de yer almaktadır. Özel gereksinimli bireylerin temel özelliği fiziksel, duygusal, zihinsel veya öğrenme farklılıklarına sahip olmasıdır. Özel gereksinim kapsamında değerlendirilen önemli bir farklılık Otizm Spektrum Bozukluğu (OSB) olarak adlandırılan nöro-gelişimsel farklılıktır. Bu farklılık doğrultusunda belirli özelliklere sahip olan OSB'li bireylerin turizm hizmetinden beklentileri nörotipik bireylerin beklentilerine göre farklılaşmaktadır.

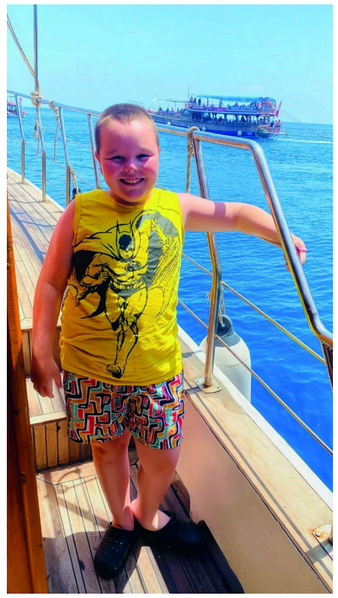
Prof. Dr. Hande Kurnaz

"Erişilebilirlik yalnızca fiziksel değildir; duyusal ve iletişimsel de olmalıdır."



OSB temel olarak sosyal iletişimde güçlüklerin yer aldığı bir farklılık ve yaşamdır. İletişim farklılıkları, davranış kalıplarında tekrarların sıklıkla yer alması OSB açısından temel faktörler olarak yer almaktadır. OSB hayatın kendisidir. Bu noktada önemli olan konu sosyal çevrenin ve hizmet sağlayıcılarının OSB farkına vararak daha yaşanabilir bir sistem oluşturmaları gerekmektedir. Otizmli bireylerin davranış, duyusal ve iletişimsel farklılıkları göz önüne alındığında turizm sektöründe kapsayıcı düzenlemelere ve otizm farkındalığına ihtiyaç vardır. Çünkü turizmden faydalanmak her bireyin hakkıdır.

Turizm sahip olduğu özelliklerden dolayı kimi zaman gürültülü ve kalabalık bir ortama sahip olabilmektedir. Bu bağlamda otizmli bireylerin bu merkezlerde zorlandığı ve katılım sağlamak istememeleri söz konusudur. Ani değişimlerden rahatsızlık duyabilen otizmli bireyler turizm içerisinde rutinlerinin değişimlerinden hoşlanmayabilir. Böylelikle bir kaygı ortamının oluşması muhtemeldir. OSB kapsamında yer alan bu temel özellikler turizm deneyimin planlanması ve programının yürütülmesi açısından belirleyicidir.



Otizmli bireylerin turizm kapsamında temel ihtiyaçları sahip oldukları farklılıkların meydana gelmesiyle ilgilidir. Duyusal olarak kendilerini daha rahat ve güvende hissedecekleri yaşam alanlarının sağlanması, aşırı uyarılmaya maruz kalmadan düzenlenen dinlenme alanları, sessiz odaların varlığı, açıklayıcı ve anlaşılır şekilde yönlendirme işaretlerinin olması, çalışan personele farkındalık oluşturmak adına hizmet içi eğitimlerinin düzenlenmesi ile OSB konusunda bilgi sahibi olması, personel tutumunda anlayış ve yadırgamayan tutum içerisinde hizmet sunulması beklenen ve olması gereken turizm hizmet özellikleridir.

Erişilebilir turizm imkanları sadece fiziksel engellere sahip bireylerin turizm etkinlikleri içerisinde olması anlamına gelmemelidir. Görülmeyen engeller olarak adlandırılan OSB kapsamı içerisinde de erişilebilir turizm imkanlarının sunulması son derece önemlidir. OSB'li bireylerin turizmden hem nitelikli hem eşit bir şekilde faydalanmaları turizm sektörünün kapsayıcı olması açısından gereklidir. Sessiz ihtiyaçlara cevap verebilen kapsayıcı yolculuklar her OSB'li bireyin hakkıdır. Bütüncül bir yaklaşım çerçevesinde OSB'li bireyleri toplumdan ayrıştırmadan, turizm paydaşları kapsamında yer alan kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları iş birliği içerisinde hareket etmelidir. Bu bağlamda yapılacak her otizm dostu uygulama sadece OSB'li bireyler için değil tüm ziyaretçiler için daha kapsayıcı deneyimler sunmasını sağlayacaktır. Farklılıklarımızla değerliyiz.





Köklerden Geleceğe:

KAPURCUK KÜLTÜR VE GASTRONOMİ AKADEMİSİ

Marmaris'in kültürel mirasını ve gastronomi zenginliğini koruma amacıyla hayata geçirilen Kapurcuk Kültür ve Gastronomi Akademisi, yerel üretim kültürünü eğitimle buluşturan özgün bir merkez olarak dikkat çekiyor. Topraktan sofraya uzanan bütüncül eğitim anlayışıyla şekillenen Akademi, gastronomiyi yalnızca bir meslek alanı değil; kültür, sürdürülebilirlik ve üretim bilinciyle ele alan kapsamlı bir öğrenme modeli sunuyor.

Kapurcuk Akademi'nin temelleri ne zaman ve nasıl atıldı? Bir müze fikrinin zamanla bir akademiye dönüşmesi nasıl gerçekleşti?
Kapurcuk markası Baysal Ailesi'nin Marmaris'e olan saygı ve sevgisini somutlaştırmak amacıyla kurulmuş bir markadır. Bu markanın amacı Marmaris'in kültür ve gastronomisini korumak, yaşatmak ve gelecek nesillere aktarmaktır. Bu misyonla yola çıkan Kapurcuk önce Marmaris'in eski yaşam merkezi olan Kaleiçi Bölgesi'nde Kültür ve Gastronomi Evi'nin açılmasıyla başladı. Bir etnografya ve gastronomi müzesi olarak kurgulanan bu proje, Marmaris'in kültürel belleğini, gündelik yaşamını ve yerel mutfak mirasını görünür kılmayı amaçlar.

Bu kapsamda orijinal antik objelerin sergilenmesinin ve bu ortamın deneyimlenmesin yanında kaybolmaya yüz tutan mesleklerin ve tatların yaşatılmasına, anlatılmasına ve bölgeye ait ürünlerin markalaşmasına odaklanıyoruz. Kaybolmaya yüz tutan mesleklerin son ustalarından satın alınan ürünler ve büyüklerimizden öğrendiğimiz geleneksel lezzetler ev usulüne uygun, orijinal tarifleriyle günlük, taze olarak hazırlanıyor ve satışı gerçekleşiyor.



Bölgenin markalaşması için kurguladığımız bu proje ile zamanla fark ettik ki, kültürel mirasın korunmasını yalnızca geçmişi sergilemekle değil, üretim de yaparak ve bu süreçleri de kayıt altına alarak en sağlıklı şekilde gelecek nesillere aktarabiliriz. Bu hedeflerle önce Taşhan Mevkii'nde Doğal Ürünler Üretim Tesisimizi hayata geçirdik. Tamamen bölgemizden temin edilen yerel hammaddeler, mevsimsel döngülere ve geleneksel tariflere uygun olarak işlediğimiz bu alan sayesinde de kendi tarımsal ürünlerimizi yapma ve aynı zamanda da verileri kayıt altına alma ihtiyaçlarımız doğdu. Böylece hem Kapurcuk Tarla hem de Marmaris Kültür ve Gastronomi Kitabı projelerimizi hayata geçirdik.

