



MUĞLA'NIN KALBI
MENTEŞE

**Dalaman
Havalimanı**

Türk Rivierası'nın Kapısı

GÖKOVA'DAKİ
RENKLİ HEYECAN

KITESURF

Türk Turizminin Strateji Ustası

**KAAN KAŞİF
KAVALOĞLU**

Yarım Asırlık Lezzet, Dede'den
Toruna Uzanan Bir Miras

Dede Restaurant

AVRUPA'DAKİ
TÜRK'ÜN GÜCÜ

**TURGUT
TORUNOĞULLARI**

Güney Ege'nin
Sakin Kalbi

Akyaka



World of Olive Oil



Milas'ın yüksek dağlarında kendimize ait olan Memecik zeytinlerimizden toğladığımız meyveleri üç saat içinde yenilikçi değirmenimizle özenle üretiyoruz. Ürettiğimiz bu zeytinyağı Sağlık açısından, yüksek polifenol içeriği sayesinde antioksidan etkisi güçlü, doğal bir gıda takviyesi niteliğindedir.

From our own Memecik olive trees in the high mountains of Milas, we carefully harvest the fruits and, within three hours, produce them with our innovative mill. Thanks to its high polyphenol content, this olive oil offers powerful antioxidant effects, making it a natural dietary supplement for health.

Oro di Milas – Milas'ın Altını

Dünya çapında altın ödüller kazanarak sınıfının zirvesine tırmandı. Erken hasat, soğuk sıkım ve rezerv kalitede üretimiyle, Milas'ın tarihi topraklarından sofranıza uzanan bu benzersiz zeytinyağı; içerdiği zengin fenollerle sağlığınıza dost, aromasıyla duygularınıza hitap eder.

By winning gold awards worldwide, it has risen to the pinnacle of its class. Crafted as an early harvest, cold-pressed, reserve-quality olive oil, this unique creation travels from the historic lands of Milas to your table; rich in phenols for your health, and with an aroma that speaks to your senses.



ORO di MILAS

Eminems OliveMill & Cultural Center Tour

Rezervasyon ve Bilgi için: +90 533 256 32 48
Ekindere Mah. Merkez 47 Cd. No:112 Milas-MUĞLA

@orodimilas @eminemsmill

ORO *di* MILAS

Eminems OliveMill & Cultural Center Tour



Home of OrodMilas Extra Virgin Olive Oil. Immerse Yourself in the
World of Olive Oil

www.rodimilas.com | www.eminmsmill.com



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
Ağustos 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.

4 Önsöz

38 Röportaj
Turgut Torunoğulları

6 Bizden
kısa kısa

40 Röportaj
Onur Ülgen

15 Güney Ege'nin
Kalbinde Bir Nefes
Akyaka

42 Röportaj
Kaan Kaşif Kavaloğlu

22 Gökova'daki
Renkli Heyecan
Kitesurf

48 Röportaj
Yiğit Laçın

26 Köşe Yazısı
Prof. Dr. Gökhan Ayazlar

52 Röportaj
Tanju İçten

28 Muğla'nın Kalbi
Menteşe

54 Röportaj
Housekeeping'in Görünmeyen Gücü

32 Röportaj
Dede Restaurant

56 Röportaj
Yeşil 360

36 **Turizm**
Gemi ve Yat İşletmeciliğinde
Vergi İstinası:

59 GETOB
Ofisimizden Notlar

Uludağ

PREMIUM



EFI
PREMIUM
MARMARIS

Tchibo

illy

MONIN

Çamdibi Mahallesi 243. Sokak No 17/1 Marmaris - MUĞLA

0252 412 13 14 | 0252 412 13 12 @ efepremiummarmaris

önsöz



Gerçeğin Yanında, Marmaris'in Yanında...

Marmaris sadece bir turizm destinasyonu değil; rüzgârın yön değiştirdiği her saatte yeniden kurulan, yeniden yazılan bir hikayenin adıdır. Güne başlarken limanda düğümlenen ağlar, öğle sıcaklığında çamların kokusuna karışan deniz tuzu, akşamüstü bir sofrada paylaşılan ekmeğin bereketi... Bizim için turizm; yalnızca konaklama kapasitesi ya da sezon doluluğu değildir. Turizm; emeğin itibarı, misafirin güveni ve kent kültürünün sürekliliği demektir. Bu nedenle Marmaris'in itibarını korumak, onu doğru anlatmak ve yarına emanet etmek, GETOB adına bir görevden öte bir sözdür.

Bugün dünyayı anlatanlar artık dijital platformlarla hikayeyi kendi objektifleleriyle birleştiriyorlar. Bir kare, bir başlık, birkaç saniyelik görüntü milyonların önüne düşüyor; bağlam ise çoğu kez yolda kayboluyor. Bu yıl da benzer bir tabloyla karşılaştık: bazı eğlence sahneleri üzerinden tekilleştirilmiş görüntüler sosyal medyada çoğaltılarak Marmaris bütününe mal edilmeye çalışıldı. Biz gerçeği saklamayı değil, bütünü görmek ve göstermek ilkesini savunuyoruz. Tekil vakalardan genelleme çıkarmanın, on binlerce turizm emekçisinin alın terine haksızlık olduğunun altını çiziyoruz. Marmaris; güvenli, saygın ve yüksek standartlı bir destinasyondur ve öyle kalacaktır.

Ancak Marmaris bundan ibaret değildir ve işte "tek konu"ya sıkışmayı reddedişimiz tam da burada başlıyor.

Marmaris, doğası, mavi, yeşil koridorları, koruma altındaki koyları, yürüyüş rotaları ve ekosistemimizi iyileştirmeye dönük çabaları ile ziyaretçiye yalnızca güzellik değil, sorumluluğu da anlatır. Kültürümüzle yaşayan mirasız: Karya Uygarlığının izleri, yerel mutfağın lezzeti, zanaatın sabrı... İşte bu bütünlük içinde itibar yönetimimiz de yasaklayıcı değil, rehberlik edici bir çizgide ilerlemektedir. Eğlence, performans dâhil tüm alt dikeylerde insan onuru, misafir güvenliği ve çalışan hakları kırmızı çizgimizdir. "Sıfır tolerans" derken kastımız; etik dışına göz yummamak, ama aynı zamanda işletmelerimizin doğruya en hızlı şekilde uyumlanmasını sağlayacak eğitim, denetim ve içerik rehberliklerini kurumsallaştırmaktır. Görüntü paylaşı-

ken bağlamı açıklamak, dijitalde mahremiyete özen göstermek, kriz anında kanıta dayalı konuşmak bunlar yalnızca iletişim protokolü değil, Marmarisli olmanın görgüsüdür.

Gerçeğin yanında durmak, yalnızca yanlış olana itiraz etmek değildir; doğru olanı büyüttür. Bu yüzden Marmaris'in güçlü yanlarını daha görünür kılmaya kararlıyız:

Marmaris'in hikâyesini anlatırken dili büyüten; ama rakamı, standardı, denetimi ihmal etmeyen bir denge kuruyoruz. Kıyıda güneşi batıran bir misafirin gülümsemesini, dağ yolunda yürüyen bir gezginin derin nefesini, yerel pazarda alışveriş eden bir ailenin mutluluğunu ölçemeyiz belki; fakat güvenlik göstergelerini, memnuniyet trendlerini, akreditasyon oranlarını ölçer; bu veriyi kamuya paylaşıyoruz. İlham veren şey yalnızca güzel söz değil, kanıtla desteklenen sözdür.

Buradan paydaşlarımıza açık bir davetimiz var: İşletmelerimize; standartlara uyum bir maliyet değil, marka sermayesidir. Çalışanlarımıza; meslek etiğinin bu kentin en güçlü sigortasıdır. Misafirlerimize; gördüğünüz aksaklığı işletmeye ve bize iletin; doğrulama ve düzeltme mekanizmalarımız sizin için var.

Yerel topluluğa; turizmin sürdürülebilirliği ortak refahın teminatıdır; beraber yöneteceğiz.

Ve evet: Sosyal medyada dolaşan tekil görüntüler, bir süreliğine gürültü yaratabilir. Ama Marmaris'in sesi gürültüden ibaret değildir. O ses; balıkçının sabah selâmı, ustanın tezgâh sabrı, rehberin anlatı tutkusu, çocuğun plajda ilk kulaç sevincidir. O sesi korumak, büyütme ve dünyaya doğru duyurmak için gerçeğin yanında, Marmaris'in yanında durmaya devam edeceğiz.

Marmaris; dün olduğu gibi bugün de, yarın da Ege'nin incisidir. Bizler, doğru bilgi, güçlü işbirliği ve yüksek standartlarla bu değeri yalnızca savunmakla kalmayıp, geleceğe taşımaya kararlıyız. Çünkü Marmaris bir tatil değil, bir sözdür. Bu sözü, hep birlikte tutacağız...

Saygılarımla,

Cengiz Aygün

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

önsöz

Tarihiyle, Doğasıyla, Kültürüyle Güçlü Menteşe

Kentsel, doğal ve arkeolojik sit alanlarıyla çevrili, eşsiz doğaya sahip bir coğrafyada yaşıyoruz.

Saburhanemiz, Arastamız, Karabağlar Yaylamız, mutfağımız, folklorumuz, sivil mimari yapılarımız, hanlarımız, hamamlarımız, meydanlarımız, Değirmendere Kanyonumuz, Akbük Koyumuz ve yaşam kültürümüz...

Tüm bu zenginliklerimiz, Menteşe'nin yalnızca geçmişini değil; bugününü ve geleceğini de şekillendiren büyük bir kültürel mirasın parçaları.

Bu mirası yalnızca korumakla kalmıyor; aynı zamanda ulusal ve uluslararası platformlarda görünür kılmak, tanıtmak, yaşatmak için güçlü adımlar atıyoruz.

Çünkü biliyoruz ki, kültürel miras ancak içinde hayat aktıkça yaşar, değer kazanır.

Türkiye'de ilk koruma amaçlı imar planı 1973 yılında Muğla'nın kalbi Menteşe'de hazırlanmıştır.

Bu bilinçle; Menteşe'miz, her yıl binlerce yerli ve yabancı turisti ağırlayarak kültür turizminde önemli bir destinasyon olduğunu kanıtlamaktadır.

Bizler de bu birikimden güç alarak kültür odaklı bir turizm vizyonu geliştirdik. Gastronomi rotaları, doğa yürüyüşleri, alternatif turizm modelleri, yerel üreticiyi destekleyen festivaller, kardeş kent iş birlikleri, kültür sanat şenlikleri...

Tüm bu adımlarla hem geçmişini onurlandırıyor hem de geleceği inşa ediyoruz.

Komşu ülkemiz Yunanistan'ın Simi Belediyesi ile gerçekleştirdiğimiz "İki Yaka Tek Sofra" etkinliğinde, ortak soframızı ve yöresel tatlarımızı bir araya getirdik. Almanya'nın Sindelfingen Belediyesi ile de çevre, gençlik, eğitim, dijital dönüşüm gibi alanlarda birlikte öğrenmek, birlikte üretmek üzere iş birliği protokolü imzaladık.

Her yıl paydaşı olduğumuz Uluslararası Muğla Düğün Yemekleri Festivali kültürel bir etkinliğin yanı sıra üreticilerimizin emeğini görünür kılan, gençlerimize ve çocuklarımıza geçmişi tanıtan kıymetli bir buluşma oldu.

Rodos, Atina, Girit, Almanya ve Türkiye'nin dört bir yanından gelen şefleri ilçemizde ağırlıyor, gastronomi turiz-

minde yerel değerlerimizi evrensel bir sofraya taşıyoruz.

Karabağlar Yaylamız, Türkiye'nin "inilen" tek yaylası olma özelliğiyle sadece bir coğrafya değil, bir yaşam biçimidir.

Yurt adı verilen beyaz badanalı, kırmızı kiremitli evleriyle kent merkezindeki tarihi yapılarla mimari uyum içindedir. Soğuk kaynak suları, asırlık çınarları, yayla yolları, kesikleri, irimleri, camileri ve kahveleriyle bu alan, kültür turizmi açısından eşsiz bir potansiyele sahiptir. Bu bölgede düzenlediğimiz doğa yürüyüşleri, bisiklet turları, Yayla Kavun Yarışması gibi etkinliklerle hem alternatif turizm rotaları oluşturuyor, hem de üreticilerimize destek oluyoruz.

Kültür ve sanat şenliklerimizi ilk kez uluslararası boyuta taşıyarak, Arasta, Değirmendere, Karabağlar Yaylası gibi kentsel ve doğal sit alanlarımızı etkinlik noktaları olarak belirledik.

Açtığımız sergilerle, Muğla'nın geleneksel evlerinde ağırladığımız sanatçılarla, coğrafi işaretli ürünlerimizi tanıttığımız etkinliklerle kültürel mirasımızı görünür kıldık.

Bu yıl 32'ncisini düzenleyeceğimiz Uluslararası Muğla Kültür ve Sanat Şenlikleri, yerelden evrensele uzanan bir vizyonun ürünüdür.

Menteşe'mizi yalnızca bir kent olarak değil, bir kültür odağı olarak da geleceğe taşıyoruz.

Tüm bu çalışmalarla amacımız; Muğla'nın özü olan Menteşe'yi, tarihiyle, doğasıyla, kültürüyle ve özgün yaşam biçimiyle birlikte kültür turizminde hak ettiği yere taşıyarak, Muğla'mızın parlama yıldızı haline getirmektir.

Bölge turizmimizin gelişimine katkı sağlayacak her çalışmayı çok önemsiyoruz. Bu anlamda, Güney Ege Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği'nin (GETOB) çok yakında okullarıyla buluşacak olan ve Menteşe olarak yer aldığımız bu sayısı, hem sektör temsilcilerimizin hem de bölgemizin marka değerine önemli katkılar sağlayacaktır.

Kültür turizmi, sadece geçmişin izlerini korumak değil; aynı zamanda o izlerden bir gelecek inşa etmektir. Ve biz bu geleceği ortak akılla, ortak değerlerle hep birlikte kuracağız.

Gonca Köksal Aras

Menteşe Belediye Başkanı



GETOB Bölgesel Buluşma Toplantısı Gerçekleşti

GETOB, sektör temsilcileriyle bir araya geldiği bölgesel buluşma toplantısını Hilton Dalaman Sarıgerme Resort & Spa'da başarıyla gerçekleştirdi. Toplantıya teşrif eden kıymetli protokol üyeleri, katkılarıyla turizm sektörünü ileriye taşıyan paydaşlar ve bölgedeki tüm turizm tesisi temsilcileri etkinliğe değer kattı. Toplantıda yalnızca sektörün sorunları ele alınmakla kalmadı; çözüm odaklı bir yaklaşım benimsenerek ortak irade ortaya kondu. GETOB, bölgesel iş birliğinin ve ortak aklın gücüne inandığını "Birlikte daha güçlüyüz, birlikte daha ileriye" söylemiyle bir kez daha vurguladı.



Coffeemanía Next Marmaris'te Açıldı

Türkiye genelinde 60'tan fazla şubesiyle tanınan Coffeemanía, yeni konsepti Coffeemanía Next ile artık Marmaris'te kahve tutkunlarını ağırlıyor. Açılışa katılan GETOB Yönetim Kurulu, Otelciler Birliği üyelerinden Eşref Girginç ve ailesine yeni girişimlerinin hayırlı olması temennisinde bulunarak, işletmenin başarılı ve bereketli kazançlarla dolu bir dönem geçirmesini diledi.



Dungeon by Gölmar Açılışına Katılım Sağlandı

GETOB Yönetim Kurulu, Marmaris İçmeler'de Gölmar Otel bünyesinde hayata geçirilen Dungeon by Gölmar işletmesinin açılışına katıldı.

Birlik yönetimi, üye işletmenin bu yeni girişiminin bölge turizmine değer katacağına inandığını belirterek, işletmeye hayırlı olsun dileklerini iletti.



İçmeler Mah. Kayabal Cd. No:45/A Marmaris /Muğla

☎ 0252 455 24 79 - 0554 813 70 06 📷 [cafeanneicmeler](#)



Marmaris İlçe Emniyet Müdürü Samed Seyhan'a Ziyaret

GETOB Yönetim Kurulu, Marmaris İlçe Emniyet Müdürlüğü görevine yeni atanan Samed Seyhan'ı makamında ziyaret etti. Nazik ev sahipliği ve samimi misafirperverliği için teşekkürlerini sunan yönetim kurulu üyeleri, ziyaret sırasında turizm sektörünün güvenliği üzerine karşılıklı görüş alışverişinde bulundu ve iş birliği olanaklarını değerlendirdi.

Yönetim kurulu, ziyaretin sonunda Samed Seyhan'a yeni görevinde başarılar dileyerek, bu görevin Marmaris turizmine ve bölge halkına hayırlı olması temennisinde bulundu.

Turizm Tesislerinde Yüksek Su Faturaları Gündeme Alındı

GETOB Yönetim Kurulu Başkanı Cengiz Aygün, Bodrum Otelciler Derneği (BODER) Yönetim Kurulu Başkanı Ömer Faruk Deniz ve Muğla Büyükşehir Belediye Başkanı Ahmet Aras ile bir araya geldi.

Toplantıda, özellikle turizm bölgelerinde faaliyet gösteren konaklama tesislerinin karşı karşıya kaldığı yüksek su faturaları konusu ele alındı. İşletmelerin üzerindeki bu maliyet yükünün, sürdürülebilir turizm açısından ciddi bir sorun teşkil ettiği vurgulandı.

GETOB ve BODER, bölgelerindeki turizm tesislerinin ortak sorunlarını gündeme taşımaya, çözüm odaklı iş birlikleri geliştirmeye ve kamu kurumlarıyla yapıcı diyaloglarını sürdürmeye kararlı olduklarını belirtti.



Kurban Bayramı Bayramlaşma Programı

Marmaris Kaymakamı Nurullah Kaya'nın ev sahipliğinde, Marmaris Öğretmenevi'nde düzenlenen Kurban Bayramı bayramlaşma programına GETOB Yönetim Kurulu katıldı. Törene, Tuğamiral Neslim Eski, Belediye Başkanı Acar Ünlü, İlçe Emniyet Müdürü Samed Seyhan, İlçe Jandarma Komutanı Berker Dongul, kamu kurumlarının yöneticileri ve sivil toplum kuruluşlarının temsilcileri de katılım sağladı.

GETOB Yönetim Kurulu, bayramın dayanışma, paylaşma ve birlik duygularını güçlendirdiğini vurgulayarak, tüm halkın bayramını en içten dilekleriyle kutladı.





“Hayat kurtarmak eğitimle başlar

Muğla İl Sağlık Müdürlüğü ile GETOB iş birliğinde düzenlenen ilk yardım eğitimi, iki günlük yoğun programın ardından, gerçekleştirilen yazılı ve uygulamalı sınavlarla başarıyla tamamlandı.

Eğitim sürecinde otel temsilcileri, hem teorik hem de pratik bilgilerle donatıldı. Katılımcıların yüksek memnuniyeti, programın verimliliğini ortaya koyarken, GETOB

için de önemli bir motivasyon kaynağı oldu.

GETOB, eğitim sürecine katkı sunan Muğla İl Sağlık Müdürlüğü'ne, değerli eğitmenlere ve katılım sağlayan tüm kursiyerlere teşekkür etti. İlk yardım eğitimlerinin belirli aralıklarla devam edeceği, yeni kurslara katılmak isteyen üyelerin GETOB ofisi ile iletişime geçerek kayıt yaptırabileceği belirtildi.

Marmaris'in Dijital İmajı İçin Ortak Toplantı Gerçekleştirildi

Marmaris Belediyesi'nin koordinasyonunda, GETOB Yönetim Kurulu, Ticaret Odası, TÜRSAB, Deniz Ticaret Odası, Esnaf ve Sanatkarlar Odası ve turizm STK'larının katılımıyla ortak bir toplantı gerçekleştirildi.

Toplantıda, Marmaris'in dijital platformlarda güçlü ve olumlu bir imajla temsil edilmesi ve kentin marka değerinin yükseltilmesi için yapılabilecek çalışmalar değerlendirildi.



Marmaris Yeni Yıl Festivali'ne Geri Sayım Başladı

Marmaris Belediyesi'nin öncülüğünde, kasım ayı sonunda başlayacak olan “Marmaris New Year Fest” lansmanına GETOB Yönetim Kurulu katılım sağladı. Lansmanda, yönetim kurulu adına konuşmayı Başkan Yardımcısı Süleyman Yıldız gerçekleştirdi.

Marmaris'in turizm vizyonuna katkı sunacak bu özel festivalin, kente yeni yıl coşkusunu ve hareketliliği getirmesi hedefleniyor. GETOB, bu anlamlı projede yer almaktan büyük mutluluk ve gurur duyduğunu belirtti.

Yönetim kurulu, Marmaris'in turizmdeki gücünün kurumlar arası iş birliği ile artacağını vurgulayarak, bu organizasyonda emeği geçen herkese teşekkür etti.



Cankurtaran Kursu ile Turizme Güvenli Destek

GETOB, turizm sektörüne nitelikli personel kazandırmak amacıyla düzenlediği mesleki eğitim programlarını sürdürüyor. Devam eden Cankurtaran Kursu ile sektörün ihtiyaç duyduğu, can güvenliğinden sorumlu profesyoneller yetiştiriliyor. Katılımcılar, teorik ve uygulamalı eğitimlerle donanımlı birer cankurtaran olmaya hazırlanıyor. GETOB, eğitimli personelin güvenli turizmin anahtarı olduğunu vurgulayarak, bölge turizmine katkı sağlamayı sürdürecektir.



İçmeler Turizm MYO'da Mezuniyet Coşkusu



Güney Ege Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği (GETOB) Yönetim Kurulu Başkanı Cengiz Aygün başkanlığındaki heyet, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Marmaris İçmeler Turizm Meslek Yüksekokulu 2024-2025 mezuniyet törenine katıldı.

Törende Marmaris Kaymakamı Nurullah Kaya, Belediye Başkan Yardımcısı Sedat Kirt ve Ticaret Odası Başkanı S. Mutlu Ayhan da yer aldı. GETOB, turizm sektörüne adım atan genç mezunları kutlayarak meslek hayatlarında başarılar diledi ve onları yetiştiren akademik kadroya teşekkür etti. Birlik yönetimi, İçmeler Turizm MYO ile iş birliğini sürdürmekten duyduğu memnuniyeti yineledi.



Turizmde Güncel Sorunlar Masaya Yatırıldı

Muğla Büyükşehir Belediye Başkanı Ahmet Aras başkanlığında, bölgedeki otelciler birliği temsilcileriyle aylık turizm değerlendirme toplantısı gerçekleştirildi. Toplantıya GETOB Başkanı Cengiz Aygün, FODER Başkanı Bülent Uysal ve BODER Başkanı Ömer Faruk Dengiz katıldı. Birlik başkanları, bölgelerindeki güncel turizm verilerini, sezonun seyrini ve karşılaşılan sorunları paylaştı. Görüşmede, konaklama tesislerinin karşı karşıya kaldığı yüksek su faturaları konusu da ele alındı ve çözüm önerileri MUSKİ yetkililerine aktarıldı. Bu buluşmaların, sürdürülebilir turizm, bölgesel iş birliği ve ortak sorunlara çözüm üretmek açısından taşıdığı önem bir kez daha vurgulandı.





 **memedocakbasi**

+90 543 609 75 68

Sarıana Mah Mustafa Kemal Paşa
Cad. No:26, Marmaris / Muğla

@ memedocakbasi



“Benzersiz bir
Tatil Deneyimi”



+90 536 766 79 23

Çıldır Mah. 207. Sk. No:8,
Marmaris/Muğla

@ yeshillbeach



EasyJet ile Bölge Turizmine Yeni Fırsatlar

Green Nature Diamond Hotel'de, Diana Travel organizasyonu ile gerçekleştirilen toplantıya EasyJet CEO'su Kenton Jarvis ve EasyJet Holidays CEO'su Garry Wilson ev sahipliği yaptı. Toplantıya GETOB Yönetim Kurulu ile birlikte Marmaris Kaymakamlığı, Marmaris Belediyesi, Marmaris Ticaret Odası, İlçe Turizm Müdürlüğü, FODER ve BODER temsilcileri katıldı. Görüşmelerde Muğla-İngiltere turizm ilişkileri, karşılıklı iş birliği olanakları ve yeni sezon için ortaya çıkan fırsatlar ele alındı. EasyJet uçuşlarının Dalaman Havalimanı için artırılması ve otel paket satışlarında ciddi artış beklenildiği bilgisi paylaşıldı. Toplantı, bölge turizmi adına son derece verimli ve yapıcı geçti. GETOB, Güney Ege'nin uluslararası turizm potansiyelini geliştirmek için çalışmaya devam edeceğini vurguladı.



GETOB, Turizm Güvenliği Toplantısında

Muğla Valisi Dr. İdris Akbıyık başkanlığında gerçekleştirilen Turizm Güvenliği Koordinasyon Toplantısına, GETOB Yönetim Kurulu Başkanı Cengiz Aygün katıldı. Bölge turizminin huzur ve güven ortamı içinde sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla yapılan bu toplantıların önemine dikkat çekildi. GETOB, iş birliği ve koordinasyonun artarak devam etmesini temenni etti.

Akyaka'da GETOB Bölge Toplantısı Gerçekleştirildi

GETOB, Akyaka Yücelen Otel'de bölge toplantısını başarıyla gerçekleştirdi. Toplantıya Muğla Merkez, Ula, Gökova ve Akyaka'dan üyeler, paydaşlar ve kamu kurum temsilcileri katıldı. Buluşmada, bölge otelcilerinin karşılaştığı zorluklar, Akyaka'nın turizm potansiyeli ve korunması gereken değerleri ile çözüm odaklı iş birliği imkânları değerlendirildi.

Verimli geçen toplantının ardından, ilgili mercilerle yeniden bir araya gelinerek çözüme yönelik adımlar atılacağı ifade edildi. GETOB, bölge turizminin gelişmesi ve sürdürülebilirliği için çalışmalarını sürdüreceğini vurguladı.



yaşam alanlarınıza estetik dokunuşlar



■ Kale

■ Kalebodur

■ Çanakkale Seramik

GROHE



ÖMER TİCARET

TURİZM İNŞAAT İTHALAT İHRACAT LTD. ŞTİ.

ARMUTALAN MAH. SÜLEYMAN DEMİREL
CD. NO:4 MARMARİS | MUĞLA

☎ (0252) 417 85 25 omerticaret.com.tr



Geleceğin Turizm Profesyonelleri Mezuniyetle Sektöre Adım Attı

GETOB Yönetim Kurulu adına Başkan Yardımcısı Süleyman Yıldız, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Turizm Fakültesi mezuniyet törenine katıldı.

Törende genç mezunlar tebrik edilerek iş yaşamlarında başarılar dilendi. GETOB, üniversite-turizm iş birliğine verdiği önemi vurgulayarak, sektöre katkı sunacak projelere desteklerini sürdüreceğini belirtti.



Sektörün Güncel Sorunları Bakan Ersoy ile Masaya Yatırıldı

GETOB Yönetim Kurulu Başkanı Cengiz Aygün, Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜROFED) yönetim kurulu üyeleriyle birlikte Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy ile önemli bir toplantı gerçekleştirdi.

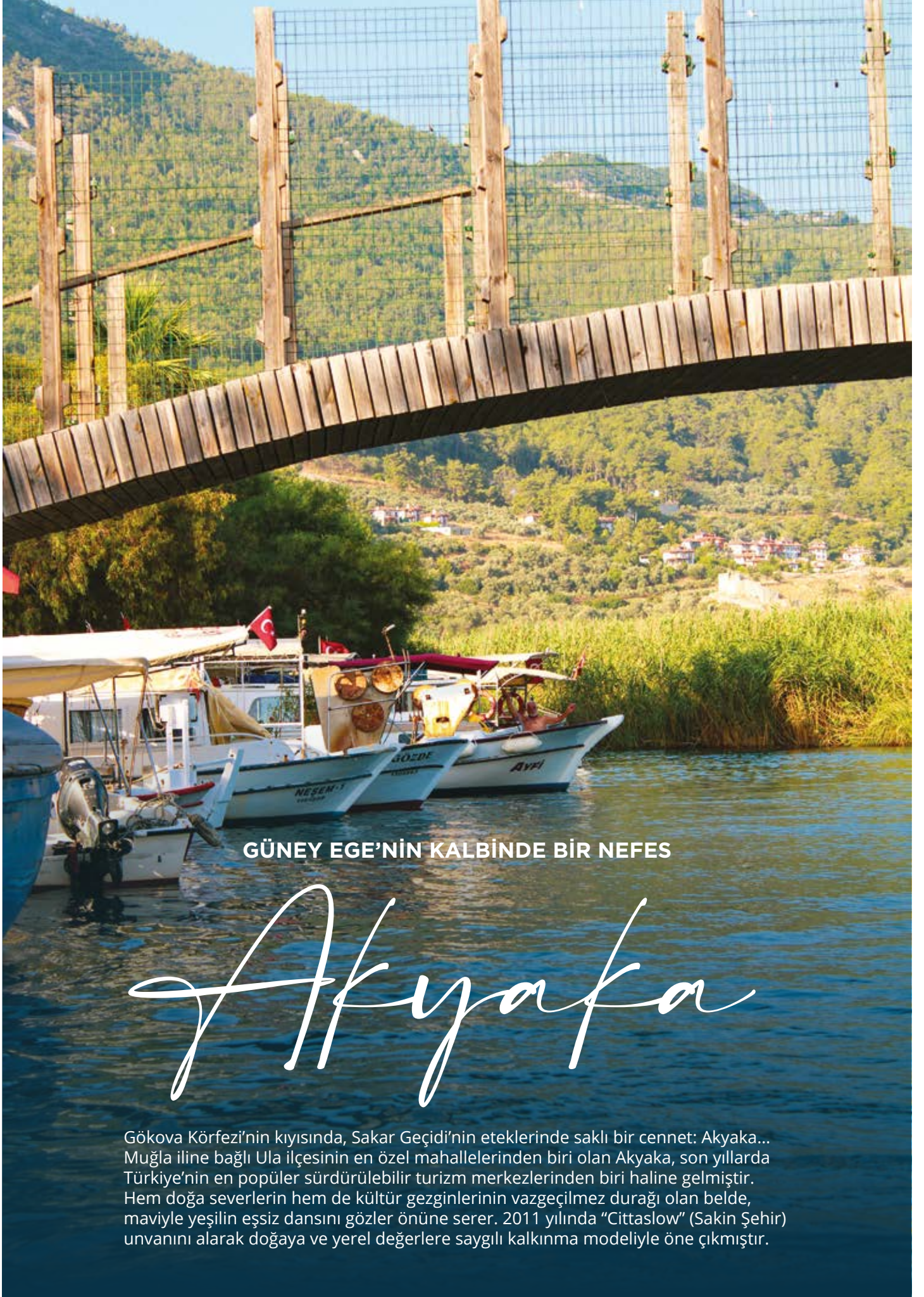
Toplantıda, bölge ve ülke genelinde turizm sektörünün karşılaştığı güncel sorunlar, çözüm önerileri ve yerel paydaşların beklentileri ele alındı. GETOB, turizm sektörünün sürdürülebilirliği ve kalitesinin artırılması için tüm kurumlarla iş birliğini sürdüreceğini vurguladı.

Güney Ege Turizmi TÜROFED ve TOBB Gündeminde

GETOB Yönetim Kurulu Başkanı Cengiz Aygün, TÜROFED Başkanı Dr. Erkan Yağcı başkanlığında TÜROFED Merkez Ofisi'nde gerçekleştirilen olağan yönetim kurulu toplantısına katıldı. Toplantıda, bölge turizmini ilgilendiren güncel gelişmeler, karşılaşılan sorunlar ve çözüm önerileri ele alındı.

Başkan Aygün, ardından TOBB Turizm Meclisi Toplantısı'na iştirak ederek Güney Ege turizminin öncelikli meselelerini gündeme taşıdı. GETOB, bölge turizminin sesi olmayı, sorunları en üst düzeyde dile getirmeyi ve ortak akılla çözümler üretmeyi sürdüreceğini vurguladı.