Marmaris'in tarihini, köklerini, faunasını, florasını ve gıda mirasını kayıt altına aldığımız kitabımız ile Gourmand International Cookbook Awards 2022 seçkisinde Gıda Mirası alanında ödüle layık görüldük. Bu ödülün bize yaşattığı gurur ve onur sonsuza kadar tarifsiz olacak. Kimliksizleşmeye meyil eden dünya sisteminde bizim için en önemlisi memleketimizin ve ülkemizin karakteristik özelliklerinin korunmasını ve yaşatılmasını sağlamak.

Kapurcuk'un tüm bu kademeli gelişimleri gerçekleşirken hem kendi bünyemizde de bulunan hizmet sektöründeki diğer işletmelerimizde yaşadığımız deneyimler sebebiyle, hem bölgemizin turizm odaklı olup bu anlamda ciddi eksikleri giderememe-si hem de dünya genelinde değişen eğitim sistemleri sebebiyle 2021 yılında yeni bir fikrin tohumlarını attık. Örnek işletme sistemini oluşturduğumuz, tarlasını ve üretim tesisini, bunun yanında müzelerini kurduğumuz ve kendi restoranları da olan Kapurcuk'un uluslararası standartlarda gastronomi ve kültür eğitimi verecek bir Akademi oluşumunu başlattık.

Kapurcuk Akademi, gastronomi kültürünü, yerel üretim bilincini ve kültürel sürdürülebilirliği birleştiren bir öğrenme, üretim ve dönüşüm alanı, bir kültür ve gastronomi akademisidir.

Gastronomi sektöründe profesyonel bir kariyer isteyenlerle gastronomiye gönül verenleri bir araya getiren, turizm, kültür ve gastronomi konularına bütünsel bir bakış açısıyla bakabilen, profesyoneller yetiştirirken kişisel gelişime de imkan sunan ve yaşayan bir merkezdir.

Akademi, eşsiz kıymetlere sahip taşı toprağı bereket saçan Marmaris'te kuruldu. Uluslararası standartla eğitim veren Akademi'nin en önemli özelliği ise, tüm eğitimlerimizin topraktan ve denizden başlıyor olması.

Kapurcuk Akademi kimlere hitap ediyor? Akademi'nin gastronomi eğitimine yaklaşımı klasik modellerden hangi yönleriyle ayrışıyor?
Kapurcuk Akademi hem profesyonellere hem de hobi ve sosyalleşme amaçlı alanı kullanmak isteyen herkese hitap edecek şekilde hazırlandı. Burası her şeyden önce kültür ve gastronomi odaklı sosyal yaşam merkezi. Bu alan içerisindeki herkese açık kütüphanesi, müzesi, restoranı ve uygulama sınıfları ile tüm yaş gruplarının kendini geliştirmesine ve sosyalleşmesine imkan sağlıyor.

Ayrıca Akademi özellikle gastronomi alanında kendine kariyer hedefi koyan profesyonel adaylarına veya halihazırda sektörde olup kendini geliştirmek isteyen profesyonellere de hitap ediyor. Ancak biz Akademi'yi sadece alışılagelmiş bir mutfak okulu olarak görmüyoruz. Biz, bulunduğumuz coğrafyanın da bize sunduğu imkanlar sayesinde topraktan, denizden yani işin köklerinden başlayan eğitim felsefesi temellerine dayanıyoruz. Burada ister mutfak eğitimi alan ister miksoloji eğitimi alan katılımcı ürünü tanıyarak, hammaddenin yetiştiği toprağı, üreticiyi, mevsimselliği ve ekolojik döngüyü öğrenerek eğitimini tamamlar.

Topraktan başlayan ürün bilgisi, mutfakta teknik ustalıkla buluşur ve kültür, etik ile sürdürülebilirlik anlayışıyla tamamlanır. Teorik ve uygulamalı eğitimin dengeli biçimde kurgulandığı yaklaşım ile sektöre kazandırmayı hedefliyoruz.

Bir uygulama mutfağınız var mı? Mutfağınızın fiziki özellikleri hakkında bilgi verir misiniz?
Kapurcuk Akademi bünyesinde uygulamalı eğitim için tasarlanmış profesyonel mutfaklar ve eğitim alanları bulunmaktadır. Akademi'nin mutfak altyapısı, mesleki gastronomi eğitimlerinin gerektirdiği tüm fiziki ve teknik donanıma sahip olarak kurulmuştur.

Mutfak Eğitim Sınıfı, 12 öğrenci istasyonu ve 1 eğitmen şef istasyonundan oluşmaktadır. Her öğrenci kendi istasyonunda çalışma



müfredatımız uygulama ağırlıklıdır; saha çalışmaları, üretici ziyaretleri, hasat etkinlikleri, stajlar eğitimimizin temel bileşenleridir. Ayrıca yabancı dil, iletişim becerileri ve ekip yönetimi gibi alanlar da programımıza dahildir. Böylece öğrencilerimizin etik ve ahlaki değerlere sahip, vizyoner, kültürlü ve profesyonel gastronomi insanları olarak yetişmesini hedefliyoruz.

Köklerden başlayıp uluslararası standartlarla harmanlanan eğitim müfredatlarımız ile amacımız mezunlarımızın bulundukları her coğrafyada uyumlanarak üretim, mutfak, atık yönetimi konularını birlikte çalışmayı benimsemeleri. Geleceğin Gastronomi Profesyonellerini bu bütünsel imkânı bulurken, eğitmen şeflerin uygulamalı demolarını da rahatlıkla izleyebilmektedir.

Bu alanda, tüm mutfak araç gereç kitleri, endüstriyel mutfak ekipmanları, soğuk hava deposu, hijyen, iş sağlığı ve güvenliği ile yangın ekipmanları eksiksiz şekilde yer almaktadır. Sınıf, akıllı tahtası, teknolojik altyapısı ve eğitim müfredatına uygun tasarımıyla profesyonel mutfak deneyimini sağlar.

İçecek ve Servis Eğitim Sınıfı, içerisinde orijinal bar ve ayrı tezgah alnında da kahve uygulama alanı ayrıca ortak ada alanı ile 20 kişilik kapasiteye sahiptir ve her katılımcının kendi alanında çalışmasına olanak tanır. Sınıfta, eğitmen şefin uygulama yapabileceği bir bar, barista istasyonu ve son teknoloji ekipmanlar bulunmaktadır. Bu alan; barista, barmenlik, miksoloji, şarap ve kokteyl atölyeleri için çok amaçlı bir kullanım sunmaktadır.

Teorik eğitimler için Akademi'de iki adet 15 kişilik sınıf bulunmaktadır. Akıllı tahta ve ekran imkanları ile bu alanlar derslerin yanı sıra toplantı, söyleşi ve atölye çalışmalarına da uygun şekilde düzenlenmiştir.

Akademi bünyesinde ayrıca Gastronomi Müzesi ve Kütüphane yer almaktadır. Antik çağlardan günümüze uzanan gastronomi tarihini yansıtan araç, gereç ve görsellerle oluşturulan müze alanı, söyleşi ve bilgi paylaşımına uygun bir ortam sunar. Aynı alanda bulunan Kapurcuk Kütüphane ise gastronomi ve yerel tarih odaklı kaynaklardan oluşan, sessiz çalışma imkânı sağlayan bir araştırma alanıdır.

Dinlenme ve üretim alanları da eğitim sürecinin bir parçası olarak kurgulanmıştır. Akademi bahçesinde öğrenciler için dinlenme alanları ile ata tohumu dikim ve üretim terasları yer almakta, öğrencilerin ürün yetiştirme sürecini deneyimlemeleri sağlanmaktadır.