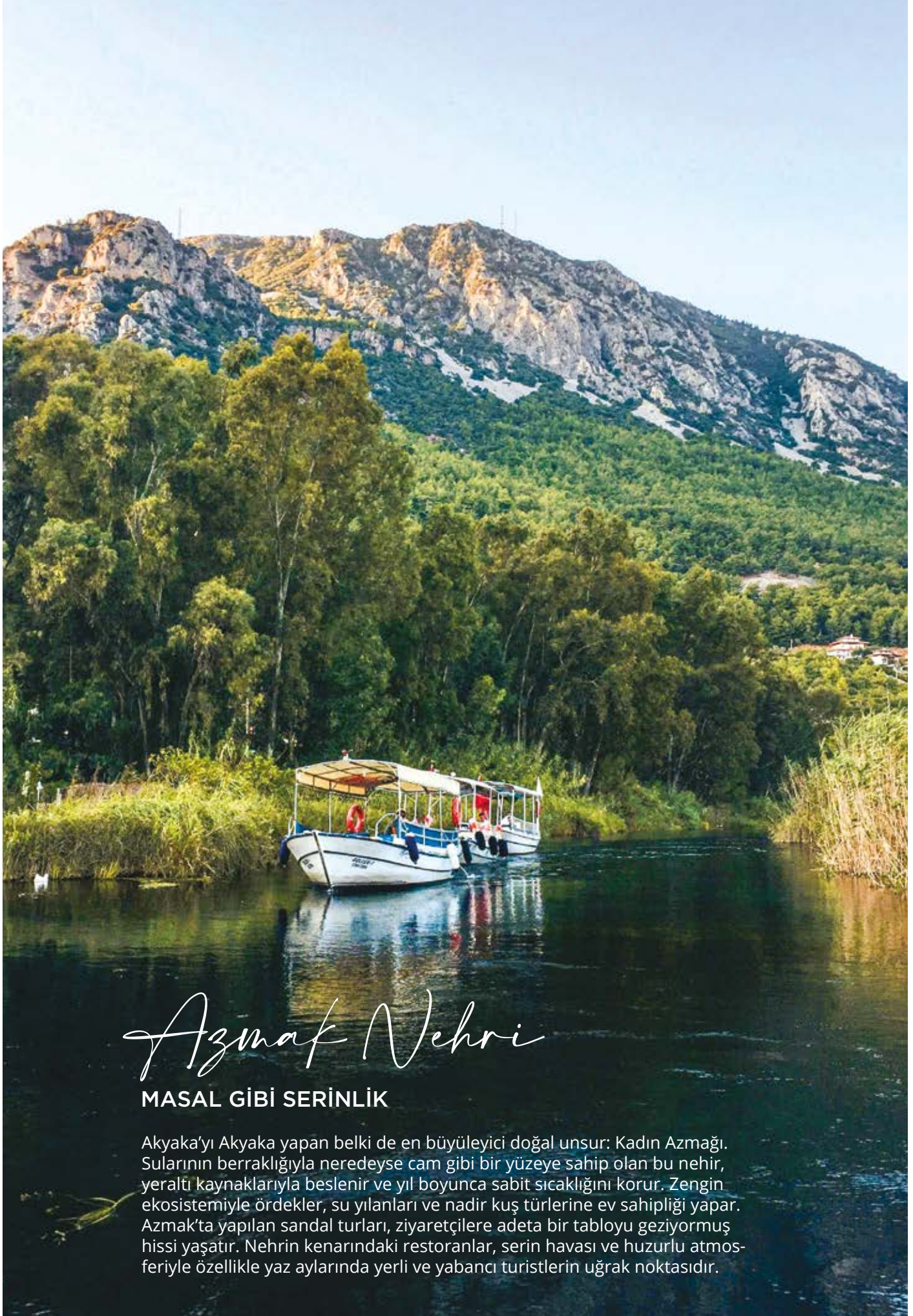




GÜNEY EGE'NİN KALBİNDE BİR NEFES

Akyaka

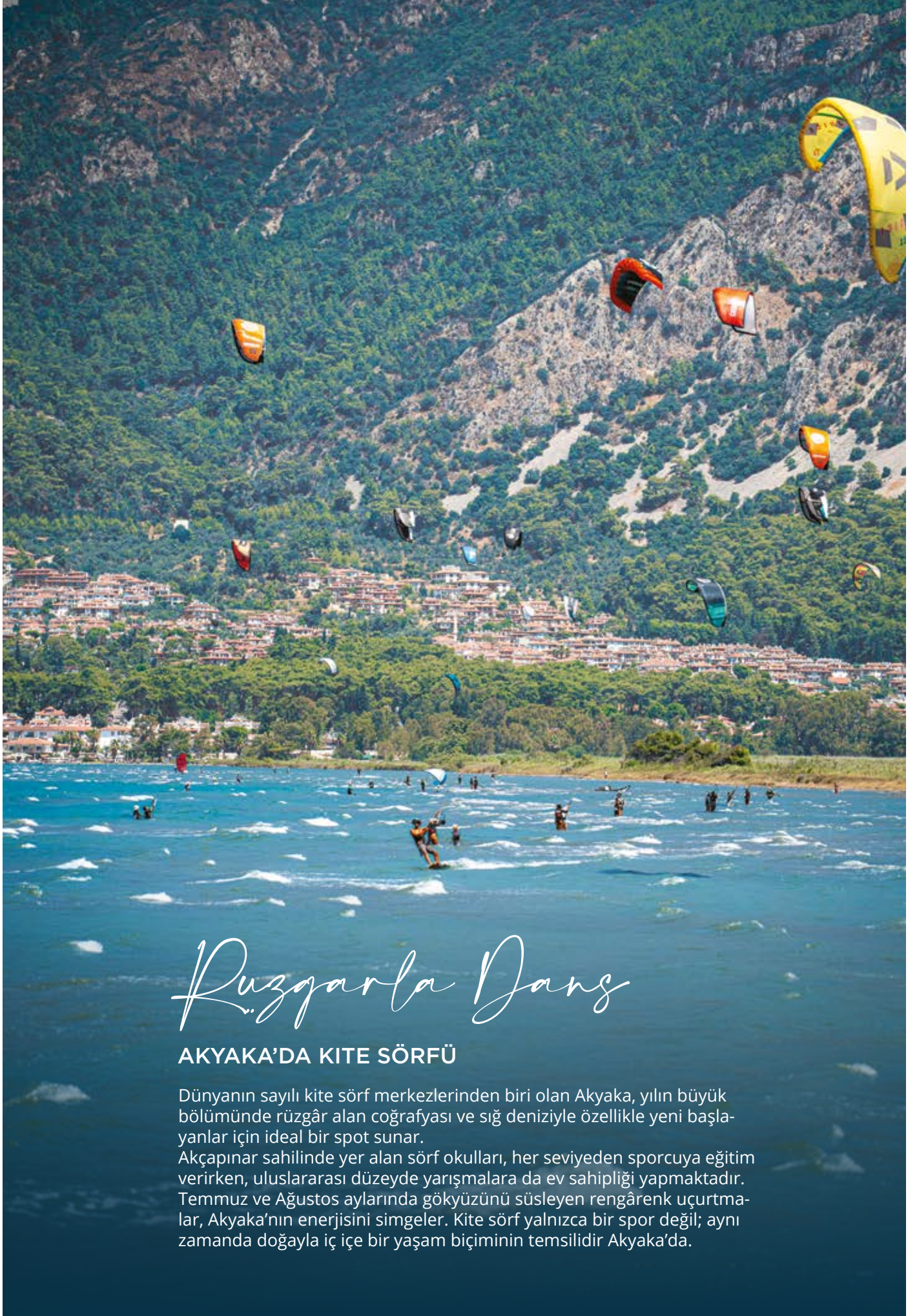
Gökova Körfezi'nin kıyısında, Sakar Geçidi'nin eteklerinde saklı bir cennet: Akyaka... Muğla iline bağlı Ula ilçesinin en özel mahallelerinden biri olan Akyaka, son yıllarda Türkiye'nin en popüler sürdürülebilir turizm merkezlerinden biri haline gelmiştir. Hem doğa severlerin hem de kültür gezginlerinin vazgeçilmez durağı olan belde, maviyle yeşilin eşsiz dansını gözler önüne serer. 2011 yılında "Cittaslow" (Sakin Şehir) unvanını alarak doğaya ve yerel değerlere saygılı kalkınma modeliyle öne çıkmıştır.



Azmak Nehri

MASAL GİBİ SERİNLİK

Akyaka'yı Akyaka yapan belki de en büyüleyici doğal unsur: Kadın Azmağı. Sularının berraklığıyla neredeyse cam gibi bir yüzeye sahip olan bu nehir, yeraltı kaynaklarıyla beslenir ve yıl boyunca sabit sıcaklığını korur. Zengin ekosistemiyle ördekler, su yılanları ve nadir kuş türlerine ev sahipliği yapar. Azmak'ta yapılan sandal turları, ziyaretçilere adeta bir tabloyu geziyormuş hissi yaşatır. Nehrin kenarındaki restoranlar, serin havası ve huzurlu atmosferiyle özellikle yaz aylarında yerli ve yabancı turistlerin uğrak noktasıdır.



Rüzgarla Dans

AKYAKA'DA KITE SÖRFÜ

Dünyanın sayılı kite sörf merkezlerinden biri olan Akyaka, yılın büyük bölümünde rüzgâr alan coğrafyası ve sığ deniziyle özellikle yeni başlayanlar için ideal bir spot sunar. Akçapınar sahilinde yer alan sörf okulları, her seviyeden sporcuya eğitim verirken, uluslararası düzeyde yarışmalara da ev sahipliği yapmaktadır. Temmuz ve Ağustos aylarında gökyüzünü süsleyen rengârenk uçurtmalar, Akyaka'nın enerjisini simgeler. Kite sörf yalnızca bir spor değil; aynı zamanda doğayla iç içe bir yaşam biçiminin temsilidir Akyaka'da.



Akyaka'nın Hikâyesi ve Tarihi Derinliği

Antik çağlardan günümüze kadar uzanan tarihiyle Akyaka, Karya medeniyetinin önemli duraklarından biri olmuştur.

Yakın çevresindeki Idyma Antik Kenti kalıntıları, bu geçmişin izlerini taşır. Kaya mezarları ve antik surlar hâlen görülebilir durumdadır.

20. yüzyılın ortalarında küçük bir balıkçı köyü olan Akyaka, zamanla mimarisiyle dikkat çeken bir yaşam alanına dönüşmüştür. Özellikle Nail Çakırhan tarafından geliştirilen Akyaka Mimarisi, ahşap işçiliği, cumbalar ve kırma çatılarla klasik Osmanlı ve yerel mimarinin bir sentezidir. Bu mimari, beldeye ayrı bir estetik kimlik kazandırmış, UNESCO'nun da dikkatini çekmiştir.



Akyaka'da

GÖRMEDEN DÖNMEYİN



Sedir Adası (Kleopatra Plajı)

Efsanelere göre Kleopatra'nın yüzdüğü, altın sarısı kumsalla-
rıyla ünlü bu ada, teknelerle yaklaşık 30 dakikalık mesafededir.



Aşıklar Yolu

Muğla ile Marmaris'i birbirine bağlayan Akçapınar Köyü'nde, yüzlerce okaliptus ağacıyla çevrili yeşil bir koridor olan bu yol, "Aşıklar Yolu" adını taşıyor. Binlerce turist tarafından ziyaret edilen ve fotoğraflanan bu yol, çoğu zaman dizi ve filmlere de doğal set olmuştur.



Sakartepe Seyir Terası

Gökova Körfezi'ne hâkim panoramik manzara-
sıyla ziyaretçilerin nefesini keser.



Çınar Plajı ve Akçapınar Sahili

Günübirlik yüzme ve piknik için ideal duraklardır.



Yürüyüş ve Bisiklet Rotaları:

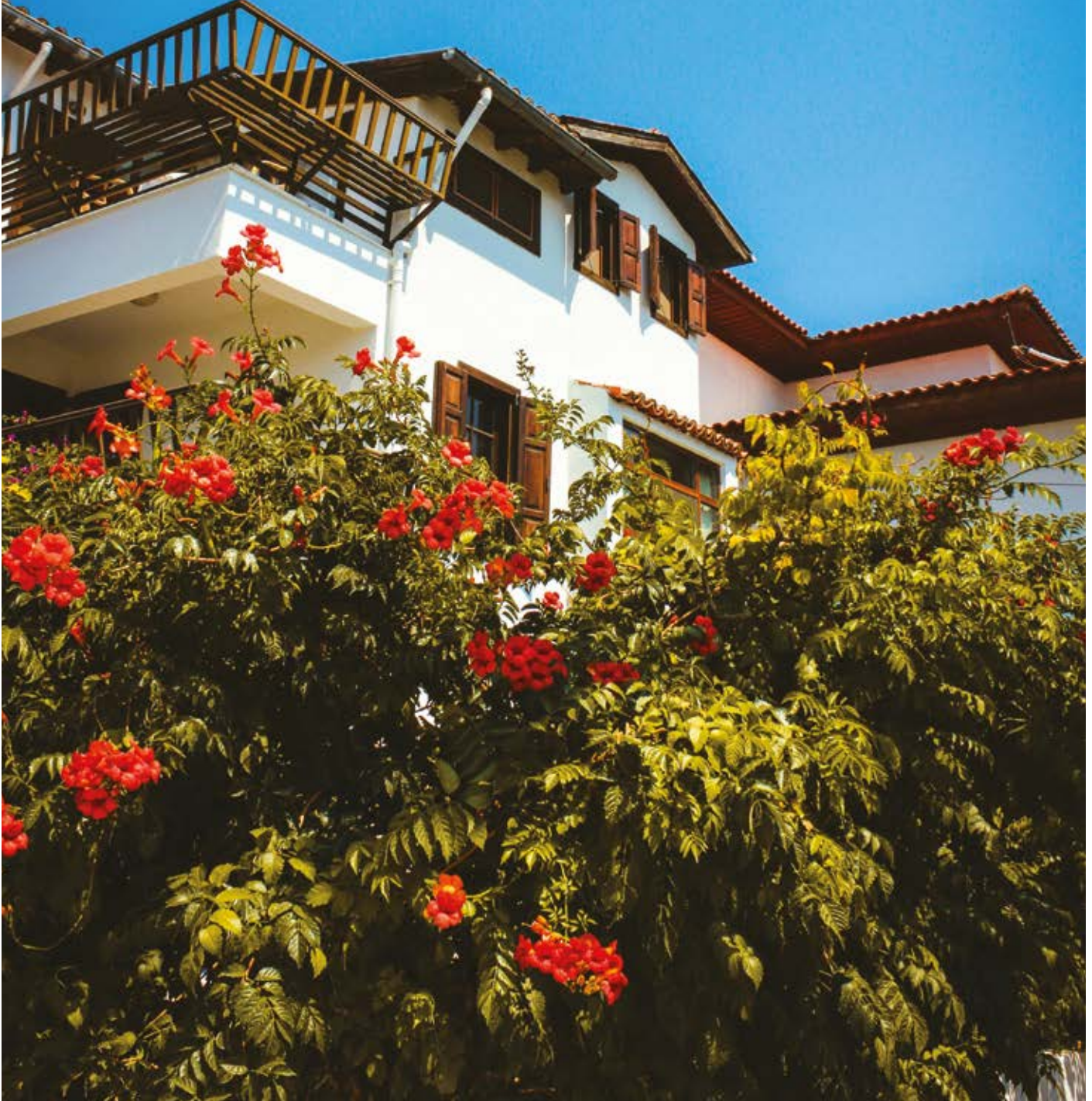
Sakar geçidinden başlayan doğal patikalar, orman ve deniz manzarası eşliğinde doğa yürü-
yüşçüleri için eşsiz güzellikler sunar.

Turizmde

AKYAKA'NIN ROLÜ VE DEĞERİ

Akyaka, Muğla turizminin yükselen yıldızlarından biridir. Doğal koruma alanı içinde yer alması, plansız yapılaşmayı önlemiş ve bölgeyi nitelikli turizmin odağı haline getirmiştir. Butik otelleri, doğaya duyarlı işletmeleri ve yöresel lezzetleriyle sürdürülebilir turizmin örnek modelidir. Ayrıca geleneksel el sanatları, organik pazarı ve yerel festivalleriyle kültürel turizme de katkı sağlar.

Akyaka, yalnızca bir tatil beldesi değil; doğayla uyumlu yaşamın, sakinliğin ve estetik değerlerin harmanlandığı özel bir duraktır.



YENGEÇ
RESTAURANT | KONAKLAMA



Azmağın huzurlu kıyısında, çimlerin üzerinde deniz ürünlerinin en tazesini, konforlu konaklama ile buluşturuyoruz.
Doğanın içinde, lezzetin tam ortasında...



Restoran 0542 721 34 85 | Konaklama 0538 593 64 32
Akçapınar Küme Evleri No:158 - Muğla
@ akcapinaryengecrestaurant

GÖKOVA'DAKİ RENKLİ HEYECAN KITESURF

Akyaka, Filipinler ve Brezilya ile birlikte dünyanın en iyi üç kitesurf noktasından biri olarak parlıyor. Her gün öğle saatlerinde başlayan tutarlı rüzgârlar, bu şirin Ege kasabasını doğa ve spor meraklılarının uğrak noktası hâline getiriyor. Bu dönüşümün canlı tanığı ve yönlendiricisi ise, kitesurf dünyasına adanmış hayatıyla Hasan Nizamoglu.

Kitesurf ile tanışma hikâyeniz nasıl başladı? Sizi bu spora çeken neydi?

Kitesurf'e başlama hikâjem 2009 yılında üniversite kampında oldu. Fransız bir sporcunun kitesurf yapmasından etkilendim ve merak edip araştırmaya başladım. Şansıma o dönemlerde Akyaka'da kitesurf yeni yeni yaygınlaşıyor, okullar açılıyordu. Tesadüfen denk geldim. Beni bu spora çeken şey, ileri seviye freestyle hareketlerin estetik duruşuydu.

Spor geçmişiniz hakkında bilgi verebilir misiniz? Hangi disiplinlerden geldiniz?

Spor hayatıma jimnastik ile başlayıp çeşitli dereceler elde ettim. Sonrasında üniversitede yüzme antrenörlüğünden mezun oldum. Aynı zamanda Kite ve Snowboard'a başlamıştım ve eğitmenlik belgelerini aldım. Kitesurf ve snowboard eğitmenlik belgelerinden sonra hayatım yazları kitesurf, kışları ise snowboard ile şekillendi.

Size göre sizi bu sporda farklı kılan özellikler neler?

Kitesurf benim için bir yaşam tarzı oldu. Deniz, rüzgâr ve doğa birleşiminin odağı hâline geldi. Ayrıca yüzlerce öğrenciye deneyimlerimi aktararak bu sporu sevdiren yeni hobiler kazandırmak veya onların tatil anlayışlarını değiştirmek bana huzur veriyor.

Kitesurf'ü diğer su sporlarından ayıran temel farklar sizce nelerdir?

Kullandığımız uçurtma en temel fark. Diğer su sporlarında bireysel olarak tek bir aracı bu kadar hassas kontrol etmezsiniz. Kitesurf'te ise uçurtmanın kontrolü tamamen parmak uçlarınızda ve büyük bir hassasiyetle yönlendiriyorsunuz. Bu hissiyat başka hiçbir su sporunda yok.

Bu spora başlamak isteyen biri için ilk adım ne olmalı?

Mutlaka güvenilir bir eğitmenle ya da sertifikalı bir kite okulunda eğitim almak gerekir.

Kitesurf yaparken en çok ne hissediyorsunuz? Bu sporun sizi en çok etkileyen yönü nedir?

Özgür hissediyorum. Bu spor özgür ruhlu bir spor.

İsteyip de öğrenemeyen kimseyi görmedim. Sadece sürece odaklanıp rüzgârın ve doğanın keyfini çıkarırsınız.



Rüzgâr, hava koşulları, ekipman... Kitesurf'te en kritik unsur sizce hangisidir?

Aslında hepsi birbiriyle bağlantılıdır. Uçurtmanız rüzgârın şiddetine uygun değilse kayamaz ya da zorlanırsınız. Hava koşullarına göre doğru ekipman seçmek güvenlik açısından şarttır.

Kitesurf'te fiziksel yetenek mi, teknik bilgi mi daha önemlidir?

Fiziksel yetenek daha önemlidir. Güç veya kuvvet gerektirmez; koordinasyon ve denge sporudur.

Türkiye'de kitesurf sporu son yıllarda nasıl bir gelişim gösterdi?

2011'de Akyaka resmi kitesurf plajı ilan edildikten sonra bölge hızla

öne çıktı ve çok sayıda kite okulu hizmet vermeye başladı. 2017 ve 2018'de dünya şampiyonalarının yapılmasıyla Türkiye, uluslararası kitesurf dünyasında görünür hâle geldi.