Akademi'nin kampüs alanında ayrıca uygulama restoran İz Restoran bulunur. Öğrencilerin mutfak, servis ve işletme yönetimi alanlarında uygulama yapabilecekleri bir öğrenci işletmesi olarak faaliyet göstermektedir. Bu restoran ve diğer işletmeleri sayesinde Kapurcuk Akademi, eğitimi yalnızca sınıfla sınırlamayan, gerçek çalışma ortamlarını kapsayan bütüncül bir uygulama altyapısı sunmaktadır.

Eğitim kadronuz hakkında bilgi verir misiniz?
Kapurcuk Akademi'nin eğitim kadrosu, gastronomiyi yalnızca teknik bir alan olarak değil; kültür, üretim, sürdürülebilirlik ve iletişim boyutlarıyla ele alan, çok disiplinli ve deneyim odaklı bir yapıya sahiptir. Akademinin eğitim vizyonu, alanında uzman, sahada aktif ve mesleki birikimini aktarmayı ilke edinmiş eğitmenler tarafından yürütülmektedir.

Gastronomi Koordinatörü Şef Ali Ronay
Eğitim kadrosunun liderliğini Gastronomi Direktörü Ali Ronay üstlenmektedir. Şef Ronay, Türk mutfak geleneklerine hâkimiyeti küresel mutfak teknikleriyle birleştiren yaklaşımıyla, gastronomiyi kültürler ve insanlar arasında bir köprü olarak ele alır. Dünyanın prestijli mutfaklarında edindiği deneyimler ve sürdürülebilirlik odaklı bakış açısıyla miras ile inovasyonu bir araya getirir. Genç şeflere mentorluk yapmayı, çevre dostu uygulamaları teşvik etmeyi ve kalıcı bir gastronomi mirası oluşturmayı temel misyon olarak benimser.

Executive Chef / Eğitmen Gökhan Çilak
Anadolu Üniversitesi Mutfak Sanatları Bölümü ve MSA Profesyonel Mutfak Sanatları programı mezunudur. Profesyonel kariyerine Londra'da başlamış, daha sonra İstanbul'da Circle Restaurant, Backyard Bistro, Basilico İstanbul, Barbounia Restauran, Kavanoz Kitchen gibi restoranlarda şeflik yapmıştır. +Shourma No1, Legume Gluten-Free Cafe And Bakery ve Pürtelaş Ocakbaşı'na danışmanlık veren Gökhan Çılak tarladan sofraya felsefesinin bir tezahürü olan Havrani Restoran'da Executive Şef olarak projenin yönetim sürecini yürütmüştür. Eğitimlerinde atıksız mutfak, onarıcı mutfak ve Slow Food değerlerini merkeze alır; tarladan tabağa uzanan sorumlu bir gastronomi anlayışını şef adaylarına aktarır.

Pastacılık ve Ekmekçilik Eğitmeni Şef Bulut Dağlar
City&Guilds 8065/03 Mutfak Sanatları – Pastacılık Prensipleri mezunu olan Bulut Dağlar, meslek hayatına Divan Üretim Tesislerinde başlamıştır. Ekmekçilik alanında Eataly Fırın'da deneyim kazanan Bulut Dağlar daha sonra Kulph Coffee&Bakery, Sour&Sweet, Liâ Bakery, Flân Bakery ve Ceri Cafe Selimiye'de Pastane Şefi, The Good Wild'da Unlu Mamuller Şefi olarak görev yapmıştır.



Damla Güneş
Anadolu Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım mezunu olan Damla Güneş, şarapçılığa olan ilgisi nedeniyle bu alanda eğitimine devam etmiş Wset1 ve Wset2 Yeterlilik Programlarını tamamlamıştır. Sektöre Mey İçki ile giriş yapmış ardından Kavaklıdere, Arcadia ve Ni&Ce şarapçılıkta Şarap ve pazarlama uzmanı olarak görev almıştır.

Rengin Erdoğmuş
Fransa Grenoble III Üniversitesi Fransızca Dil Bilimleri bölümünden mezun olan Rengin Erdoğmuş, uzun yıllar CNW Özel Eğitim ve Danışmanlık firması bünyesinde farklı firmaların çalışanlarına mesleki İngilizce eğitimleri vermiştir. 2009 yılından beri Stanford Üniversitesi'nin Sosyal Duygusal Öğrenme programı Lions Quest programının öğretmen eğitimlerini ve aynı zamanda mesleki İngilizce, mesleki Fransızca ve iletişim eğitimlerini vermeye devam etmektedir.

Barış Gümüşbaş
Hacettepe Üniversitesi İngiliz Dilbilimi bölümünden mezun olduktan sonra, aynı üniversitede Amerikan Edebiyatı üzerine yüksek lisans yapmıştır. State University of New York'tan (Buffalo) doktorasını aldıktan sonra, 2017 yılında emekli olana kadar Hacettepe Üniversitesi Amerikan Kültürü ve Edebiyatı bölümünde ders vermiştir. Ayrıca çevirmenlik de yapan Gümüşbaş, İngilizceden Türkçeye on bir kitap çevirmiştir.

Bu çok katmanlı eğitim kadrosu sayesinde Kapurcuk Akademi, katılımcılarına yalnızca mutfak becerileri değil; mesleki duruş, kültürel bilinç, sürdürülebilirlik anlayışı ve dünyaya açık bir gastronomi perspektifi kazandırmayı hedeflemektedir.

Ne tür eğitimler veriyorsunuz? Mezunlarınıza hangi donanımları kazandırmayı hedefliyorsunuz?
Eğitimlerimiz profesyonel, yarı profesyonel ve amatör eğitimler olarak ayrışmaktadır.

Profesyonel Eğitimlerimiz:
· Şef Formasyon Programı,
· Pastacılık ve Ekmekçilik Şef Formasyon Programı,
· Profesyonel Yat Şefliği,
· Bar ve Miksoloji Eğitimi,
· Barista Eğitimi,
· Restoran Servisi Eğitimi,
· Yiyecek ve İçecek İşletmeciliği,
· Yiyecek ve İçecek Girişimciliği,
· Şarap Kültürü ve Servisi,
· Bira Kültürü ve Servisi

Bu programlar, temel tekniklerden ileri düzey uygulamalara kadar uzanan kapsamlı bir eğitim içeriği sunar. Kapurcuk Akademi, mezunlarına yalnızca teknik bilgi kazandırmayı değil; güçlü bir mesleki duruş, üretim bilinci ve bütüncül bir gastronomi perspektifi kazandırmayı hedefler. Katılımcıların ürünü tanıması, hammaddenin topraktan sofraya uzanan yolculuğunu öğrenmesi, mevsimsellik, sürdürülebilirlik ve etik üretim ilkeleriyle çalışabilmesi temel kazanımlar arasındadır.

Aylık olarak planladığımız günlük atölyeleriz ise mutfak, bar ve gastronomi kültürü odaklı olup; katılımcılara hem eğlenceli hem yoğun, uygulamalı ve deneyim temelli bir öğrenme imkânı sağlamaktadır. Her yaştan kişiye hitap eden ve aylık olarak farklı temalarla hazırlanan atölye programlarımız sadece sosyalleşmek veya hobi edinmek için değil profesyonel programlara başlamadan önce tanışma amaçlı da kullanılmaktadır.

Bölüm kapsamında yürüttüğünüz/katıldığınız ulusal ve uluslararası projeler/etkinlikler var mı?
Henüz sözleşme aşamasında olan ulusal ve uluslararası işbirliklerimiz olduğu için bunu şimdilik cevaplamamayı tercih ederiz.