Akyaka, Alaçatı, Gökçeada, Urla, Ayvalık ve Kilyos gibi bölgelerde birçok okul açıldı ve Mercedes, Volkswagen, Volvo, Ford gibi markalar sponsorluklar vermeye başladı.

Sizce Akyaka bu sporun merkezi olabilir mi? Potansiyelimiz nedir?

Kesinlikle merkezidir. Akyaka'nın rüzgârı termik rüzgâr olduğundan her gün esiyor. Bu durum hem öğrenmek hem gelişmek için çok uygun. 3 km'lik kıyı sahiline sahip

Gökova Körfezi'nin sığ ve kumluk yapısı, tuz oranının düşük olması öğrenmeyi ve kaymayı daha keyifli hâle getiriyor.

Kitesurf sporu Muğla turizmine nasıl bir katkı sağlıyor?

Kesinlikle artı katkı sağlıyor. Avrupa'nın en iyi kite sahili diyebiliriz. Akyaka'da kaliteli konaklama, iyi yemek seçenekleri, ulaşım kolaylığı, güvenlik ve Dalaman Havalimanı'nın yurtdışı uçuşlara açık olması, yabancı kitesurf severleri çekiyor. Sezon nisan ayında başlayıp kasım sonuna kadar sürüyor. İyi bir pazarlama ile ölü sezonlar bile dolabilir.

Bu alanda devletin veya yerel yönetimlerin desteği yeterli mi?

Maalesef çok yeterli değil. Yerel yönetimlerin sporu teşvik edici organizasyonlar yapması gerekiyor.

Türkiye'de kitesurf kültürünü yaygınlaştırmak için neler yapılmalı?

Öncelikle federasyon kurulmalı. Okullara ve eğitmenlere daha fazla teşvik ve destek verilmeli. Başarılı sporculara ekipman desteği sağlanmalı. Bol bol etkinlik ve organizasyon yapılmalı.

Eğitimlerde en çok karşılaştığınız zorluklar neler?

Öğrencilerin korkmaları ve sabırsız olmaları. Bazıları hemen board'a çıkmak istiyor fakat önce pekiştirilmesi gereken hareketler var. Bazıları çok korkuyor, ancak güvenlik sistemini anlattıktan sonra korkularını yenip devam ediyoruz.

Kite eğitimi verirken bir sporcu adayında ilk dikkat ettiğiniz şey nedir?

Heyecanı.

KiteThera olarak hem yerli hem yabancı sporculara hizmet veriyorsunuz. İlgisi nasıl?

Yerli sporcular daha ilgili.

Kitesurf sporu bireysel gibi görünse de bir ekip işi diyebilir miyiz?

Diyebiliriz. Çünkü rider'lar arasında motive edici konuşmalar fazlasıyla yapılıyor. Bir hareketi yapamayan, hocasından veya arkadaşından yardım alıp tamamlıyor.

Bu spora gönül vermek isteyen gençlere ya da yeni başlayanlara neler söylemek istersiniz?

İlk şart sabırlı ve istekli olmaktır. İsteyip de öğrenemeyen kimse görmedim. Sadece sürece odaklanıp rüzgârın ve doğanın keyfini çıkarsınlar.

"Kitesurf benim için..." cümlesini nasıl tamamlarsınız?

Özgür ruhlu olmaktır.

Kitesurf yapan kitle genellikle daha entelektüel, çevreye duyarlı ve yaşam kalitesine önem veren bireylerden

oluşuyor. Sizce bu kitle bölgeden neler talep ediyor?

Daha temiz, daha duyarlı, yardımlaşmaya önem veren, huzurlu bir sahil talep ediyorlar.



En İyi Yatırım Personeldir

- Otel Personeli Temini (Tüm Departmanlar)
- Yurtdışından Otel Personeli (Türkmen, Kırgız, Özbek)
- Oturma ve Çalışma İzinleri İşlemleri
- Ev Hizmetleri Personeli
- Çocuk, Yaşlı ve Hasta Bakım Personeli
- Güvenlik Personeli
- Davet ve Organizasyon Personeli

TÜRKİYE GENELİ HİZMET VERİLMEKTEDİR.



personel
tedarik

Merkez: Bodrum

Cevat Şakir Mah. Pınar Sk.

No: 4/2 Bodrum / MUĞLA

☎ +90 507 341 64 11

☎ +90 531 081 43 45

Şube: Marmaris

Tepe Mah. Datça Yolu Cad.

No: 101/19 Marmaris / MUĞLA

☎ +90 507 341 64 11

☎ +90 531 081 43 45

Akademiden Turizm Paydaşlarına Çağrı:

Muğla Turizminin Geleceğini Birlikte İnşa Edelim

"Muğla turizminin geleceği, nitelikli insan kaynağı ve güçlü sektör-akademi iş birliği ile şekillenebilir. GETOB'un yeniden yayın hayatına başlayan dergisi, bölgedeki turizm dinamiklerini güncel ve akademik içeriklerle buluşturarak ortak akıl ve sürdürülebilir stratejiler için önemli bir platform sunuyor."

Güney Ege Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliğinin (GETOB) 19 yıl aradan sonra dergisini yeniden yayın hayatına sunmasını, bölgedeki turizm dinamiklerini akademik ve güncel içeriklerle birleştirerek sektörel farkındalık oluşturma potansiyeli açısından oldukça önemli bir girişim olarak değerlendiriyorum. Derginin bu girişimine katkı sunma ve bölge turizmine yönelik düşüncelerimizi aktarma fırsatını bizlere sunduğu için GETOB Başkanı Cengiz Aygün nezdinde yönetim kurulu üyelerine teşekkürlerimi sunmak isterim.

Öncelikle Fakültemiz hakkında kısa bir bilgi vermek istiyorum. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Turizm Fakültesi beş bölümde turizm eğitimi vermektedir. Turizm ve Gastronomi Yönetimi Programları Bölümü %100 İngilizce, Turizm İşletmeciliği Bölümü %100 İngilizce ve Türkçe, Gastronomi ve Mutfak Sanatla-

rı Bölümü %30 İngilizce, Turizm Rehberliği Bölümü %30 İngilizce ve Yiyecek İçecek İşletmeciliği Bölümü Türkçe dillerinde eğitim faaliyetini sürdürmektedir. Bu arada Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesinin turizm eğitimiyle ilgili faaliyetlerinin yalnızca Turizm Fakültesinden ibaret olmadığını da belirtmek isterim. Üniversitemizin farklı birimlerinde önlisans, lisans ve lisansüstü düzeylerinde turizm eğitimi verilmektedir. Marmaris, Muğla, Milas, Datça, Ortaca ve Fethiye'de Meslek Yüksekokullarında aşçılık, seyahat ve otel işletmeciliğiyle ilişkili önlisans programları bulunmaktadır. Lisans düzeyinde Turizm Fakültesi'nin yanı sıra Fethiye İşletme Fakültesi bünyesinde Turizm İşletmeciliği Bölümü bulunmaktadır. Ayrıca Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliğinde yüksek lisans ve doktora, sağlık turizminde ise yüksek lisans programları ile lisansüstü eğitim vermektedir. Bu bilgilerle



Prof. Dr. Gökhan Ayazlar
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Turizm Fakültesi Dekanı

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesinin turizm alanında güçlü bir entelektüel sermayeye ve öğrenci sayısına sahip olduğuna dikkat çekmek isterim.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü öneminin giderek artmasıyla birlikte daha sert rekabet koşullarına maruz kalan bir sektör olarak turizmin, karşı karşıya olduğu mevcut ve gelecekteki zorlukların üstesinden gelebilecek yeterli eğitime sahip profesyonellere olan ihtiyacına dikkat çekmektedir. Üniversitelerin açtığı önlisans, lisans ve lisansüstü programları, sektör odaklı bütüncül bir eğitim verecek şekilde tasarlandığından hem geleceğin profesyonellerinin istihdam edilebilirliği hem de sektörün beklentide olduğu gerekli becerileri edinmeleri için önemli bir rol üstlenmektedir. Turizm işletmeleri, farklı maliyet kalemleri temelinde ürettiği hizmetlerin mümkün olan en iyi koşullarda sunulmasını sağlayacak becerilere sahip profesyonellere ihtiyaç duymaktadır. Turizm işletmelerinin beklentileri ile eğitim kurumlarının öğrencilere kazandırdıkların örtüştürülmesi anlamında akademi ve sektör iş birliğinin kritik öneme sahip olduğu açıktır.

Günümüz turizminde sürdürülebilirlik, dijitalleşme, gastronomi ve deneyim odaklı turizm gibi trendler öne çıkıyor. Biz, fakültemizde müfredatlarımızı bu eğilimlerle günceliyor seçmeli ve zorunlu derslerle öğrencilerimizi hem yerel hem de uluslararası pazarlarda rekabet





edebilecek yetkinliklerle donatıyoruz. Öznesi insan olan bir sektör olarak turizmde misafirin tatil deneyimini unutulmaz kılan, çoğu zaman gördüğü manzaradan çok, ona gösterilen ilgi, verilen hizmetin kalitesi ve yaratılan atmosferdir. İşte bu nedenle, turizm çalışanlarının bilgi, beceri ve tutumları, sektörün başarısında belirleyici rol oynar. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Turizm Fakültesi olarak öğrencilerimize yalnızca teorik birikim kazandırmayı değil, onları sürekli değişen turizm dinamiklerine cevap verebilecek esneklikte ve donanımda bireyler olarak hazırlamayı hedefliyoruz. Bu noktada GETOB ve BODER gibi meslek örgütleriyle ile kurduğumuz iş birliğini, öğrencilerimiz için büyük bir fırsat ve güç kaynağı olarak değerlendiriyoruz.

GETOB üyelerinin sahip olduğu staj ve uygulama olanakları, öğrencilerimizin gerçek iş ortamını deneyimle ve teorik bilgilerini pratiğe dönüştürebilmeleri açısından önemli bir potansiyele sahip. Ortak yürütebileceğimiz staj ve işbaşı eğitim programları, mentorluk uygulamaları, ortak eğitim modülleri, danışmanlık hizmetleri, bölge turizmüne yönelik araştırma projeleri ve kariyer gün-

leri gibi etkinlikler bu potansiyeli somutlaşabilecek örnek işbirlikleri olarak sıralandırılabilir.

Marmaris, Bodrum, Datça ve Fethiye gibi dünyaca ünlü turistik çekicilik unsurlarına sahip bu eşsiz coğrafya, yalnızca doğal güzellikleriyle değil, gastronomisi, tarihi, arkeolojisi ve köklü kültürel mirası ile de tanınıyor. 2025 yılında Türkiye 65 milyon turist ve 64 milyar dolar turizm geliri hedefine emin adımlarla yürürken Muğla'nın üstlendiği rol yadsınamaz. Bu güçlü rolüne rağmen 2025'in ilk yarısında Muğla'ya gelen yabancı ziyaretçi sayısında %5,5 düşüş yaşanması daha dengeli ve sürdürülebilir bir turizm stratejisine ihtiyaç olduğunu gösteriyor. Bu çerçevede turizmdeki başarıyı sürdürülebilir kılmak, doğru turizm stratejilerinin yanı sıra nitelikli insan kaynağı yaratmakla mümkündür. Muğla turizmi stratejisi açısından sadece eğitim ve sektör üzerinden yapılacak değerlendirme eksik kalır: doğru olan öğrenen bir turizm ekosistemi kurgulayabilmektir. Bu ekosistemin ortak dili kamu yöneticileri, yerel üreticiler, akademi, turizm yatırımcıları, turizm çalışanları, STK'lar, turistler ve yerel halk gibi tüm paydaşların

katılımında belirlenecek olan ortak akılla oluşturulabilir. GETOB'un bu yıl organize ettiği Karya Vizyon Buluşması bu anlamda yapılacak çalışmalar için somut katkı sunan bir başlangıç olarak değerlendirilebilir.

Muğla'da turizmle ilgili paydaşların başarısı, yalnızca bugünkü turizm istatistikleriyle değil, geleceğe bırakacağımız mirasla da ölçülecektir. Bu miras, sürdürülebilir turizm ilkelerine bağlı, nitelikli hizmet anlayışına sahip, yenilikçi ve vizyon sahibi profesyonellerle inşa edilebilir. Buradan tüm GETOB üyelerine ve bölgedeki turizm paydaşlarına açık bir çağrıda bulunmak isterim: Gelin, geleceğin turizm profesyonellerini birlikte yetiştirelim. Onlara staj ve uygulama kapılarını açalım, projelerimize dahil edelim, bilgi ve deneyimlerimizi paylaşalım. Yılda bir kez değil, yıl boyunca süren ortak çalışmalarla öğrencilerimize rehberlik edelim. Çünkü biliyoruz ki Muğla turizminin yarınını bugünden birlikte inşa edersek hem bölgemiz hem de ülkemiz uluslararası turizm sahnesinde çok daha güçlü bir konuma ulaşacaktır.

MENTEŞE

MUĞLA'NIN KALBI

Ege ile Akdeniz arasında, geçmişin dokusunu bugüne taşıyan, zamana meydan okuyan bir şehir var: Muğla Merkez, yani resmi adıyla Menteşe. Antik dönemlerden günümüze uzanan tarihî kimliği, korunmuş sivil mimarisi, yerel yaşam kültürü ve misafirperver insanlarıyla, keşfedilmeye değer bir şehir...

TARİHİN SESSİZ TANIKLIĞI

Muğla şehir merkezi, adeta bir açık hava müzesi gibidir. Şehrin sokaklarında yürürken taş evlerin arasında zaman durmuş hissine kapılırsınız. Osmanlı döneminden kalan konaklar, cumbalı yapılar ve Muğla bacaları, bölge mimarisinin en ayırt edici unsurlarındandır. Şehrin adı, Roma, Bizans, Menteşe Beyliği ve Osmanlı dönemlerinde farklı biçimlerde anılsa da, her dönemden izler bugün hâlâ canlıdır.

YEREL HAYATIN İÇTENLİĞİ

Menteşe, büyük şehir karmaşasından uzak, sıcak ve samimi bir yaşam sunar. Sabahları çarşıdaki fırınlardan gelen sıcak ekmek kokusu, kahvede oynanan tavlanın sesi, akşamüzeri Arasta'daki sohbetler... Tüm bunlar bu şehirde yaşamın doğal bir parçasıdır.



ARASTA ÇARŞISI

Geleneksel esnafların bulunduğu tarihi çarşı, Muğla kültürünün kalbidir. Kalaycısından yorgancısına birçok zanaatkâr hâlâ burada üretim yapar.

KONAKALTI İSKENDER ALPER KÜLTÜR MERKEZİ

19. yüzyıla ait sivil mimarlık örneği taşıyan han ahşap ağırlıklı bağdadi mimarlık yapı tekniğiyle yapılmıştır. Üst kat kente ticaret yapmaya gelen tüccarların ve mevsimlik işçilerin konaklaması için kullanılmıştır. Alt katlar ise dükkân, hayvan damı ve ambar olarak kullanılmıştır. Ağa Han Mimarlık Ödülü sahibi Nail Çakırhan tarafından restore edilen han, günümüzde Menteşe Belediyesi tarafından kültürel, sanatsal ve sosyal faaliyetlere ev sahipliği yapmaktadır.





ASAR DAĞI

DAMAKTA BIRAKAN İZLER

Muğla mutfağı merkezde de oldukça güçlüdür. Meşhur Muğla köftesi, haşlaması, cıntar (melki) mantarı, ekşili köfte, kabağaç, sulu patlıcan yemeği, zeytinyağlı börülce ve sarmaşık kavurması yerel halkın sofrasından eksik olmaz. Katmer, kabak tatlısı ve Muğla usulü tarhana çorbası ise mutlaka tadılması gereken lezzetlerdir.

KÜLTÜR VE SANATIN YÜKSELEN MERKEZİ

Menteşe, yalnızca geçmişiyle değil, kültürel etkinlikleri ve akademik yapısıyla da dikkat çeker. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi ile genç ve dinamik bir nüfusa sahip olan şehir; yıl boyunca tiyatro, sergi ve konser gibi etkinliklerle canlı kalır.



SABURHANE

Şehrin en karakteristik yerlerinden biri olan Saburhane, Muğla'nın sivil mimarisini ve mahalle kültürünü yaşatan bir bölgedir.

KARABAĞLAR YAYLASI

Merkeze 3 kilometre uzaklıktaki Karabağlar Yaylası zaman ayırıp mutlaka görmeniz gereken bir yayladır. Türkiye'de inilen tek yayla olma özelliğine sahip Karabağlar Yaylası; asırlık çınarları, beyaz badanalı, kırmızı kiremitli evleri ve zengin bitki örtüsüyle yaz aylarının vazgeçilmez uğrak noktalarındandır. Yazın meltem rüzgârlarında bu ağaç deryası yayla yollarında yürüyüş ve doğa sporları yapabilirsiniz.



ZAHİRE PAZARI

Geçmişte depolanmış tahılların satıldığı bir pazar alanı olan Tarihi Zahir Pazarı şimdilerde Menteşe Belediyesi tarafından işletilmektedir. İllüstrasyon ve resim atölyeleri, el işleri, ebru eserleri, yöresel ürünlerin ve hediyelik eşyaların yer aldığı Zahir Pazarı'ndan dilerseniz kendinize ya da sevdiklerinize yöresel ürün ve hediyelik eşyalardan alabilir, bir kahve molası verebilirsiniz.



ASAR DAĞI ZİRVESİ'NE ve DEĞİRMENDERE'YE YÜRÜYÜŞÜ

Saburhane Meydanının yamaçlarından Asar Dağı'na yapacağınız yürüyüşünüzü, Değirmendere Kanyonundan dere içindeki güzergâhtan yaparsanız, Değirmen deresini de görme imkânı bulabilirsiniz. Şehrin içinden geçen derenin çevresinde tarihi kilise kalıntısını ve Değirmendere'nin doğal güzelliklerini izleme şansı bulacaksınız. Trekking (doğa yürüyüşü) yapanların vazgeçilmez rotalarından olan kanyonda, şelaleyi de fotoğraflayabilirsiniz. Zirvede ise sizi Mobolla Antik Kentin kalıntıları karşılayacaktır

SAATLİ KULE

Şehrin simgelerinden biri olan kule, fotoğraf severler için muhteşem bir duraktır.