Otel ve restoranlarla nasıl bir etkileşim içindesiniz, staj veya iş imkanı konusunda nasıl bir yol izliyorsunuz?
Kapurcuk Akademi, otel ve restoranlarla kurduğu ilişkiyi yalnızca dönemsel iş birlikleri üzerinden değil, eğitimden istihdama uzanan sürdürülebilir bir kariyer modeli üzerinden yürütmektedir. Akademinin eğitim programları, sektörün ihtiyaç duyduğu nitelikli insan kaynağını yetiştirmeye odaklandığı için, bu alanda faaliyet gösteren seçkin otel ve restoranlarla sürekli temas hâlindedir.

Eğitim sürecinin önemli bir parçası olan zorunlu staj uygulamaları, nitelikli gastronomi anlayışıyla çalışan, yüksek kalite standartlarına sahip ve referans değeri bulunan restoranlar ve işletmelerde gerçekleştirilir. Bu sayede öğrenciler, eğitim sürecinde edindikleri teorik ve uygulamalı bilgileri gerçek bir profesyonel mutfak ortamında deneyimleme, mutfak disiplini, iş akışı ve ekip çalışmasını yerinde öğrenme imkânı bulur.

Kapurcuk Akademi, mezunlarını sektöre hazır bir donanımla yetiştirdiği için, otel ve restoranlar açısından güvenilir ve nitelikli bir istihdam kaynağı olarak konumlanmaktadır. Mezunları istihdam eden işletmelerin İŞKUR işveren teşviklerinden yararlanabilmesi, bu iş birliğini hem işletmeler hem de mezunlar açısından sürdürülebilir ve avantajlı hâle getirmektedir. Böylece Akademi, öğrencilerini yalnızca staj aşamasında değil, mezuniyet sonrasında da sektöre kazandırmayı hedefleyen, istihdam odaklı bir yol izlemektedir.

Gourmand International Cookbook Awards 2022'de ödül alan Kapurcuk Marmaris Kültür ve Gastronomi Kitabı, Akademi'nin felsefesini nasıl şekillendirdi?
Kültür ve gastronomiyi koruyan, yaşatan ve bu değerlerin gelecek nesillere aktarılmasına katkı veren her türlü projeyi oluşturmak veya katkı vermek, Kapurcuk markasının temel varoluş amaçlarından birisidir. Bu bakış açısıyla Marmaris'in kültür ve gastronomisini kayıt altına almak için hazırladığımız eserimiz ile kültür ve gastronomisinin uluslararası standartlarda öğrenilmesine merkez olan Akademi'miz birbirini besleyen ve paralel ilerleyen iki ayrı Kapurcuk projesidir.



Gourmand International Cookbook Awards 2022'de Gıda Mirası alanında ödüle layık görülen Kapurcuk Marmaris Kültür ve Gastronomi Kitabı, Marmaris ve çevresinde yürütülen kapsamlı saha araştırmalarıyla, köy köy gezilerek yapılan akademik çalışmalar ve dönemin son temsilcilerinin birinci ağızdan aktardığı tanıklıklar sayesinde ortaya çıkmıştır. Yerel üretim pratikleri, kültürel alışkanlıklar, yemek gelenekleri ve gıda mirası sistematik biçimde kayıt altına alınmıştır.

Akademi'de ise, uluslararası gastronomi, kültür, tarih, üretim, coğrafya ve etik değerlerle birlikte ele alan bir eğitim anlayışı ile gastronomi uygulayıcıları yetiştirilmesi hedeflenmektedir. Kapurcuk'un Marmaris Kültür ve Gastronomi Kitabı gibi birçok eser ve uluslararası kült eserlerin harmanlanmasıyla hazırlanan müfredatımız ile oldukça zengin bir duruş benimsenmiştir. Kitabın temsil ettiği "geçmişe saygı, geleceğe selam" yaklaşımı, Kapurcuk Akademi'nin eğitim modeline yön vermiş; toprağa, ürüne, üreticiye ve yerel bilgiye dayalı bütüncül bir gastronomi perspektifinin temelini oluşturmuştur. Bu felsefe doğrultusunda Akademi'de verilen eğitimler, gastronomi mirasının korunması, sürdürülebilir üretim bilincinin kazandırılması ve bu değerlerin gelecek kuşaklara aktarılması hedefiyle şekillendirilmiştir.

Marmaris Kaleiçi gibi tarihsel bir mekânda doğmuş olmanın Akademi'ye kattıkları neler? Kapurcuk Akademi bulunduğu coğrafyayla nasıl bir ilişki kuruyor?
İlk soru ile çok benzer bir cevaba evrileceği için ayrıca cevap yazmıyorum.

Gelecek için Kapurcuk Akademi'yi nerede görüyorsunuz?
Kapurcuk Akademi, yalnızca bir eğitim kurumu değil; üretime saygıyı, yerel bilgiye değeri ve kültürle kurulan bağı güçlendiren bir sistemdir. Amacımız, toprağı tanıyan, emeğe değer veren ve bilgiyi sorumlulukla kullanan bireyler yetiştirerek hem bölgemize hem de geleceğe katkı sağlamaktır.

Kapurcuk Akademi, gelecekte kendisini yerel değerlerden beslenen ancak uluslararası ölçekte karşılığı olan bir gastronomi ve eğitim merkezi olarak konumlandırmaktadır. Hedefimiz, Marmaris'te uluslararası standartla eğitim veren bir Akademi'yi hayata geçirmekti. Bu ilk aşamayı büyük emeklerle tamamladık. Sırada ise, burayı ulusal ve uluslararası platformda bu farklı ve eşsiz eğitim anlayışı ile ön plana çıkarmak.

Kapurcuk Akademi olarak, gelecekte yalnızca bir eğitim kurumu olarak değil; üretim, araştırma, kültürel aktarım ve toplumsal dönüşümü bir araya getiren bütüncül bir yapı olarak gelişmeyi hedefliyoruz. Taşlıca Yaşayan Köy Projesi ve Apiterapi ile Fitoterapi Merkezi gibi planlanan çalışmalar, Akademi'nin gastronomiyi tarım, sağlık, ekoloji ve kültürle birlikte ele alan yaklaşımının gelecekte daha da genişleyeceğini göstermektedir. Bu projelerle, yerel yaşam modellerini örnekleyen ve gıda ile iklim krizine çözüm üreten uygulamaların bir parçası olmayı amaçlıyoruz..

Uzun vadede Kapurcuk Akademi, Anadolu'nun çok katmanlı gastronomi mirasını dünyaya anlatan, sürdürülebilirlik ve etik üretim konusunda referans gösterilen, mezunlarıyla sektörde güven ve kaliteyi temsil eden bir eğitim ve yaşam platformu olmayı hedeflemektedir. Bu doğrultuda Akademi, bulunduğu coğrafyaya kök salmış ancak vizyonu küresel olan bir yapı olarak yoluna devam etmeyi amaçlamaktadır.



SERDAR SAZALAN İLE

MUĞLA TURİZMİNİN DÖNÜŞEN DİNAMİKLERİ

GETOB Yönetim Kurulu Üyesi ve Muğla Demircioğlu Park Otel Genel Müdürü Serdar Sazalan, Muğla turizminin dönüşen dinamiklerini ve sektörün geleceğine dair önemli değerlendirmelerde bulundu. Doğal ve kültürel zenginliğiyle öne çıkan bölgenin, fiyat odaklı rekabetten değer odaklı bir yapıya evrildiğini vurgulayan Sazalan; sürdürülebilirlik, dijitalleşme ve deneyim odaklı turizm anlayışının artık sektörün merkezinde yer aldığını ifade etti. Turizmde değişen misafir beklentileri, kriz yönetimi ve gençlerin sektöre bakışı gibi kritik başlıklara da değinen Sazalan, Muğla'nın potansiyelini doğru stratejilerle daha güçlü bir geleceğe taşıyabileceğine dikkat çekti.