Muğla'nın kalbi Menteşe, tarih ile gündelik hayatın iç içe aktığı özgün bir şehir deneyimi sunar. Sessiz sokaklar, zarif mimari ve insanının samimiyeti, yolu buraya düşenlere dingin bir keşif imkânı verir. Arasta'nın dar geçitlerinde ahşap cumbalar ve "Muğla bacaları"nın silüeti belirir; Saburhane'de akşamüstü sohbetleri şehrin ritmini fısıldar. Konakaltı ve Sekibaşı Hamamı'ndaki sergiler ve buluşmalar kentin kültür damarını canlı tutar. Kurşunlu Camii'nin sükûneti gezginin adımlarını yavaşlatır. Ekim ayında düzenlenen uluslararası kültür sanat şenliğinde meydanlar ve sokaklar konserler, sergiler ve atölyelerle canlanır, kentin yaratıcı enerjisi sokağa taşar. Karabağlar Yaylası'nda asırlık çınar gölgeleri altında yapacağınız yürüyüş sizi doğayla baş başa vakit geçirmek isteyenler için huzurlu bir kaçış rotasıdır. Yayla sakinlerinin hazırladıkları kışlıklar, yerel mutfağın tarhana, keşkek ve zeytinyağlı tatlılarıyla buluşur. Kalabalıktan uzak ama anlamı bol bir güzergâh arayanlar için Menteşe, kökleri mazide, yüzü bugünde; bir duraktan öte, başlı başına bir seyahat sebebidir. Tüm bu güzelliklerimizin yanında Menteşe'de sizi bekleyen bir kahvemiz, bir de muhabbetimiz vardır.

MARMARİS DENİZ ÜRÜNLERİ FESTİVALİ 1-5 EKİM

Denizden ne çıkarsa burada!

Selimiye-Bozburun-Söğüt-Taşlıca



/marmarisdenizurunlerifestivali



Yarım Asırlık Lezzet, Dede'den Toruna Uzanan Bir Miras

Dede Restaurant

52 yıllık bu serüven, misafire duyulan saygı, gösterilen özen ve mutfakta kuşaktan kuşağa aktarılan disiplinle devam ediyor. Tarihi Yat Limanı'ndaki binasında yalnızca yemek değil, Marmaris'in belleğini de sunan Dede, artık kentin gastronomi elçisi olma yolunda ilerliyor.



Marmaris'in en eski restoranlarından biri olan Dede, sadece bir mekânın değil; dört kuşağı kapsayan bir ailenin hikâyesini anlatıyor. 1970'lerin başında küçük bir kafeterya olarak başlayan yolculuk, bugün Ege mutfağının zenginliğiyle modern dokunuşları buluşturan bir gastronomi deneyimine dönüşmüş durumda. İsmi, köklerden gelen bir aile hatırasından alan Dede; her tabağında hem geçmişin güvenini hem de geleceğe duyulan sorumluluğu taşıyor.

"Dede" ismi sizin için ne ifade ediyor?

"Dede" bizim için yalnızca bir restoran adı değil; çocukluğumuzdan beri içimizde taşıdığımız bir aile hatırası, köklerimizle bağımızı diri tutan bir sembol. Bu isim, dört kuşaktır aynı topraklarda, aynı denizin kıyısında misafir ağırlamanın gururunu taşıyor. Bir tabakta sadece yemek değil, ailemizin hikâyesi, geçmişten bugüne aktardığı-

mız değerler, mutfağa kattığımız sevgi ve titizlik var. "Dede" adı, hem geçmişin güvenini hem de geleceğe duyduğumuz sorumluluğu ifade ediyor.

Kurulum hikâyeniz nasıl başladı, 1973'e kadar uzanan bu süreçte neler yaşandı?

Her şey, annemiz Şenay Karadınç'ın dedesi Ali Denizelli'nin Marmaris'in henüz keşfedilmemiş bir inci olduğu yıllarda açtığı küçük bir kafeterya ile başladı. O dönemde turist sayısı azdı, ama gelen herkesle birebir ilgilenmek, onlara taze demlenmiş çay ikram etmek, samimi bir sohbet etmek bizim için çok kıymetliydi. Ardından teyzemiz Tülay Feyzullah ve annemiz Şenay Karadınç mutfakta bayrağı devraldı. Onların ellerinden çıkan



yemekler, ailenin geleneksel tarifleri ve Ege mutfağının o kendine has zenginliği Dede'nin karakterini oluşturdu. Zamanla küçük bir kafe, Marmaris'in en eski ve en çok konuşulan restoranlarından birine dönüştü.

Dördüncü kuşağa uzanan sürdürülebilirliğin sırrı nedir?

Bence sırrımız, değişmeyen değerler ile değişime uyum sağlama yeteneğimizi aynı potada eritebilmemiz. Bizde kuşaktan kuşağa geçen şey sadece isim, bina ya da iş değil; misafire duyulan saygı, malzemeye gösterilen özen ve mutfakta disiplin. Dört kuşaktır menümüzde kaliteyi bozmuyor, yerel ürünlerden vazgeçmiyor, her yeni nesil kendi vizyonunu eklerken köklere sadık kalıyor.

Yat Limanı'ndaki bu tarihi binanın sizin için anlamı nedir?

Bu bina, Marmaris'in hafızasında önemli bir yer tutuyor. Yüz yıldan uzun süredir ailemize ev sahipliği yapmakla beraber, aynı zamanda 1960'ların başında ünlü şair Can Yücel'in Marmaris Turizm Bürosu şefi olarak çalıştığı yıllarda da oturduğu ev. Her taşında geçmişin izleri var. Konumu bize eşsiz bir manzara ve özel bir atmosfer sunuyor; ama aynı zamanda tarihi koruma sorumluluğunu da beraberinde getiriyor. Burada yemek yiyen bir misafir, sadece lezzet değil, Marmaris'in tarihini de deneyimliyor.



Şenay Karadınç & Tülay Feyzullah - 1981

Menü seçkilerini nasıl belirliyorsunuz?

Menümüzde her şeyin merkezinde tazelik ve özen var. Bizim için klasik olmanın en büyük gücü, evlerimizde kullandığımız malzemelerin aynısını restoranımızda da kullanmamızdan geliyor. Domatesinden peynirine, balığından yeşilliğine kadar her ürünümüz, mevsiminde ve en iyi kalitede olması için özenle seçiliyor. Zeytinyağı ise mutfagımızın kalbinde yer alıyor; hem Ege mutfağının ruhunu taşıyor hem de yemeklerimize hafiflik ve lezzet katıyor. Bu şanslı coğrafyanın sunduğu taptaze ürünleri, denizin bereketini ve yerel tatları aynı mutfakta harmanlamak bize hem büyük bir keyif hem de gurur veriyor.

Yerel mutfakla dünya mutfagını nasıl bir araya getiriyorsunuz?

Bizim mutfagımızın kalbi Ege. Zeytinyağlılar, taze otlar, balık ve deniz ürünleri... Bunlar olmazsa olmaz. Dünya mutfagından dokunuşları ise dengeli şekilde kullanıyoruz. Örneğin Akdeniz usulü bir sos ile Asya esintili bir tarif tek tabakta buluşabiliyor. Böylece hem geleneksel hem de modern damaklara hitap edebiliyoruz.

Vejetaryen/vegan misafirler için alternatifleriniz var mı?

Evet, çünkü Ege mutfagı zaten doğal olarak sebze temelli çok güçlü bir mutfak. Mevsim sebzeleriyle hazırladığımız zeytinyağlılar, bakliyat temelli mezeler, salata çeşitleri vegan ve vejetaryen misafirlerimizin en çok tercih ettikleri arasında. Bizim için önemli olan, herkesin menümüzde kendine uygun bir lezzet bulabilmesi.

En çok talep gören spesiyalleriniz nelerdir?

Izgara balık şiş ve kalamar tava yıllardır en çok sipariş edilenler arasında. Bunun yanında deniz mahsullü soğuk mezelerimiz, fava, kabak çiçeği dolması ve ahtapot ızgara da çok beğeniliyor. Tatlıda ise haşhaşlı şekerpare ve dondurma bizim klasik, vazgeçilmez ikimiz. Ayrıca özel olarak yaptırdığımız baklava çeşitleri özellikle yabancı misafirlerimizin en çok denemek istediği tatlılarımızdan.

Fine dining hizmet anlayışınızı nasıl tanımlarsınız?

Bizim için fine dining, sadece tabaktaki estetikle sınırlı değil. Evet, her tabak özenle hazırlanıyor, ama biz misafire kendini rahat ve özel hissettirecek bir atmosfer sunuyoruz. Fazla resmiyet yerine, sıcak ama şık bir hizmet anlayışını tercih ediyoruz.





Personel eğitimini ve güler yüzlü hizmet anlayışınızı nasıl sağlıyorsunuz?

Sezon öncesi ekibimizle yoğun eğitimler yapıyoruz. Menü bilgisi, servis teknikleri, misafir memnuniyeti... Ama en önemlisi güler yüz. Bizim için hizmette samimiyet ve misafirin kendini evinde hissetmesi öncelikli.

Misafirlerden gelen geri bildirimleri nasıl değerlendiriyorsunuz?

Her geri bildirim bizim için değerli. Olumlu yorumlar ekibimize motivasyon verirken, eleştiriler bizi daha iyi olmaya yönlendiriyor. Misafirden gelen her yorumu ekip ile paylaşıp gerekli iyileştirmeleri yapıyoruz.

Personel eğitimini ve güler yüzlü hizmet anlayışınızı nasıl sağlıyorsunuz?

Dede'nin lezzetlerini bozmadan ve geleneklerimize sadık kalarak günümüzün şartlarına ayak uydurmak en büyük amacımız. Menüye yeni tatlar ekleyerek, teknolojiyi mutfağımıza entegre ederek ve sürdürülebilir üreticilerle çalışarak bu mirası devam ettirmek istiyoruz.

52 yıllık işletme geçmişi size nasıl bir gurur ve sorumluluk yüklüyor?

Bu şehirde en eski restoran olmak hem gurur hem de büyük bir sorumluluk. Her gelen tabakta, bu unvana yakışır bir kalite sunmak zorunda olduğumuzun bilincindeyiz.

Değişen turizm trendleri işletmenizi nasıl etkiliyor?

Artık misafirler sadece yemek yemek değil, bir deneyim yaşamak istiyor. Sosyal medyanın etkisiyle görsellik de çok önemli hale geldi. Bu yüzden hem sunumlarımızı hem de hikâye anlatımımızı güçlendiriyoruz.

Önümüzdeki 10 yılda Dede'yi nerede görüyorsunuz?

Geleneklerini koruyan, ama dünyaya açılmış; uluslararası gastronomi ödülleri kazanmış bir restoran olarak... Hedefimiz Dede'yi hem Marmaris'in hem de Türkiye'nin gastronomi elçisi yapmak.

eknoloji, sürdürülebilirlik ve dijital dönüşüm konusunda nasıl adımlar atıyorsunuz?

Rezervasyon sistemimizi tamamen dijitalleştirdik. Mutfakta gıda israfını azaltacak planlama sistemleri uyguluyoruz. Yerel üreticilerle çalışmak, sürdürülebilir balıkçılığı desteklemek önceliklerimizden.

Yeni nesil misafirler için hangi inovatif yaklaşımlar geliştiriyorsunuz?

Tadım menüleri, şef masası konseptleri ve hikâyesi olan özel tabaklar üzerinde çalışıyoruz. Misafirlerimizin sadece yemek değil, "Dünya'nın İncisi" Marmaris'i hissedebilecekleri bir hikâye tatmasını istiyoruz.





AHU MERT SİGORTA

Hayatınıza Değer Katıyoruz

- ✓ Araç Sigortası
- ✓ Sağlık Sigortası
- ✓ Ev & İşyeri Sigortası
- ✓ Bireysel Emeklilik
- ✓ Seyahat Sağlık Sigortası
- ✓ Bireysel Hayat Sigortası
- ✓ Otel ve Yat Sigortaları
- ✓ Kurumsal Sigortalar
- ✓ Finansal Danışmanlık



ANKARA | MARMARİS

Detaylı Bilgi İçin Arayınız ☎ +90 312 244 06 04 📞 +90 532 243 69 96

✉ info@ahumertsigorta.com.tr 🌐 www.ahumertsigorta.com.tr

Gemi ve Yat İşletmeciliğinde Vergi İstisnası: Deniz Turizmi İçin Bir Fırsat!

Ülkemiz üç tarafı denizlerle çevrili bir yarımadır ve bu bilgiyi ilkokuldan bu yana sayısız kez duymayan yoktur. Sahili, denizi ve eşsiz doğasıyla bu coğrafi konum deniz turizmi için de elbette ki büyük bir fırsat. Bu fırsat sadece coğrafi sebeplerden kaynaklanmıyor, vergi kanunlarımızda deniz turizminin gelişmesi için müteşebbislere büyük avantaj sağlıyor. Turizmci bu fırsatı değerlendirmeli, vergi istisnasından yararlanarak daha çok çalışmalı ve sektörün topyekûn gelişmesine katkı sunmalıdır.

Peki nedir bu vergi avantajı?

Yürürlükteki 5520 sayılı Kurumlar Vergisi Kanunu, 2006 yılında hayatımıza girdi. Bu kanunun 35'inci maddesinde, diğer kanunlardaki muafiyet, istisna ve indirimlere ilişkin hükümlerin, kurumlar vergisi bakımından geçersiz olduğu (kurumlar vergisi ile ilgili muafiyet, istisna ve indirimlere ilişkin hükümlerin, ancak bu Kanun, Gelir Vergisi Kanunu ve Vergi Usul Kanununa hüküm eklenmek veya bu kanunlarda değişiklik yapılmak suretiyle düzenleneceği) ifade edilmiştir. Ancak bu maddenin bir istisnası var, Kanun yürürlüğe girmeden önceki düzenlemelerin korunabilmesi için 5520 sayılı Kanunda yer alan geçici 1. maddedeki düzenleme.

Bir anlamda yeni kanuna geçiş döneminde yaşanacak sorunların önüne geçmesi için düzenlenen geçici maddeye göre; yürürlüğünden önce kurumlar vergisine ilişkin olarak başka kanunlarda yer alan muafiyet, istisna ve indirimler bakımından 35. madde uygulanmayacak. Başka bir anlatımla, 5520 sayılı Kanun'un yürürlüğe girmesinden önce halihazırda mevcut olan muafiyet, istisna ve indirimden yararlanılabilecek.

Bu geçici madde ile korunan istisnalardan biri gemi ve yat işletmeciliği kazanç istisnası. Bu konuda 4490 sayılı Kanunumuz var. Bu kanunun "mali hükümler" başlıklı 12'nci maddesi uyarınca Türk Uluslararası Gemi Siciline kayıtlı gemilerin ve yatların işletilmesinden ve

devrinden elde edilen kazançlar, gelir ve kurumlar vergileriyle fonlardan istisna tutulmuştur.

Başka bir ifadeyle, Türk Uluslararası Gemi Sicili'ne kayıtlı gemi ve yatların işletilmesinden elde edilen kazançlar, gelir vergisi veya kurumlar vergisi istisnası kapsamındadır. İşletme faaliyetini gelir vergisi mükellefleri yürütüyorsa gelir vergisinden, kurumlar vergisi mükellefleri yürütüyorsa kurumlar vergisinden istisna uygulanır; dar mükellefler de bu istisnadan yararlanabilir. Ayrıca, bu sicile kayıtlı gemilerin devrinden sağlanan kazançlar da gelir ve kurumlar vergisinden muaftır.

Bu konudaki bir diğer vergi avantajı ise personel ücretlerine ilişkin gelir vergisi ile damga vergisi ve banka

ve sigorta muameleleri vergisi. Bu gemi ve yatlarla ilişkin alım, satım, ipotek, tescil, kredi, gemi kira, zaman çarteri ve tüm navlun sözleşmeleri damga vergisine ve harçlara; bu işlemler nedeniyle alınacak paralar banka ve sigorta muameleleri vergisine ve fonlara tabi tutulmayacaktır. Bahsi geçen işletmelerde çalışan personele ödenen ücretler gelir vergisi ve fonlardan muaftır.

Başka bir sicile kaydedilmek üzere Türk Uluslararası Gemi Sicilinden terkin edilerek devredilen gemi ve yatlar için de devir aşamasından bu istisna uygulanır. Ancak burada şu koşulun yerine getirilmesi önemli, devre konu gemi ve yatların en az altı ay süreyle Türk Uluslararası Gemi Siciline kayıtlı olarak işletilmiş olması.

Yargının Görüşü de Çok Net!

Kanun maddesi çok açık olsa vergisel konularda her zaman bir uyumsuzluk çıkabilir. Nitekim bu hususta da uyumsuzluklar çıkmış olsa da Danıştay'ın bu konuda görüşü

şu ana kadar çok net. Danıştay bir kararında, Türk Ticaret Kanunu hükümleri uyarınca gemi sayılan deniz araçlarının işletilmesinde 4490 sayılı Kanunda yer alan şartların sağlanması koşuluyla istisnalardan faydalanmanın mümkün olduğunu açıkça belirtmiştir. Benzer şekilde, Danıştay başka bir kararında, Türk Uluslararası Gemi Siciline kayıtlı olduğu gemilerini "zaman çarteri sözleşmesi" kapsamında başka bir şirkete tahsis eden Şirket hakkında yapılan vergi incelemesi sonucunda düzenlenen vergi ziyai cezalarını, davacı Şirketin kurumlar vergisi istisnasından yararlanması gerektiği gerekçesiyle iptal etmiştir. Burada hatırlatılması gereken bir konu, zaman çarteri ile geminin doğrudan kiraya verilmesinin farklı ticari faaliyet olduğudur. Geminin doğrudan kiraya verilmesinden doğan kazançlar bahsedilen istisna kapsamında değildir.

Bir başka Danıştay kararında ise gemilerinin satış ve navlun bedellerinin döviz olarak bankalarda bekletilmesi ve dönem sonu de-

ğerlendirilmesi ile oluşan kur farkı gelirinin dahi istisna kapsamında olduğuna hükmedilmiştir.

Kurumlar Vergisi Tebliği'nde, söz konusu gemilerin ve yatların otel veya restoran işletmeciliğinde (yüzer otel veya restoran) kullanılması durumunda bu faaliyetin gemi işletmeciliği faaliyeti kapsamında değerlendirilemeyeceği, bu nedenle de elde edilen kazançların söz konusu istisnalardan yararlan-dırılması mümkün olmadığı belirtilmiştir. Vergi idaresinin görüşü bu yönde olup bu hususa da dikkat edilmelidir.

Gemi ve yat işletmeciliğinin gelişmesi ve bu durumun doğal sonucu olarak deniz turizmine olumlu katkı yapması amacıyla yapılmış vergi istisnaları müteşebbisler için büyük bir avantaj sağlıyor. Vergi planlaması işletmelerin nakit akışı için en önemli hususlardan biri olup bu vergi istisnası göz önünde bulundurmamak gerek.





AVRUPA'DAKİ TÜRK İŞ DÜNYASININ GÜÇLÜ SESİ

TURGUT TORUNOĞULLARI

Kars'ın Susuz ilçesinden Hollanda'ya uzanan bir yolculuk... Çelik tencereden turizme, inşaatın uluslararası ticarete uzanan bir başarı hikâyesi... ORKA Hotels markasını kurarak Türk turizmine değerli yatırımlar kazandıran, aynı zamanda Dünya Türk İş Konseyi'nin (DTİK) Avrupa Temsilciler Kurulu Başkanı olarak 29 ülkedeki Türk iş dünyasına liderlik eden Turgut Torunoğulları, yalnızca iş dünyasındaki başarılarıyla değil; aile bağları, vizyoner girişimciliği ve sürdürülebilirlik anlayışıyla da öne çıkıyor.

Hollanda'ya Giden Yol

Öncelikle sizi daha yakından tanıyabilmemiz için, yaşam hikâyenizin dönüm noktalarından biri olan Hollanda'ya yerleşme kararınızı anlatır mısınız? Bu karara nasıl vardınız?

1958 yılında Kars-Susuz'da doğdum. 1980 yılında Erdegül Hanım ile evlendim ve ardından Hollanda'ya yerleştim. Aslında özel bir göç planım yoktu; ancak hayatın akışıyla gurbet yolculuğu başladı. İlk yıllar kolay değildi, ama zamanla edindiğim tecrübeler yeni bir yol açtı.

İş Dünyasının İlk Basamakları

Hollanda'da edindiğiniz tecrübeler, iş dünyasına bakışınızı nasıl şekillendirdi?

Hollanda'da ilk olarak Edelstaal Grubu'nda pazarlama elemanı olarak çalıştım. Çalışma disiplini, iş ahlakını ve uluslararası ticaretin işleyişini burada öğrendim. Kısa süre sonra gösterdiğim azim ve yönetim becerisiyle grubun tamamını devraldım. O dönemden itibaren girişimciliğe bakışım şekillendi; cesaret, vizyon ve kararlılığın önemini kavradım.

Turizmde Orka Markasının Doğuşu

Turizm sektörüne yatırım yapma fikri ilk olarak ne zaman ve nasıl ortaya çıktı? Bu alana yönelmeniz hangi motivasyonlar etkili oldu? 1990'larda ORKA Hotels markasını kurarak turizm sektörüne adım attım. Türk turizmine büyük kapasiteli beş yıldızlı oteller kazandırmak ve ülkemde yatırım yapmak en önemli motivasyonumdur. Bugün Marmaris, Fethiye, İstanbul gibi bölgelerde yatırımlarımızla bu alanda büyümeye devam ediyoruz.



Türkiye Turizminin Güçlü Zayıf Yönleri

Türkiye turizminin bugünkü durumu genel olarak nasıl değerlendiriyorsunuz? Sektörün güçlü ve zayıf yönleri sizce neler? Bu yılı değerlendirdiğimizde, Mayıs ayında zayıf başlayan bir sezon yaşadık ama sonrasında toparlandı. Yurt dışında Türkiye için sürekli "çok pahalı" algısı oluşturuluyor. Bu algının bir kısmı doğru; çünkü fiyat dengesizlikleri var. Ancak oteller pahalı değil, otellerimiz Avrupa'ya kıyasla hâlâ uygun. Asıl sorun restoranlar ve kafelerde. İnsanlar otelden dışarı çıktığında yemek için beklenmedik yüksek hesap ödüyor. Bu da dışarıda harcamayı düşürüyor. Dolayısıyla yiyecek-içecek sektörünün fiyat politikasını gözden geçirmesi şart. Güçlü yanımız otellerin doluluk oranlarının yüksek olması ve hizmet kalitesi; zayıf yanımız ise fiyat dengesizliği.

Aile ve Başarı Arasındaki Güçlü Bağ

İş hayatınızdaki başarınızın arkasındaki temel sır nedir? Bu başarıda aile yapınızın ve aile bağlarınızın rolünü nasıl tanımlarsınız?

Başarımanın arkasında inanç, kararlılık ve ailemin desteği var. Hiçbir zaman pes etmedim. Hedef koyduğumda mutlaka gerçekleştirdim.



Ailemin birlik ruhu en büyük gücüm oldu. Çocuklarım ve kardeşlerim işin içinde; herkesin katkısıyla büyüyen bir yapı oluşturduk. Bu nedenle başarı sadece bana ait değil, bir aile başarısıdır.

Gurbetin İlk Yıllarındaki Zorluklar

Girişimcilik yolculuğunuzda karşılaştığınız en büyük zorluk neydi ve bunu nasıl aştınız?

En büyük zorluk Hollanda'ya gittiğimde dili bilmemektir. 21 yaşındaydım, ailemden ayrıyım. İlk 3-5 yıl benim için çok zor geçti. Gurbetlik, dil engeli ve alıştığım yaşamı geride bırakmak kolay olmadı. Ama sabır ve çalışkanlıkla bu zorluğu aştım.

Sürdürülebilir Turizm Anlayışı

Turizm sektöründe sürdürülebilirlik sizin için ne kadar önemli? Otellerinizde çevreye duyarlı uygulamalara yer veriyor musunuz?

Çevreye duyarlılık bizim için çok önemli. Otellerimizde doğayı korumaya özen gösteriyoruz. Örneğin bazı odaların balkonlarından ağaçlar geçiyor. Doğayı yok etmek yerine onunla uyumlu projeler yapıyoruz. Ayrıca her yıl otellerimizi yenileyerek sürdürülebilirliği sağlıyoruz. Kazancımızın bir bölümünü mutlaka tesislerin gelişimine ayırıyoruz.

Yeniden Başlasaydım...

Bugün yeniden en başa dönseniz, iş hayatınızda neleri farklı yapardınız?

Baş dönssem öncelikle teknolojiyi öğrenmek isterdim. O dönemde böyle bir imkân yoktu. Ama şükürler olsun, hayal ettiğim her şeyi gerçekleştirdim. Çelik tencerede dünya markası olduk, inşaat ve turizmde iyi bir noktaya geldik. Sevdiğim kadınla evlendim, dört çocuğum, sekiz torunum var. Pes etmeyen bir adamım. Her şey güzel oldu, bundan sonra da daha güzel olacak.

Gençlere Tavsiyeler: "Dernekçilik Ufkunuzu Açar"

Genç girişimcilere ve turizm sektöründe kariyer yapmak isteyenlere ne gibi tavsiyeler verirsiniz?

Gençlere özellikle dernekçiliği öneriyorum. Bazıları küçümser ama ben 25 yıldır DEİK - Dünya Türk İş Konseyi (DTİK) Avrupa Komitesi Başkanlığı (HOTİAD) Hollanda Türk İşadamları Derneği gibi derneklerde görev yaptım. Her toplantı ufku açtı, düşüncelerimi geliştirdi, heyecanımı artırdı. Bu süreç beni sürekli ileri taşıdı. O nedenle gençlere diyorum ki; mutlaka bu tür organizasyonlara katılın, fikirlerinizi paylaşın, tecrübeli iş insanlarını dinleyin. Emin olun vizyonunuz değişir. Bir gün bir iş insanının "10 bin kişiye istihdam sağlıyorum" dediğini duyduğunuzda, "Ben neden yapmayayım?" diyerek kendinize güven kazanırsınız. İşte bu motivasyon sizi ileriye taşır.





GETOB'dan Marmaris'in İmajına Yönelik Algı Operasyonlarına Karşı Net Mesaj

Güney Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği (GETOB) Yönetim Kurulu Saymanı Onur Ülgen, TRT Haber'e verdiği röportajda Marmaris'in sosyal medyada haksız ve yanıltıcı bir şekilde hedef alınmasına değindi. Röportajda, özellikle geçmiş zamana ait olumsuz görüntülerin yeniden servis edilerek güncelmiş gibi sunulduğuna ve bu yolla bölgenin turizm imajının zedelenmeye çalışıldığına dikkat çekti.

Onur Ülgen, bu durumun sadece Marmaris'in değil, tüm turizm sektörünün emeğine zarar verdiğini vurgulayarak şu ifadeleri kullandı: "Marmaris, ülkemizin ve dünyanın en önemli turizm destinasyonlarından biridir. Ancak zaman zaman, özellikle sosyal medyada, eski ve bağlamından koparılmış görüntülerin yeniden dolaşıma sokulduğunu görüyoruz. Bu, hem yerel esnafa hem otelcilere hem de binlerce çalışanın ekmeğine zarar veren bilinçli bir algı operasyonudur. GETOB olarak, bu tür yanıltıcı paylaşımlara karşı her zaman mücadele edeceğiz. Gerçek Marmaris'i, güzellikleriyle, misafirperverliğiyle ve güvenli ortamıyla tanıtmaya devam edeceğiz."



GETOB, bugüne kadar olduğu gibi bundan sonra da kamuoyunu doğru bilgilendirme, bölgenin turizm değerlerini koruma ve tanıtmada kararlı bir tutum sergileyeceğini belirtti. Birlik, gerek ulusal gerekse uluslararası medya aracılığıyla Marmaris'in ve Güney Ege'nin gerçek yüzünü anlatmayı sürdürecektir. Ayrıca, Onur Ülgen Marmaris'e gelen misafirlerin tatillerini huzurlu, sağlıklı ve güvenli bir ortamda geçirmeleri için tüm otelcilik camiasıyla birlikte elinden gelenin en iyisini yapmaya devam edeceğini vurgulayan GETOB, "Misafirlerimizin huzuru, güvenliği ve memnuniyeti için her zaman işimizin başında, sahada ve görevimizin bilincindeyiz" mesajını paylaştı.

Marmaris'in Üretim Yapan ve Üretim Belgeli Tek Manavı

Toptan perakende yaş sebze & meyve



KARAGÖZ MANAV

☎ +90 531 266 78 99 | ☎ +90 252 412 68 67

Kemeraltı Mah. 95. Sk. No: 1, Marmaris/Muğla

Üretim: Yenice mah. Menteşe/Muğla

✉ hakkikaragoz@gmail.com

Türk Turizminin Strateji Ustası

KAAN KAŞİF
KAVALOĞLU

Otuz yılı aşan deneyimi, krizlere karşı geliştirdiği stratejiler ve sürdürülebilir turizm vizyonu ile Kaan Kaşif Kavaloğlu, bugün hem Limak Turizm Grubu'nun hem de Türkiye turizminin geleceğine yön veriyor. Onu farklı kılan ise, sahadan gelen bir yönetici olarak veriye dayalı karar alma kültürünü sektöre taşıması.

**Boğaz'dan Basketbol Sahalarına ve Turizmin Zirvesine**

1971, İstanbul/Sarıyer... Karadeniz'in sert rüzgârı, öğretmen bir annenin disiplini ve tarih öğretmeni bir babanın geniş ufku ile şekillenen bir çocukluk. Sarıyer Yenimahalle'nin sıcak mahalle kültüründe, Boğaz'ın sularında yüzerek, basketbol sahalarında kaptanlık yaparak büyüdü. Eczacıbaşı, Paşabahçe ve Taç Spor Ortaköy formaları giydi, kısa bir süre Almanya'da oynadı.

İş disiplini ise çocuk yaşlarda geldi: dedesinin su değirmeni, amcasının restoranı ve yedek parça dükkânı... Kavaloğlu, bu dönemi anlatırken şu sözlerle özetliyor: "Çalışmanın ne demek olduğunu iyi bilirim. Gençliğimde, 'Bütün arkadaşlarım tatildayken ben neden çalışıyorum?' diye babama sitem ederdim. Bugün ise o dönemin bana kazandırdığı hayat tecrübesinin değerini çok iyi anlıyorum. Baba olduğumda fark ettim ki, babam beni hayata hazırlamak için büyük bir çaba göstermiş."

Üniversite yıllarında Ramada Otel'de gece vardiyasıyla başlayan turizm serüveni, onu hem "mektepli" hem "alaylı" kılan temel deneyimdi.

Eğitim ve Profesyonel Yükseliş

İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi (Maliye) mezunu olan Kavaloğlu, aynı üniversitede Turizm Otelcilik uzmanlık programını tamamladı.

Marmara Üniversitesi'nde Satış Yönetimi yüksek lisansı ile yönetim ve pazarlama bilgisini akademik olarak pekiştirdi.

1990'larda Merit International Hotels & Resorts'ta Satış Pazarlama Müdürlüğü ve Oteller Satış Direktörlüğü görevlerinde bulundu.

1998'de Limak International Hotels & Resorts'a katıldı. Limak Atlantis Deluxe Hotel & Resort Genel Müdürlüğü'nden 2004'te Limak Otelleri Genel Koordinatörlüğü'ne, ardından Limak Turizm Grubu Başkanlığı'na yükseldi.



Bugün Limak Otelleri, onun liderliğinde yüksek tekrar oranına sahip, hizmet kalitesini ölçülebilir kriterlerle izleyen, uluslararası pazarda güçlü bir marka.

Sektörün Gönüllü Elçisi

Kavaloğlu için turizm, yalnızca ekonomik bir faaliyet değil; ülkelerin kendilerini dünyaya anlattıkları bir sahne. Bu yüzden turizmcileri "ülkenin gönüllü elçileri" olarak tanımlıyor.

"Her şey dahil" modelini reddetmek yerine, kalite odaklı ve standardize edilmiş bir formatla sürdürülebilir hale getirmeyi savunuyor. Veriye dayalı destinasyon yönetimi, yapay zekâ destekli gelir optimizasyonu ve dijital pazarlamada yeni nesil arama algoritmalarına uyum, onun öncelikleri arasında.

Aynı zamanda spor turizmi ve MICE (kongre, toplantı) pazarlarını, yıl boyu talep yaratmanın stratejik alanları olarak öne çıkarıyor.

Onun için turizm, yalnızca ekonomik bir sektör değil; ülkelerin dünyaya kendilerini ifade ettikleri bir sahne. Bu nedenle turizmcileri "ülkenin gönüllü elçileri" olarak görüyor.

Görevler ve Öncelikler

2023'te AKTOB (Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği) Yönetim Kurulu Başkanı ve Turizm Geliştirme Ajansı (TGA) Yönetim Kurulu Üyesi oldu.



“
**Turizm, sadece
konaklama
değil; bilgi, bilim
ve disiplinle
güçleniyor**

Bu görevlerde üç ana hedefe odaklanıyor:

- Antalya'nın turist sayısını artıran pazar çeşitliliğini korumak (2025 hedefi: 18 milyon ziyaretçi)
- Kış sezonu ziyaretçi sayısını 750 binden 1,5-2 milyona çıkarmak
- Kayıt dışı konaklamayla mücadele ederek adil rekabeti sağlamak

Kavaloğlu ayrıca, birçok sivil toplum kuruluşunda aktif rol üstleniyor. Kosova'nın Antalya Fahri Konsolosu olarak iki ülke arasındaki ilişkilerin güçlenmesine katkı sağlıyor;

Sürdürülebilirlik ve Sosyal Sorumluluk

Limak Grubu'nda "Sıfır Atık" uygulamalarını otellere entegre etti; "Limak Hatıra Ormanı" ile binlerce fidan dikimini hayata geçirdi. Bu projeler, çevresel sorumluluğu iş süreçleriyle bütünleştiren örnekler olarak anılıyor.

Kişisel Portre

Disiplinli bir profesyonel olmasının yanında, aile dengesine verdiği önemle tanınıyor. Uzun yıllar eşi ve iki çocuğuyla otellerde yaşayarak yoğun iş temposunu aile hayatına entegre etti. Sinema festivallerine katılacak kadar sanat meraklısı; tarih ve politika kitaplarına düşkün.

Kariyerinde imza attığı büyük projeler, yetiştirdiği ekipler ve sektörün geleceğine dair çalışmalarıyla Kaan Kavaloğlu, Türk turizminin hem dününe hem de yarınına yön veren isimlerden biri olmayı sürdürüyor.

Onun hikâyesi, disiplin, vizyon ve adanmışlıkla örülmüş bir yolculuğun, ülke turizmine nasıl değer kattığının en net göstergesi.

Çocukluk yıllarınızdan başlayalım... Sarıyer'deki o sıcak mahalle ortamı ve sporla iç içe büyümeniz, bugün liderlik anlayışınıza nasıl yansdı?