Misafir artık konaklama değil, kişiselleştirilmiş deneyim satın alıyor.

Muğla gibi güçlü bir destinasyonda uzun yıllardır yöneticilik yapıyorsunuz. Bugün geldiğimiz noktada bölge turizminin en büyük rekabet avantajı sizce nedir, en kırılgan noktası hangisi?

Muğla'nın en büyük rekabet avantajı, doğal güzellikleri ile kültürel zenginliğini aynı potada sunabilen nadir destinasyonlardan biri olmasıdır. Deniz, doğa, gastronomi ve tarih burada birbirini tamamlıyor. Ancak en kırılgan nokta, bu değerin sürdürülebilir şekilde korunamaması riski. Plansız büyüme ve fiyat odaklı yaklaşım, uzun vadede destinasyon kalitesini zedeleyebilir.

Son yıllarda turizmde "fiyat odaklı rekabetten değer odaklı rekabete geçiş" sıkça konuşuluyor. Sizce Muğla bu dönüşümün neresinde?

Muğla bu dönüşümün tam geçiş sürecinde. Hâlâ fiyat rekabeti yapan işletmeler var ancak giderek daha fazla tesis deneyim, hizmet kalitesi ve marka değeriyle öne çıkmaya çalışıyor. Bu dönüşümün kalıcı olması için tüm paydaşların aynı vizyonda buluşması gerekiyor.

Demircioğlu Park Otel özelinde baktığımızda, misafir beklentilerinde son 5 yılda en belirgin değişim ne oldu?

Son 5 yılda misafirler artık sadece konaklama değil, kişiselleştirilmiş deneyim talep ediyor. Hızlı hizmet, dijital kolaylıklar ve hijyen standartları temel beklenti haline geldi. Ayrıca misafirler daha bilinçli; fiyatın karşılığını net şekilde görmek istiyor.

Bugünün turist profilini tek bir cümleyle tanımlamanız gerekse, nasıl tanımlarsınız?

"Deneyim odaklı, bilinçli, dijital ve beklenti seviyesi yüksek bir gezgin."



Sürdürülebilir turizm artık bir tercih değil zorunluluk. Otel işletmeleri bu kavramı sizce ne kadar doğru anlıyor ve uyguluyor?

Sürdürülebilirlik bugün artık bir pazarlama söylemi değil, işin merkezinde olması gereken bir yönetim anlayışı. Ancak sektörde hâlâ bu kavramı sadece "çevre dostu birkaç uygulama" ile sınırlayan bir yaklaşım görüyoruz. Oysa gerçek sürdürülebilirlik; enerji ve kaynak verimliliğinden, insan kaynağına yapılan yatırıma; yerel üreticiyle kurulan ilişkiden, misafire sunulan deneyimin kalitesine kadar bütüncül bir sistem gerektirir. Bu bilincin giderek arttığını söyleyebilirim, ancak sürdürülebilirliği gerçekten rekabet avantajına dönüştürebilen işletmeler hâlâ fark yaratıyor.

Yapay zekâ, dijitalleşme ve veri yönetimi... Sizce önümüzdeki 5 yılda otel yöneticiliğini en çok hangi teknoloji değiştirecek?

Yapay zekâ ve veri analitiği en büyük dönüşümü yaratacak. Misafir davranışlarını analiz ederek kişiselleştirilmiş hizmet sunmak, dinamik fiyatlandırma yapmak ve operasyonel verimliliği artırmak artık kaçınılmaz hale geliyor.

Kriz yönetimi turizm sektörünün değişmeyen gerçeği. Geçmişte yaşadığınız bir krizden çıkardığınız en kritik ders ne oldu?

En kritik ders, esnek ve hızlı karar alabilen bir yönetim yapısının hayati olduğu. Kriz anlarında iletişim şeffaflığı ve ekip uyumu, süreci yönetmenin en önemli unsurlarıdır. Planlar değişebilir ama güçlü bir ekip her zaman çözüm üretir.

Muğla turizmi için "yapılmasa olmaz" dediğiniz, hâlâ eksik gördüğünüz bir stratejik adım var mı?

Sezonun 12 aya yayılması en kritik konu. Alternatif turizm türlerinin (spor, sağlık, gastronomi gibi) daha fazla geliştirilmesi gerekiyor. Ayrıca altyapı yatırımlarının destinasyonun büyüme hızına paralel ilerlemesi şart. Nitelikli yatak kapasitesinin misafir beklentileri ve istekleri doğrultusunda planlanarak arttırılması gerekiyor.

Gençlerin turizm sektörüne bakışı zaman zaman olumsuz olabiliyor. Sizce sektörün bu algıyı değiştirmek için ne yapması gerekiyor?

Gençlere daha net kariyer yolları sunulmalı ve çalışma koşulları iyileştirilmeli. Turizm sadece sezonluk bir iş değil, doğru yönetildiğinde uluslararası kariyer fırsatları sunan dinamik bir sektör. Bu algının doğru anlatılması gerekiyor. Ayrıca, Turizm okuyan gençlerin eğitim – öğretim süreçlerinde mutlaka yılda minimum 3 ay zorunlu staj yaparak en azından 4 yıllık sürecin 1 yılını çalışarak yaşamaları gerektiğini düşünüyorum.

Son olarak, 2026 sezonuna dair beklentiniz nedir? Bu sezonu diğer yıllardan ayıracak temel dinamik sizce ne olacak?

2026 sezonunun daha dengeli ve bilinçli bir talep yapısına sahip olacağını düşünüyorum. Erken rezervasyon alışkanlıklarının artması ve dijital kanalların etkisinin daha da güçlenmesi belirleyici olacak. Rekabet artık sadece fiyatla değil, sunulan deneyimin kalitesiyle şekillenecek.

Elektrikli Araç Dönemi

Otellerde Şarj İstasyonu Zorunluluğu Kapıda!



Elektrikli araçların dünya genelinde yarattığı dönüşüm artık turizm sektörünü de doğrudan etkiliyor. Türkiye'de elektrikli araç sayısı hızla artarken, seyahat eden misafirlerin de şarj altyapısı beklentisi her geçen sezon yükseliyor. Bu gelişmeler, otelleri sadece "misafir memnuniyeti" açısından değil, aynı zamanda "yaklaşan yasal yükümlülükler" bakımından da önemli bir dönüşümün içine çekiyor.

Mevzuatta Son Durum: Zorunluluk Nerede Başlıyor?
Türkiye'de yürürlüğe giren düzenlemeler, özellikle yeni yapılacak binalar ve büyük otoparklara sahip yapılar için elektrikli araç uyumlu otopark zorunluluğunu zaten başlatmış durumda.

Yeni otel veya ek bina yatırımı yapacak işletmeler için:
• Otopark kapasitesi belirli seviyenin üzerindeyse, projede elektrikli araç şarj altyapısı ayrılması artık zorunlu.
• Bu zorunluluk, bina ruhsatı aşamasında kontrol ediliyor ve otel yatırımcıları için kaçınılmaz hale geliyor.
• Yani yeni yapılacak ya da büyük tadilattan geçen otellerde "şarj ünitelerine uygun altyapı" artık yönetmelik gereği.

Mevcut oteller için durum nasıl?
• Hâlen tüm oteller için "şarj istasyonu kurma mecburiyeti" tam olarak yürürlüğe girmiş değil.
• Ancak mevzuat, mevcut otoparklara şarj istasyonu eklemeyi kolaylaştırmaya yönelik düzenlemeler içeriyor.
• Önümüzdeki dönemde bu yükümlülüğün genişletilmesi ve turizm tesislerine özel düzenlemelerin gelmesi bekleniyor.