İki kıymetli Cumhuriyet öğretmeninin çocuğu olarak hayat eğitimi olarak büyüttüldük. Yaşamın zorluklarını küçük yaşlardan itibaren deneyimleyen spor ve çalışma hayatına çok küçük yaşlarda başladım. Spor ve iş yaşamının temeli disiplindir ve bunu deneyimleyerek içselleştirdik. Kısacası yaşken

eğildik. Turizm sektörü çoklu parametrelere sahip kolektif bir zanaat. İnsan psikolojisi, sosyoloji, mantık, ekonomi gibi pek çok turizm bileşenine vakıf olmayı gerektiriyor. Çocukluğumuzda edindiğimiz iş ve spor disiplini ile birleştiğinde de liderlik vasfı öne çıkıyor.

Üniversite yıllarında hem okuyup hem çalıştınız. O dönemin iş disiplini ve öğrenme sürecinizde nasıl bir etkisi oldu?

Turizm sektöründe özellikle iletişim ve insan ilişkilerinde başarı deneyimleme ile kazanılıyor. Bu da turizmin temelinde yer alan insan faktörünü daha iyi anlayabilmeyi sağlıyor. Dolayısıyla okul hayatından teori öğrenirken, çalışarak pekiştirilen bilgiyi iş hayatına daha kolay entegre edebiliyorsunuz. Çalışma hayatımı şekillendiren en önemli etken ise o dönem öğretmenlerinin aşıladığı analitik düşünmeyi sağlayan bir eğitim sürecinden geçmiş olmam oldu.

Turizm sektörüne girişinizdeki ilk önemli dönüm noktası hangisiydi?

Elbette ilk iş deneyimi unutulmaz oluyor. Konaklama sektöründeki ilk iş deneyimim olan Ramada Otel'de çalışmam bu sektörün cazibesine kapılmamda büyük pay sahibi oldu. Ardından çalışmaya başladığım Merit Oteller, iş geleceğimi belirleyen en güzel deneyim oldu.





“

*Her adımımızda
‘Türkiye Kazansın’
mottosuyla
hareket ediyoruz.*

Limak Otelleri’ndeki stratejik vizyonunuzu nasıl tanımlarsınız? Size göre bu vizyonu farklı kılan unsurlar neler?

Limak oteller genel olarak aile konseptinde hizmet veriyor. Genel olarak stratejimiz “ulaşılabilir lüks tatil”. Her yıl misafirlerimizin konfor alanını büyütüp üzerine koyarak hizmet üretiyoruz. Ayrıca sürdürülebilirlik konusunda, sadece kağıt üzerinde değil, zorunlu kriterler dışında da uygulamalar geliştiriyoruz. Gelen misafirlerin, elektrik, su, yeme içme gibi kalemlerde yapacakları tasarrufun sadece ekonomik gider değil, dünyanın geleceğinden de tasarruf olduğu bilgilendirmeleri yaparak, geleceğe katkı yapın çağrılarında bulunuyoruz. Çalışanlarımızın ve misafirlerimizin, kısaca turizmin temeli olan insana yatırım yapıyoruz.

“Her şey dahil” sistemini yeniden yorumlama konusundaki yaklaşımınızı biraz daha açar mısınız?

Her şey dahil sistemin Türkiye’de ilk uygulamaya geçmesi ile birlikte konaklama işletmeleri aile konseptini zenginleştirerek hem Pazar gamını genişletti hem de misafir sayısında büyümeler kaydetti. Dünyada özellikle aileler için ekonomik tatil hedefiyle başlayan bu sistem, Türkiye’de çok daha geniş yelpazede ürünlerle desteklenerek bugün üst gelir grubuna da hitap eden bir sisteme dönüştü. Türkiye

konaklama sektörü, bu sistemin yaygınlaşarak güçlü bir satış pazarlama stratejisinde dönüşmesinde büyük pay sahibi. Bu sistem pek çok turizm ürününde gelişmesine de katkıda bulundu. Şöyle ki; spor takımları, kongre katılımcıları, sağlık turizmi için bölgeye gelenler bu sistemle bütçelerini ön görebilmekte. Dolayısıyla, özellikle sahil destinasyonlarının rekabet gücünü yükselten “her şey dahil” satış pazarlama stratejisi olarak devam edecektir. Ancak özellikle sürdürülebilirlik ve sıfır atık projeleri paralelinde yiyecek, içecek sunumlarında revizyon ve standardizasyon uygulamaları gerekmektedir. Bu konuda da başkanlığımızla çalışmalara başlamayı planlamaktayız.

Sektörde veriye dayalı karar alma ve yapay zekâ destekli gelir optimizasyonu uygulamalarını nasıl hayata geçiriyorsunuz?

AR & GE ve inovasyona yatırımlar yapıyoruz. Fark yaratma motto-muz olarak ilerliyoruz. Bu konuda Türkiye konaklama sektörü oldukça başarılı. Birlik olarak yaptığımız araştırmaları tüm sektörle paylaşarak, bilimsel temelli stratejiler üretiyoruz. Yol haritamızı dünyada değişen turizm taleplerini ve yeni jenerasyonların beklentilerini belirleyerek ilerliyoruz.

Konaklama işletmeleri, kendilerini farklı kılan unsurlara odaklana-

rak ve dijital mecralarda güçlü bir duruş sergileyerek, yapay zeka güdümlü seyahat çağında öne çıkabilir ve sürdürülebilir başarı elde edebilirler. AR&GE ve Dijital yatırımı bu başarı için iki temel unsur olarak görüyoruz.

Spor turizmi ve MICE pazarında Türkiye’nin potansiyelini nasıl değerlendiriyorsunuz?

2023 yılında 4.5 milyar dolar seviyesine ulaşan spor turizmi gelirlerinin, 2025 yılında 5.5 milyar doları aşacağını ön görüyoruz. Bu büyümenin arkasında Türkiye’de artan uluslararası spor organizasyonları ve sezon dışı antrenman kampları yer alıyor. Dünyada ise 2024 yılında Spor etkinlikleri endüstrisi, 52,2 milyar dolarlık doğrudan ekonomik etki, 128 milyar dolarlık toplam ekonomik etki yarattı ve 20,1 milyar dolarlık vergi geliri sağladı. 200 milyondan fazla kişi, genç ve yetişkin amatör spor etkinlikleri ile üniversite şampiyonlukları için seyahat etti. Sporla ilgili seyahatler 73 milyondan fazla oda gecesi üretti. Sektör, toplam 757.600 tam zamanlı ve yarı zamanlı işi destekledi. Ayrıca spor turizmi ekonomik tablolara olan katkısı kadar destinasyonlarında tanıtımında da büyük değer kazandırıyor. Futbol, golf, tenis turnuvalarını Antalya’ya çekmeye çalışıyoruz. Ciddi altyapı yatırımları yapıldı ve dünyada çok büyük bir potansiyel var.

Kongre turizminde de Antalya dünyada öne çıkan destinasyonlar arasında gösterilmeye başlandı. Şehrimizin kentsel altyapısı ve mevcut kongre merkezleri büyük potansiyel barındırıyor. Turizmin en çok gelir getiren alt sektörlerinden biri olan küresel kongre turizminin 2025 yılında 1,43 milyar ABD dolarına, 2030 yılında ise 1,78 milyar ABD dolarına ulaşması bekleniyor. Tüm dünyada MICE etkinliklerine yönelik olan iş seyahatleri, 2024'te eğlence turizmini geride bırakarak %11'e kıyasla %19 oranında büyüdü. 2033 yılına kadar 1931 milyar dolara çıkması bekleniyor.

Güçlü büyüme gösteren MICE turizmi destinasyonlara da yeni ziyaretçiler kazandırma potansiyeli taşıyor. Geleneksel turistlere göre yaklaşık yüzde 30 daha fazla harcama yapan üst düzey gelirli kongre ziyaretçileri destinasyonlar için potansiyel tatil misafirleri getirmesini de destekliyor.

Dolayısıyla her iki turizm çeşidi de fayda odaklı destinasyonların, dolayısıyla bizlerin radarında yer alıyor.

AKTOB ve TGA'daki görevlerinizde öncelikli projeleriniz neler?

Her görev alanımda "Türkiye Kazansın" mottosuyla hareket etmeye gayret gösteriyorum. Memleketimiz önceliğimiz. TGA'nın kuruluşu Türk turizminde önemli bir dönemeç oldu. Tanıtım stratejisi oluşturuldu ve uygulamaya konuldu. Hem dijital hem fiziki mecralarda etkili tanıtım çalışmaları yapılıyor. Ben de Yönetim Kurulu Üyesi olarak çalışmaları yakından takip etme olanağı buluyor ve sektörle paylaşıyorum.

AKTOB bölgesel bir birlik konumunda olsa da Dünyanın en fazla ziyaretçi çeken ilk 5 şehir arasında yer alması sorumlüğümüzü daha da büyütüyor. İçinde yer aldığım tüm kurum ve kuruluşlarda edindiğim en önemli konu, hiçbir sektör, kurum ya da kuruluşun tek başına yol alamayacağı. Dolayısıyla sektörler ve devlet kurumları arasında köprülerin kurulması toplumsal bir zorunluluk olarak ortaya çıkıyor. Bu çerçevede, birliğimizin Yönetim Kurulu Üyeleri ile birlikte, istikrarlı ve temkinli büyüme temelli çalış-

malar yapıyoruz. Özellikle nitelikli iş gücünün sektöre kazandırılması ve bu iş gücünün sürdürülebilirliği konusunda eğitim kurumları ile iş birlikleri geliştiriyoruz. Pazar araştırmaları ve veri analizleri yapıyoruz ve sektörle paylaşıyoruz. Sektör içi iletişimi güçlendiren, haftalık, aylık bültenler, yemekli buluşmalar düzenliyoruz. Ayrıca bu yıl 15. Kez gerçekleştireceğimiz, Uluslararası Resort Turizm Kongresini, bilgi ve bilimin ışığında düzenleyerek, dünyada ve Türkiye'de sektörümüzdeki son gelişmelerin takip edilmesini sağlıyoruz.



Kayıt dışı konaklama ile mücadelede sektör ve kamu iş birliği nasıl güçlendirilebilir?

Bu konu tüm dünyada sorun yaratmaya devam ediyor ve ülkeler ciddi önlemler alıyor. En son İspanya'da kısa süreli ev kiralama yapan bir site yasal olarak engellendi. Türkiye'de de bu konaklamaların izlenmesi ve kayıt altına alınması konusunda adım atıldı ve bildirimleri ve izinleri konusunda yasa çıkartıldı.

Kosova'nın Antalya Fahri Konsolosu olarak diplomasi ile turizmi nasıl bir araya getiriyorsunuz?

Avrupa içerisinde, dost ve çoğunluğu Müslüman olan bir ülkenin fahri konsolosu olmaktan onur duyuyorum. Küçük bir ülke olsa da Balkanlar'da yer alan Kosova'da Türkiye sempatisinin güçlenmesine katkı

sağlıyor. Uzun süredir, Balkanlar'da Türkiye'den yana esen olumlu rüzgar var, Türkiye algısının pozitif seyri sadece Kosova değil tüm Balkan ülkelerinden gelen misafir sayılarımızı önemli oranda etkiledi.

Sürdürülebilirlik konusundaki projelerinizden özellikle gurur duyduğunuz bir örnek paylaşır mısınız?

Biz konaklama tesislerimizde misafirlerimizin enerji tasarrufuna katkıda bulunmasının, dünyamızın geleceğine katkıda bulunacağını anlatıyoruz. Bu konuyu içselleştiren bir aile çocuklarından her gün ne kadar su tasarrufu yaptıklarına ait bir çizelge oluşturmalarını istemiş. Ve tatil bittiğinde yaptıkları resimler ve bu çizelge tarafıma iletilmişti. Bu olay hepimizi hem gururlandırdı hem de duygulandırdı.

Genç turizmciler için en önemli üç tavsiyeniz nedir?

Sadece turizm sektörü için değil tüm iş alanlarında en önemli şey bilgidir. Bilgi, bilim ve disiplin bu üç konuda kendilerini olabildiğince geliştirmelerini tavsiye ediyorum.

Yoğun iş temposunda aile hayatınızı nasıl dengeliyorsunuz?

Tüm başarılı insanın arkasında iyi dengelenmiş bir aile kurumu yatıyor. İşinizden ödün verin ama ailenizden asla. Bu çerçevede birbirine entegre etmeyi başararak bu dengeyi sağlamış olduğuma inanıyorum.

Türk turizminin geleceğini önümüzdeki 10 yılda nerede görüyorsunuz?

Misafirlerimizin seyahat arayışı, planlama ve rezervasyon alışkanlıkları son 10 yılda köklü biçimde değişti. Bu dönüşüm sadece tüketici davranışlarını değil, otel ve konaklama işletmelerinin işleyişini de temelden etkiliyor. Yapay zekanın daha fazla entegre olduğu bir seyahat ekosisteminde rekabetçi kalabilmek için temel unsur olarak önümüzdeki 10 yılda daha fazla öne çıkacak. Yatırımlarımızı bu yeni gelişmeler ve yeni jenerasyon taleplerini iyi gözleyerek takip edersek dünya turizminde en büyük ilk 3 ülke arasına girebileceğimizi ön görüyorum.

DİKKAT!



2. DERECE SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM SERTİFİKASI İÇİN SÜRE DOLUYOR!

“Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesi ve Niteliklerine İlişkin
Yönetmelik – Madde 10: Konaklama tesislerinin, **1 Ocak 2030’a kadar
sürdürülebilir turizm kriterlerine uyum sağlaması zorunludur.**”

BAŞVURU İÇİN SON TARİH ARALIK 2025

Bu tarihe kadar gerekli belgeleri
tamamlamayan oteller, yeni yönetmelik
kapsamında ciddi yaptırımlarla karşılaşacak.

Hızlı ve güvenli bir geçiş için yanınızdayız.

Geleceği ertelemeyin,
2025 bitmeden sertifikanızı alın!



Yeşil 360



0542 312 90 81

yesil360danismanlik@gmail.com

Yoğunluktan dolayı
randevu almanız gerekmektedir



Yeşil 360

Otelinizi GSTC kriterlerine %100 uyumlu hale getiriyor,
tüm belge ve denetim sürecini sizin adınıza yönetiyoruz.

- ✓ Mevcut durum analizi
- ✓ 50+ kriter uyum planı
- ✓ Personel eğitimleri
- ✓ Sertifikasyon başvuru ve denetim takibi
- ✓ Sertifika sonrası aylık saha kontrolü

Hemen iletişime geçin

✉ yesil360danismanlik@gmail.com

☎ +90 542 312 90 81

Türk Rivierası'nın Kapısı

Dalaman Havalimanı

Güney Ege'nin dünyaya açılan en stratejik kapısı olan YDA Dalaman Havalimanı, sadece bir ulaşım noktası değil; aynı zamanda bölgenin ekonomik ve turistik gelişiminin merkezinde yer alan güçlü bir marka. Her yıl milyonlarca yolcuyla ağırlayan havalimanı, inovasyon odaklı yatırımları, sürdürülebilirlik vizyonu ve geniş uçuş ağıyla Türkiye turizminin geleceğinde kritik bir rol üstleniyor. Biz de bu sayımızda YDA Dalaman Havalimanı CEO'su Yiğit Laçin ile bir araya gelerek hem bölge turizmine katkılarını hem de havacılık sektöründeki yenilikçi yaklaşımlarını konuştuk.



Dalaman Havalimanı, Güney Ege'nin en önemli giriş kapısı, Bölge turizmine olan katkısını nasıl tanımlarsınız?

YDA Dalaman Havalimanı olarak, Türk Rivierası'nın 1.000 kilometreyi aşan eşsiz kıyı şeridinde hizmet veriyoruz. Dalaman, Fethiye, Ölüdeniz, Dalyan, Marmaris ve Kaş gibi Türkiye'nin en gözde turizm merkezlerine yakınlığımız sayesinde her yıl artan sayıda misafiri ağırlıyoruz.

Yoğun sezonlarda operasyonlarımızı verimli şekilde yürütmek ve misafirlerimizin ihtiyaçlarının merkezde olduğu, konforlu bir seyahat deneyimi sunmak için teknoloji odaklı çözümler geliştiriyoruz. Direkt uçuş sayısını artırmaya yönelik stratejilerimizle bölgedeki turizm çeşitliliğine katkı sağlarken, yerel iş birliklerimizle de bölge ekonomisini destekliyoruz.

Havalimanının yıllık yolcu kapasitesi ve bu kapasitenin bölge ekonomisine yansımaları hakkında bilgi verir misiniz?

Havalimanımızın yıllık yolcu kapasitesi 10 milyon; geçtiğimiz sene ise 5.6 milyon yolcuyla hizmet verdik. Bu rakam, sadece ulaşımındaki yoğunluğu değil aynı zamanda bölge ekonomisinin canlılığını da gösteriyor.

Her yıl havalimanımızı tercih eden

milyonlarca yolcu, doğrudan ve dolaylı olarak birçok ekonomik sektörü destekliyor. Havalimanında çok sayıdaki kamu görevlilerine ek olarak, terminal operasyon görevlileri, yer hizmetleri personeli, güvenlik memurları, cafe-restoran çalışanları ve havayolu şirketlerinde binlerce kişi istihdam ediliyor. Bunun yanı sıra, bölgeyi ziyaret eden turistler sayesinde oteller, restoranlar, ulaşım firmaları, turizm acenteleri ve küçük işletmeler ciddi gelir sağlıyor.

Bu ekosistem, Dalaman Havalimanı'nı yalnızca bir ulaşım merkezi olmaktan çıkarıyor; bölgenin ekonomik kalkınmasına ve istihdamına önemli katkılar sunan, uyumlu ve güçlü bir merkez hâline getiriyor. Böylece havalimanımız hem bölge ekonomisini destekleyen hem de ziyaretçilere kaliteli bir deneyim sunan stratejik bir kapı konumunda yer alıyor.