Kısacası: Yeni yatırımlar için zorunluluk başladı, mevcut işletmeler için ise süreç hızla ilerliyor.



Otelcilik Sektörünü Neden Bu Kadar Yakından İlgilendiriyor?
1. Misafir Beklentisi Radikal Şekilde Değişti
Artık pek çok yerli ve yabancı turist, rezervasyon yapmadan önce otelin şarj imkânı olup olmadığını kontrol ediyor.
Bu özellik, "oda konforu" kadar önemli bir tercih kriteri hâline geldi.

2. Sürdürülebilir Turizm Çerçevesi Artık Ana Gündem
Karbon ayak izini azaltan tesisler, çevre duyarlılığıyla öne çıkıyor.
Şarj istasyonu bulunan oteller, sürdürülebilirlik politikalarını somutlaştırdığı için misafirlerden daha yüksek puan alıyor.



3. Rekabet Avantajı
Yoğun destinasyonlarda benzer hizmet sunan çok sayıda tesis var.
Şarj istasyonu sunan oteller, özellikle orta-üst segment misafirlerde ciddi fark yaratıyor.

4. Yaklaşan Yasal Düzenlemeler
Elektrikli araç sayısı arttıkça, şarj altyapısı talebi doğrudan kamu otoritelerinin gündeminde.
Bu nedenle otellerin hazırlıklı olması kaçınılmaz görünüyor.

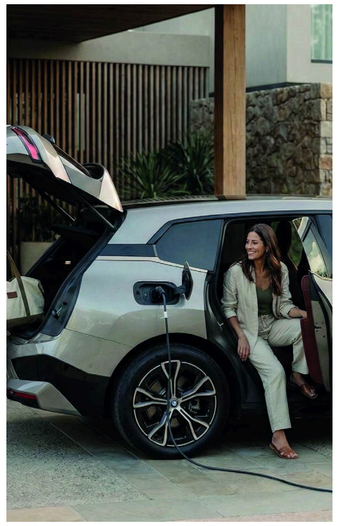
Oteliniz İçin Nasıl Bir Yol Haritası İzlemelisiniz?
1. Otopark Kapasitesini ve Elektrik Altyapısını Analiz Edin
• Trafo gücü, kablolama, mevcut panolar, güvenlik tedbirleri değerlendirilmeli.
• Kaç adet şarj noktasının misafir profilinize uygun olduğu belirlenmeli.

2. AC mi, DC mi?
• AC şarj: Ekonomik, geceleme yapan misafirlere uygun.
• DC hızlı şarj: Kısa süreli kullanımlarda avantajlı, yatırım maliyeti yüksek.

3. Misafir Politikası Belirleyin
• Ücretsiz kullanım mı?
• Oda fiyatına entegre bir model mi?
• Saatlik ya da kWh bazlı ücretlendirme mi?

4. Geleceğe Yönelik Büyüme Alanı Bırakın
Elektrikli araç kullanımı arttıkça bugün 2 istasyon yeterliyken, 2 yıl sonra 6 adede çıkma ihtiyacı doğabilir.
Bu nedenle büyümeye uygun altyapı tasarımı önemlidir.

Bu Yatırımın Otelinize Sağlayacağı Katma Değer
• **Marka itibarı güçlenir**
Modern, çevreci ve yenilikçi bir işletme imajı oluşturur.
• **Çevre duyarlılığı yüksek misafirleri çekersiniz**
Özellikle Avrupa pazarında elektrikli araç kullanım oranı hızla yükseliyor.
• **Rezervasyon kararlarına doğrudan etki eder**
Şarj istasyonu sunan tesisler online platformlarda daha üst sıralara yükseliyor.
• **Orta ve uzun vadede ciddi gelir potansiyeli yaratır**
İsterseniz şarj hizmetini ücretli sunarak ek gelir elde edebilirsiniz.



Sonuç: Dönüşüm Başladı, Hazırlık Yapmayan Geri Kalacak
Elektrikli araçlar artık geleceğin değil, bugünün gerçeği.
Otel işletmeleri için şarj istasyonu yatırımı, sadece "konfor unsuru" değil, çok kısa bir süre içinde zorunlu altyapı bileşeni hâline gelecek.

Yeni yatırımlarda zorunluluk başladı, mevcut tesislerde ise süreç hızla yaklaşıyor.
Bu nedenle tüm otel işletmelerinin teknik analizlerini yapması, bütçelerini planlaması ve bu dönüşüme hazırlanması büyük önem taşıyor.



GELECEĞE NEFES

GETOB ORMANI

“Biz bu topraklara ne bıraktık, ne bırakıyoruz?”
Güney Ege Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği olarak bu sorudan kaçmıyoruz.
Tam tersine, bu soruyu pusula bellemiş bir yolda yürüyoruz.
Çünkü biz, turizmin yalnızca rakamlardan ibaret olmadığını biliyoruz.

Bu bölgenin geleceği; ormanlarının serinliğinde, toprağının bereketinde, çocukların gölgesinde oyun oynayacağı ağaçlardadır.

Bu yüzden, şimdi bir orman kuruyoruz: GETOB ORMANI

Bu bir kampanya değil, **bir kültürdür.**
Bu bir bağış değil, **bir duruştur.**
Bu, geçmiş yangınlara bir cevap değil; **gelecekteki sessizliklere bir ön sözdür.**
Ağaç dikmek, **sadece ağaç dikmek değildir.**

Bu;
- Toprağın hakkını teslim etmektir.
- Sessizce tükenen kaynaklara yüksek sesle “Dur” demektir.
- Çocuklara, doğayı müfredatın dışında da öğretebilmektir.
- Turizmin doğayla, yaşamın vicdanla birlikte yürümesi gerektiğini göstermektir.

Her fidan, yalnızca bir kök değil, bir niyettir.
Ve biz bu niyeti birlikte yeşerteceğiz.

Bugün toprakla temas eden her el, yarını inşa eden bir iradedir.
Eğer gerçekten sürdürülebilirlik diyorsak, bunu otel duvarlarının dışına da taşımalıyız.

GETOB üyeleri olarak, biz toprağa değil; geleceğe yatırım yapıyoruz.

GETOB olarak bu yaraları sarmak, doğaya olan borcumuzu ödemek ve sürdürülebilir bir gelecek için sorumluluk almak adına bir ağaçlandırma kampanyası başlatıyoruz. Bu kampanyayla birlikte “GETOB ORMANI” nı oluşturmayı hedefliyor; her bir ağacın, bölge turizminin doğayla iç içe bir anlayışla gelişmesine katkı sağlayacağına inanıyoruz.

Çocuklara Yeşil Bir Dünya Bırakmak
Ağaç sevgisi küçük yaşta başlar. Çocuklara doğayı sevdirmek, çevre bilinci aşılamak, onların bir fidanla büyümelerini sağlamak geleceğin doğa dostu bireylerini yetiştirmek demektir. Okullarla iş birliği içinde, genç nesillere ağaç dikmenin önemini anlatacak etkinlikler ve fidan dikim günleri düzenlemeyi planlıyoruz.

Sen de Bir Fidanla Katkı Sağla
GETOB ORMANI için başlatılan bu kampanyaya üyelerimiz, kurumlar, yerel halk ve doğaseverler destek verebilir. Her dikilen fidan, bölgemizin doğasına, turizmine ve toplumsal duyarlılığına yapılmış anlamlı bir katkı olacaktır.
Diğer taraftan Sürdürülebilir Turizm belgesi almak zorunda olan tüm konaklama tesisleri işletmecilerinin Karbon ayak izinin azaltılması için yaptığı çalışma belgelenmiş, Sürdürülebilir Turizm belgesinde yerine getirmesi zorunlu olan kriterler arasında olan Çevreye olan faydaların en üst düzeye çıkarılması ve olumsuz etkilerin en aza indirilmesi, Biyoçeşitliliğin, ekosistemlerin ve peyzajın korunması başlıklarının incelenmesinden anlaşılacağı üzere ağaç dikmek veya bu çalışmayı yapan kurum ve kuruluşlara destek olmak ve bunu belgelendirmesi zorunluluk olarak karşınıza çıkmaktadır.
Bu kampanyaya vereceğiniz destekle “Sürdürülebilir Turizm belgesi almak için belli kriterleri ile ilgili bölümün yükümlülüğünü yerine getirmiş olacaksınız ve GETOB ORMANI’na dikilen fidanlarla ilgili olarak denetime yetkili akredite firmalarca kabul edilen sertifikanızı alacaksınız.

Kampanya Katılımı
GETOB ORMANI, yalnızca bizim değil, bu toprakları seven herkesin eseri olacak.
Siz de bu geleceğe nefes olma yolculuğuna katkı sunabilirsiniz.

Gerçekleştireceğimiz Ağaçlandırma Günü’ne kadar, dilediğiniz tutardaki bağışlarınızı aşağıdaki banka hesap numaralarımıza iletebilirsiniz.
Yapacağınız her katkı, bu ormanda kök salacak bir fidana dönüşecek.

Unutmayın: Bir fidan, yalnızca toprağa değil, yarınlara da dikilir.

GETOB BANKA HESAP BİLGİLERİ

GARANTİ BANKASI MARMARİS ŞUBESİ
GETOB HESAP NO: 308/6298439
IBAN NO: TR28 0006 2000 3080 0006 2984 39

HALK BANKASI MARMARİS ŞUBESİ
GETOB HESAP NO: 0266/ 10260223
IBAN NO: TR21 0001 2009 2660 0010 2602 23

Suyun Hatırı

Otelde Bir Damlanın Uzun Hikayesi

Bir damla su, Ege'nin dağlarında uyanır; derelerden, barajlardan geçer, kilometreler aşar ve bir sabah sizin otelinizdeki bir muslukta konaklar. O damlanın yolculuğu, yalnızca bir borudan ibaret değildir: Mutfakta pişen yemeğe, bahçedeki çiçeğe, havuzdaki serinliğe, misafirin gün sonunda aldığı duşa dönüşür. Biz otelciler için su, faturadaki bir kalemden çok daha fazlası; işimizin kalbi, doğamızın sesi ve geleceğimizin emanetidir.

Dört Sahne, Tek Sorumluluk

1) Oda:
Kapıya asılan "Rahatsız Etmeyin" tabelası kadar incelikli bir başka rica daha düşünün: "Suyun Hatırına." Misafire her gün yeni havlu vermek yerine onun tercihine sorumlulukla eşlik etmek… Duş başlıklarının debisini gizliden kısan ama konforu kısmayan küçük dokunuşlar… Housekeeping arabasında, "bir damla daha az" diye tutulan minik notlar… Yorgun bir günden kalan köpük, aslında yarının susuzluğuna ortak olmamalı.

2) Mutfak:
Her tabak, görünmez bir su izi taşır. Mevsiminde, yakın çevreden gelen malzeme; mutfakta suyu da ateşi de daha az yorar. Bulaşık makineleri tam dolmadan çalışmıyorsa, o makinenin düğmesine her basış, bir vadiyi esirger. Şefin ustalığı yalnızca lezzette değil; israfı şova çevirmeden azaltmakta gizlidir. Artan yemekleri doğru biçimde değerlendirmek, mutfağın vicdanıdır.

3) Bahçe:
Palmiye yerine zeytin, çim yerine kekik, lavanta, biberiye… Kökleri derine inen, rüzgârla dost, güneşi seven bitkiler; hortumla değil, zamanlayıcıyla buluşan damlalar… Sulama sabaha karşı yapılırsa, güneş buharı götüremez. Bahçenin sessiz şefi, çoğu zaman görünmeyen bir sulama çizelgesidir.

4) Havuz:
Parıltısı çok, suyu kıymetli… Rüzgâr kıran düzenlemeler, uygun kimyasal dengesi, düzenli filtrasyon sayesinde su "yeniden doğar". Buharlaşmayı azaltan basit önlemler, yazın ortasında bile binlerce litreyi korur. Havuz teknisyeni, aslında suyun muhasebecisidir; her taşma, her geri yıkama bir kalem, her önlem bir kazançtır.

Misafirle Açık Sözleşme
Odaya bırakılan küçük bir kart düşünün:
"Sevgili misafirimiz, bu odadaki su, bugün size kavuşabilmek için uzun bir yol yürüdü. Havlu ve çarşafınızı yalnızca talebinizle yeniliyoruz; duşunuz kısa sürdüğünde, bahçemizde bir fidan daha yeşeriyor. Siz tatilin tadını çıkarın, biz de suyun hatrını koruyalım."

İnsanlar, emir cümlelerinden çok hikâyelere kulak verir. Suya dair samimi bir anlatı, misafiri de çözümün ortağı yapar.

Ölçmediğini Yönetemezsin

Suyun asıl sırrı, sayaçta saklıdır.
Bölümlendirilmiş Sayaçlar: Mutfak, çamaşırhane, bahçe, havuz; her birinin tüketimi ayrı görünürse, kaçaklar fısıltı olmaktan çıkar.
Kaçak–Damla Günlüğü: Housekeeping gözlemlediği her sızıntıyı bir deftere değil, bir düzeltmeye dönüştürür. Bir contasının değişmesi, bazen bir haftalık sulamaya bedeldir.
Bakım Rituelleri: "Aylık su turu" yapılır; duş başlıkları, rezervuarlar, vanalar yoklanır. Rutin, krizin panzehiridir.

Yatırım Değil, Yaşama Biçimi

"Gri su sistemi pahalı" diyenlerin haklı olduğu noktalar var; ama büyük adımların küçük öncüleri olur:
Yağmur suları için basit bir depolama…
Mutfak ön durulamada püskürtme uçları…
Yarı yükte çalışmayan makineler…
Yeni alınan her cihaz için "su verimliliği" şartı…

Bunlar, proje değil alışkanlık. Alışkanlıklar da kültüre dönüşünce, yatırımın yolu kendiliğinden açılır.

Beraber Kazanırız

Tedarikçiden talep ettiğiniz her ürün için "az suyla çok iş" prensibini sorun. Çamaşırhane kimyasallarından bahçe peyzajına, menü planlamasından tekstil seçimine kadar her karara bir soru eşlik etsin: "Bunun suya davranışı nasıl?"
Cevabı iyi olan tercihler, kısa vadede faturayı; uzun vadede bölgemizin iklimini hafifletir. Marmaris'te, Datça'da, Fethiye'de aynı su döngüsünü paylaşıyoruz; su, sınır tanımayan ortak komşumuz.

Suyun Hatırına - Kısa Bir Taahhüt

- Misafirimize anlaşılır bir dille su hikâyemizi anlatacağız.
- Odamızda, mutfağımızda, bahçemizde ölçüp iyileştireceğiz.
- İsrafı, görmezden gelinmiş bir alışkanlık olmaktan çıkaracağız.
- Su verimliliğini, satın alma kriterlerimizin en başına koyacağız.
- Artan her damlayı, yarının gölgesine saklayacağız.



GETOB OFİSİMİZDEN NOTLAR

Birlikte Güçlüyüz: GETOB Üyeliği Hakkında Merak Edilenler

Turizm sektörünün nabzının attığı Güney Ege'de, otelciler ve işletmeciler için güvenilir bir rehber, çözüm ortağı ve ortak ses olma hedefiyle faaliyet gösteren Güney Ege Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği (GETOB), bölge turizmini geliştirmek adına yürüttüğü çalışmalarla üyelerine önemli katkılar sağlamaktadır.

Peki, GETOB'a nasıl üye olunur? Üyelik ne tür avantajlar sunar? Ne kadar süre geçerlidir? Bu sayfamızda sizler için tüm bu soruları derledik.

GETOB'a Kimler Üye Olabilir?
GETOB üyeliği; Güney Ege olarak adlandırılan Bodrum ile Fethiye arasında kalan bölgede faaliyet gösteren tür ve sınıfı ne olursa olsun tüm konaklama tesisleri, ile Turizm İşletme Belgeli diğer tüm tesisler (Restoranlar, Cafeler, Barlar, Aqua Parklar, Hamamlar vb turizm işletmelerine açıktır. Yasal çerçevede faaliyette bulunan ve sektörel standartlarını karşılayan her işletme, birliğimiz çatısı altında yer alabilir.

Üyelik Başvurusu Nasıl Yapılır?
Üye olmak isteyen işletmeler:
• GETOB ofisine doğrudan başvurarak ya da;
• info@getob.org.tr mail adresinden temin edecekleri üye kayıt başvuru formunu doldurduktan sonra ıslak imzalı ve kaşelenmiş olarak ofisimize teslim etmeleri halinde üyelik sürecini başlatabilirler.

Başvuruda gerekli belgeler:
• Vergi levhası
• Turizm İşletme Belgesi Fotokopisi
• İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatı
İlgili şirket Yönetim Kurulunun Getob'a Üye olunması ve Getob'da işletmeyi Temsile Yetkili kıldığı kişi ile aldığı kararı fotokopisi.
(Veya bu formlara imza koyan Şirket Yetkilisinin yetkili olduğuna dair Ticaret Sicil Gazetesi Fotokopisi)
• Temsile Yetkili kişi bilgileri ve iletişim formu
(Kimlik Fotokopisi, 2 Ad.vesikalık Fotoğraf)

Başvurular, GETOB Yönetim Kurulu tarafından değerlendirilir ve uygun görülen Gerçek veya Tüzel Kişiliğin üyelik bilgileri İçişleri Bakanlığı "DERBİS" işlenerek işletmenin üyeliği resmi olarak başlatılır.

GETOB Üyesi Olmanın Avantajları Nelerdir?
1. Ortak Ses, Ortak Güç:
GETOB, sektörün ihtiyaçlarını yerel ve merkezi yönetimlere aktarma kabiliyeti olan etkili bir sivil toplum kuruluşudur. Üyelerinin haklarını savunur, sorunlarına çözüm bulmak için resmi kurumlarla sürekli temas halindedir.

2. Bilgilendirme ve Destek:
Yönetmelik değişiklikleri, teşvikler, vergisel düzenlemeler, çevre mevzuatları gibi konularda üyelerimizi düzenli olarak bilgilendiriyor, danışmanlık desteği sunuyoruz.

3. Eğitim ve Sertifikasyon Programları:
GETOB üyeleri, yıl boyunca Sektörümüzün ihtiyaç duyduğu tüm mesleki konularda düzenlenen ücretsiz veya üyelerimize özel fiyatlarla İlkyardım, Hijyen, Havuz Suyu Operatörlüğü, Cankurtaran Böveli Personel Yetiştirme, Kazan Operatörlüğü, Bahçe Bakım, Yangın eğitimi vb gibi çeşitli mesleki gelişim program ve Kurslarımızdan yararlanabilir.
4. Tanıtım ve Pazarlama:
Ulusal ve uluslararası fuarlara katılım, tanıtım filmleri, sosyal medya kampanyaları ve bölge destinasyonunu öne çıkaran projelerle üye tesislerin bilinirliğini artırmak hedeflenmektedir.

5. Kurumsal İş Birlikleri:
GETOB üyeleri; seyahat acenteleri, hava yolu firmaları, e-ticaret platformları ve sigorta şirketleri gibi iş ortaklarıyla yapılan özel anlaşmalardan avantajlı şekilde faydalanabilir.

6. Ağ Oluşturma ve Dayanışma:
Bölgesel toplantılar, sektörel buluşmalar ve sosyal etkinlikler sayesinde üyelerimiz bir araya gelir, deneyim paylaşımında bulunur ve güçlü bir turizm ağı kurar.

7. Sınıflandırma Çalışmalarında Yer alma:
Kültür ve Turizm Bakanlığı Kontrolörlerince belli bir program dahilinde ve Komisyon marifetiyle Tesis türü, Yıldız Sayısı ve Niteliğinin belirlenmesi ile ilgili yapılan Sınıflandırma Çalışmalarına Sektör Temsilcisi olarak katılmakta, Üyelerimizin ve sektörümüzün Hak ve Menfaatlerini koruma adına görev yapmaktayız.

8. Köprü görevi görme:
Tüm Kamu Kurum ve Kuruluşlarıyla Sektörümüz arasında doğru iletişimi sağlama ve gerekse olası sorunların önlenmesi ve çözülmesi noktasında köprü görevi görmekteyiz.

Üyelik Ücreti ve Aidatlar
GETOB üyeliği için ilk girişte bir defaya mahsus giriş aidatı alınır. Daha sonra Genel Kurulda siz değerli Üyelerimizin benimsediği ve kabul edildiği şekilde tesisin türü ve kapasitesine göre belirlenen standart bir tarife ile Yıllık Üyelik aidatı ödenir. Aidatlarınızı yıllık olarak Banka Hesabına havale yapabilir, Kredi kartı ile komisyon bedeli ödemeden veya Nakit olarak Alındı Makbuzu karşılığında yatırılabilirsiniz.

Aidatlarınızın zamanında ödenmesi GETOB'un hizmetlerini sürdürebilmesi ve yeni projelere kaynak aktarabilmesi adına hayati önem taşır.

Siz de; sizin Meslek Örgütünüz olan GETOB Ailesine Katılın...

Turizmde güçlü olmak, sorunlara tek başınıza değil birlikte çözüm üretmek ve bölge turizmine yön veren çalışmalarda yer almak istiyorsanız, sizi GETOB ailesine davet ediyoruz.

Unutmayın: Birlikten kuvvet doğar..

Daha fazla ve detay bilgi ve başvuru için:
GETOB Ofisi – Armutalan Kültür Merkezi, Marmaris
www.getob.org.tr
0252 412 02 00
info@getob.org.tr

GETOB
GÜNEY EGE TURİSTİK OTELCİLER VE İŞLETMECİLER BİRLİĞİ



eser
içecek pazarlama

İçecek Çözümlerinde
Lider



SALVADOR
nektar natura
DOĞUŞ
unico mix
squash
Juss
SARIYER İÇECEK

İçmeler Mahallesi 162 Sokak No.2/A Marmaris / MUĞLA

0252 455 36 37 – 0530 762 32 79

info@eserpazarlama.com | www.eserpazarlama.com

eserpazarlama.com

KARYA VİZYON

TÜRKİYE İŞ BANKASI

GETOB

ULUSLARARASI

2. KARYA VİZYON TURİZM BULUŞMASI

15-16 NİSAN 2026 MARMARİS

İZ BIRAKMADAN

Değer Yaratmak

MUĞLA VALİLİĞİ

T.C. MUĞLA BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ

MARMARİS BELEDİYESİ

MARMARİS 1994 TİCARET ODASI

TÜROFED

Green Nature Hotels

GRAND PAŞA hotel

MUĞLA

getob.org.tr

getob.org.tr

karyavizyon