Hangi ülkelerden direkt uçuşlar var ve bu uçuşlar turizm çeşitliliğini nasıl etkiliyor?

Avrupa'nın başta İngiltere, Almanya, Hollanda, İsviçre ve Avusturya gibi merkezlerinden Dalaman'a gerçekleştirilen direkt uçuşlar, havayollarıyla kurduğumuz güçlü iş birliklerinin bir sonucu olarak artarak devam ediyor. Mevcut rotalardaki yolcu kapasitelerini

artırmaya yönelik çalışmalarımız sürerken, pazarlama faaliyetlerimiz de yeni hatların açılmasına ve uçuş frekanslarının yükselmesine katkı sağlıyor.

Direkt uçuşlar, turizmin gelişmesini doğrudan etkiliyor. Ulaşımın kolaylaşması destinasyonun cazibesini artırıyor; turistler zaman ve konfor açısından hassas olduklarından, hızlı ve konforlu ulaşım bölgeye ilgiyi güçlendiriyor. Ayrıca kış aylarında düzenlenen seferler sayesinde sadece yaz turizmi değil, kongre, sağlık ve kültür turizmi gibi alternatif alanlarda da ziyaretçi çekilebiliyor.

Dalaman Havalimanı olarak hedefimiz, bölgenin doğal ve kültürel zenginliklerine yılın her mevsimi ulaşılabilir sağlayarak, farklı kıtalardan gelen misafirlerimize en konforlu yolculuk deneyimiyle bölgemizi keşfetme imkânı sunmaktır.

Yeni destinasyonlara uçuş planlamaları yaparken hangi kriterleri göz önünde bulunduruyorsunuz?

Yeni destinasyon planlamalarımızda en önemli kriter, hedef pazarda etkin bir pazarlama stratejisi yürütebilme potansiyelidir. Bu doğrultuda, ilgili bölgede Dalaman ve çevresinin bilinirliğini, geçmişteki direkt uçuşların performansını, aktarmalı gelen yolcu sayısını, Da-

laman varışlı bilet arama hacmini ve benzeri verileri detaylı şekilde analiz ediyoruz.

Ayrıca, Türkiye ile hedef ülke arasındaki havacılık anlaşmaları, uçuş izinleri, bölgede faaliyet gösteren havayolları ve tur operatörlerinin görüşleri de stratejilerimizde önemli rol oynuyor. Hedef pazardaki arama trendleri, kilometre başına koltuk geliri gibi finansal göstergeler ise karar sürecimizin vazgeçilmez unsurları arasında. Tüm bu veriler ışığında, uçuşun sürdürülebilirliği için en uygun dönem, frekans ve kapasiteyi planlıyor; pazarlama faaliyetlerimizi doğru kanallar ve doğru zamanlamayla yürütüyoruz. Amacımız yalnızca yeni uçuş başlatmak değil, bu uçuşların uzun vadede istikrarlı ve verimli şekilde devam etmesini sağlamak.

Son 5 yılda yolcu trafiğinde gözlemlenen en dikkat çekici değişiklikler neler oldu?

Son 5 yılda hem dünyadaki gelişmelerin hem de bölgemizdeki dinamiklerin etkisiyle yolcu trafiğinde önemli değişimler yaşandı. Özellikle ekonomik koşullar, yolcuların seyahat tercihlerini doğrudan etkiledi. Düşük maliyetli havayollarının daha erişilebilir hale gelmesiyle birlikte, başta İngiltere ve Avrupa'da yaşayan yolcular olmak üzere daha fazla kişi uçak biletlerine uygun fiyatlarla ulaşabildi ve bu da seyahat sıklığını artırdı.

Pandemi dönemi ise bu süreçte bir kırılma noktası oldu. Covid-19 ile birlikte iş seyahatlerinde ciddi bir azalma yaşanırken, turistik ve deneyim odaklı seyahatler ön plana çıktı. Yolcular artık daha esnek, bireysel ve deneyim merkezli seyahatleri tercih ediyor. Bu değişim yalnızca yolcu davranışlarını değil, havayolu şirketlerinin sunduğu hizmetleri de şekillendirdi. Uçak içi eğlenceden bilgilendirme materyallerine kadar pek çok hizmet dijitalleşerek temas minimuma indirildi. Dalaman Havalimanı olarak, pandemi öncesi yolcu sayımızın %93'üne 2022'de ulaşarak, Avrupa'da toparlanma sürecini en hızlı gerçekleştiren havalimanlarından biri olduk. Son iki yılda ise yaklaşık %25'lik bir yolcu artışıyla bu başarıyı pekiştirdik.

Öte yandan, ülkemizin çevresinde yaşanan savaşlara rağmen hava-

cılık sektörünün dayanıklılığı bir kez daha kanıtlanmıştır. Ukrayna hava sahasının tamamen kapalı olmasına rağmen, Türkiye'ye gelen Ukraynalı ziyaretçi sayısı 2019'da 1,5 milyon iken, devam eden savaş ortamına rağmen 2024 yılında 950 bine yakın seviyeye ulaşması bunun önemli bir göstergesi oldu. Tüm bu gelişmeler bize şunu gösteriyor: değişen dünyaya hızla uyum sağlayan, esnek, yenilikçi ve sürdürülebilir yaklaşımlarımız sayesinde hem sektördeki güçlü konumumuzu koruyoruz hem de yolcularımıza güvenli ve konforlu bir seyahat deneyimi sunmaya kararlılıkla devam ediyoruz.

Uçuş verilerinden yola çıkarak bölge turizminin hangi alanlarda büyüdüğünü veya potansiyel taşıdığını düşünüyorsunuz?

Uçuş verileri, Dalaman Havalimanı'nın sadece yaz aylarında değil, sezon dışı dönemlerde de daha fazla yolcuya ev sahipliği yapmaya başladığını gösteriyor. Bu durum, kış turizmi, doğa turizmi ve kültürel turizm gibi alternatif alanların gelişmeye açık olduğunu ortaya koyuyor.

Son dönemde bireysel seyahatler ve tematik turizm tercihleri öne çıkıyor. Doğa yürüyüşleri, bisiklet rotaları, gastronomi turları ve wellness gibi alanlara yönelik bir yönelim söz konusu. Bu trend, bölgemizde sürdürülebilir ve deneyim odaklı turizm yatırımlarının artması gerektiğine işaret ediyor.

Bölgemizin yılın her dönemi yüksek bir turizm potansiyeline sahip olduğunu görüyoruz; dolayısıyla tanıtım

ve yatırım stratejilerimizi de bu potansiyeli destekleyecek şekilde planlıyoruz.

Güvenlik ve yolcu konforu açısından Dalaman Havalimanı'nı diğer havalimanlarından ayıran başlıca unsurlar nelerdir?

Dalaman Havalimanı olarak, misafirlerimizin ihtiyaçlarının merkezde olduğu yeni seyahat trendlerine uygun, konforlu ve stressiz bir deneyim sunmayı önceliğimiz olarak belirledik ve bu doğrultuda sürekli yatırımlar gerçekleştiriyoruz. Güvenlik açısından, ulusal ve uluslararası tüm mevzuatlarının gerekliliklerini eksiksiz yerine getiriyor; personelimizin yüksek kaliteli hizmet sunabilmesi için düzenli eğitimler almasını sağlıyoruz. Havalimanımızdaki güvenlik ve pasaport kontrol noktalarında ise elektronik okuyuculu bariyerler kullanarak bilet ve pasaport eşleşmelerini anlık doğruluyor; böylece yolcuların doğru güvenlik noktasına yönlendirilmesini ve check-in işlemlerinin hızlı şekilde tamamlanmasını sağlıyoruz.

Havalimanı operasyonlarında çevresel sürdürülebilirliğe yönelik nasıl adımlar atılıyor?

Dalaman Havalimanı olarak çevresel sürdürülebilirliği tüm faaliyetlerimizin merkezine alıyor ve sektöre örnek teşkil edecek entegre yaklaşımlar benimsiyoruz. Terminal binamızdaki tüm aydınlatma sistemlerini LED teknolojisiyle yenileyerek enerji verimliliğini artırdık. Operasyonel süreçlerde kullandığımız araçları elektrikli araçlarla değiştirdik.



***Bizim önceliğimiz
yolcu memnuniyeti;
buradan geçen her
misafir, tatiline daha
havaalanında başlamalı.***

rerek karbon ayak izimizi azaltmayı hedefliyoruz.

Ayrıca, yolcu yoğunluğunun az olduğu kış dönemlerinde terminalin belirli bölümlerini geçici olarak kapatarak enerji, su ve personel kaynaklarını daha verimli kullanıyoruz. Bu sayede hem kaynak tasarrufu sağlıyor hem de çevresel etkimizi minimize ediyoruz.

Uçak kaynaklı emisyonları azaltmak amacıyla apron sahasında yardımcı güç ünitelerinin (APU) gereksiz kullanımını sınırlamak için yer hizmetleri ve havayolu şirketleriyle yakın iş birliği yürütüyoruz. Uygun koşullarda APU'ların kapatılmasını teşvik eden uygulamalarımızla apron bölgesindeki karbon emisyonlarını düşürmeyi hedefliyoruz. Tüm bu adımlar, sürdürülebilir bir havalimanı işletmeciliği vizyonumuzun önemli bir parçasını oluşturuyor.

Yerel turizm birlikleri, oteller veya belediyelerle ortak yürüttüğünüz projeler var mı? Bölgesel iş birliği konusunda hedefleriniz neler?

Bölgemizdeki turist profiline yönelik trendleri yakından takip ediyoruz. Hedefimiz, Dalaman ve çevresinin sürdürülebilir şekilde tanıtılmasını sağlamak, turist sayısını artırmak ve uçuşların yıl boyunca devam etmesini sağlayarak sezonu 12 aya yaymak.

Bu kapsamda, bölgemizin tanıtımında önemli rol oynayan resmi GoMarmaris ve GoFethiye sosyal medya sayfaları da TGA (Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı) denetiminde tarafımızca yönetilmektedir. Aynı zamanda, ticaret odaları ve ana pazarlarımızdaki partnerlerle düzenli tanıtım faaliyetleri yürütüyoruz; yerel belediyeler ve turizm birlikleri de zaman zaman bu çalışmalara dâhil oluyor. Partnerlerimizin platformları ve Google, Facebook, Instagram gibi dijital mecraları etkin kullanarak, tanıtım faaliyetlerimizi daha geniş kitlelere ulaştırıyor ve hedef odaklı ve sürdürülebilir hâle getiriyoruz.



Bölgemizin tanınırlığını artırmaya yönelik olarak, ulusal ve uluslararası düzeyde gerçekleştirilen kültürel, sanatsal ve sportif etkinliklere de aktif şekilde destek veriyoruz. Bu kapsamda; Uluslararası Marmaris Kültür ve Sanat Festivali, Fethiye Uluslararası Film Festivali, Kaş Uluslararası Film Festivali, Kaş Yarı Maratonu ve Datça Knidos Cup gibi organizasyonlarda geçtiğimiz yıllarda yer aldık. Bu yıl ikincisi düzenlenecek olan Marmaris Yeni Yıl Festivali'ne de destek vermekten mutluluk duyuyoruz. Lansmanı yapılmış olan festivalin tanıtım çalışmaları hâlihazırda sürüyor. Bu etkinliğin her yıl düzenli olarak gerçekleştirilmesinin ve etkin şekilde tanıtılmasının, özellikle kış sezonuna olumlu katkılar sağlayacağına inanıyoruz.

Ayrıca oldukça değerli çok sayıda turizm paydaşının bir araya geldiği 1. Karya Vizyon Buluşmasının bir parçası olmaktan dolayı büyük memnuniyet duyuyorum ve böyle güzel bir organizasyona ev sahipliği yapan GETOB'u tebrik ediyorum.

Dalaman Havalimanı'nı bir "marka" olarak düşündüğünüzde, bu markayı üç kelimeyle tanımlasanız ne olurdu?

Dalaman Havalimanı'nı bir marka olarak düşünersek şüphesiz ki "Turizm, Sürdürülebilirlik ve İnovasyon" kelimeleri ile tanımlayabiliriz. Şayet Türkiye'nin en yoğun turistik bölgelerinden birinde hizmet vererek bu

bölgeye ziyarete gelen misafirlerimize "tatile ve huzura giriş kapısı" görevini üstlenmekten mutluluk duyuyoruz.

Geniş uçuş ağıımız ve lokasyonumuz sayesinde yolcularımıza konforlu ve hızlı bir yolculuk deneyimi sunuyoruz. Hedefimiz yolcularımızın ülkeden ayrıldıkları son ana kadar tatillerinin bir parçası olmak. Ve tüm bu deneyimi sağlarken dijitalleşme odaklı yatırımlarımızla hem operasyonel süreçleri geliştirmeyi hem de yolcu deneyimini daha da iyileştirmeye devam ediyoruz.

Son olarak, bölgeye gelen misafirlere bir cümleyle Dalaman'dan seslenme şansınız olsa, ne söylersiniz?

Muhteşem bir sahil şeridinin kalbinde yer alan Dalaman Havalimanı olarak, Türkiye'nin en eşsiz doğal ve kültürel güzelliklerine ev sahipliği yapan bu özel bölgede misafirlerimize hizmet sunmaktan gurur duyuyoruz. Şirket vizyonumuzu da bu anlayışla şekillendirdik; "Türk Rivierası'nda inovasyon destekli, mümkün olan en kaliteli ve stresiz misafir deneyimini sunarken, güvenli, emniyetli ve sürdürülebilir havalimanı operasyonu yürütmek." Bu vizyon doğrultusunda, bölgeye gelen misafirlerimizin tatil yolculuklarına eşlik ediyor; onlara unutulmaz bir deneyim yaşatmak için sunduğumuz hizmetlerimizi sürekli geliştirerek ilerliyoruz.



YACHTING & CHARTER



📍 Yat Limanı, Barbaros Cad. No:141
48700 MARMARİS / TURKEY
📞 +90 542 450 45 57
📞 +90 252 413 43 40
✉ info@metsyachting.com
🌐 www.metsyachting.com
🌐 www.luxuryguletsperladelmar.com

Mets
BOUTIQUE HOTEL

📞 +90 554 345 29 59
✉ info@metsboutiquehotel.com
🌐 www.metsboutiquehotel.com





Tanju İçten ile Güney Ege Turizmi

Türkiye'nin en büyük tur operatörlerinden MTS Globe, 2025 sezonunda 2.2 milyon turisti ülkemize getirmeyi hedefliyor. Artan maliyetler ve kur baskısına rağmen İngiltere pazarının gücünü koruduğunu belirten MTS Globe Ege Bölgesi Genel Müdürü Tanju İçten, Ege turizminin fırsatlarını ve geleceğe dair beklentilerini anlattı.



2025 sezonunu nasıl değerlendiriyorsunuz?

2025 sezonu satışları erken rezervasyon dönemi bittikten sonra bir duraklamaya girdi. Bunun nedeni de Türkiye'nin genel olarak pahalı kalması. Nisan ayı itibarıyla tamamen son dakika satışlara döndü. Nisan ayından itibaren yoğunlukla takip eden 3-4 haftalık periyodlara dönük rezervasyon almaktayız. Ve bu da oteller ve uçak firmalarının yaptığı indirimlerin pakete yansıtılmasıyla satışa sunulması sonucu oluşmakta. Talep daralmasının ana ve öne çıkan sebebi otel fiyat artışları olmakla birlikte Türkiye'de genel olarak tüm hizmet ve ürünlerde gerçekleşen yüksek fiyat artışları etkili olmakta. Otelinden dışarı çıkan bir turist İngiltere'de 3.20-3.50 £ civarında içtiği bir birayı burada 4-5 £'tan aşağıda bir fiyata içemiyor. Maalesef döviz kurlarının baskılanması ve Türkiye'deki enflasyonun yüksek olması genel bir pahalılık ortamı yarattı. Türkiye'ye gelen turistlerin sadece her şey dahil konseptli otellere gelmediğini de göz ardı etmememiz gerekli, oda-kahvaltı veya apart otelleri tercih eden turistler de var. Hatta her şey dahil otelde konaklayan ve otel dışında da vakit geçirmekten hoşlanan turistler -bilhassa İngiliz- geçmiş yıllarda olduğu gibi otel dışına çıkmamayı tercih etmekte. Bu durum kentlerde alışverişleri de düşürmekte. Bugüne kadar tekstil, kuyum, deri ürünleri cenneti olarak görülen Türkiye gerçekten pahalandı. Bugün bir süpermarket fiyatları

yurtdışındaki muadiline göre daha pahalı. Bu da turistlerin gözlerini korkutuyor. 2025 sezonu hepimiz için değişik bir sezon, inşallah önümüzdeki sezonlarda bu tarzda bir sezon ile karşılaşmayız.

Sayın İçten, 2026 turizm sezonu için öngörüleriniz nelerdir?

2026 sezonu şu anki verilere göre değerlendirecek 2025 sezonundan daha iyi görünmüyor. Otel fiyatlarının büyük bir artış göstermemesine rağmen turistlerde oluşan Türkiye pahalı algısı nedeniyle alınan rezervasyon sayıları istediğimiz seviyede değil. İngiltere pazarı bilindiği üzere satışların çok erken başladığı bir pazar, 2 yıl ilerisine kadar rezervasyon alınabilmekte. Şu an itibarıyla büyük bir kayıp olmamasına rağmen 2025 yılı satışları ile karşılaştığımızda geriden gelmekteyiz. Bu nedenle İngiliz pazarında 2026 yılında çok büyük bir değişiklik olacağını düşünmüyorum, 2025 seviyesinde gidecektir. Diğer pazarlara bakarsak, büyük bir kayıp yaşadığımız Alman pazarında bir toparlanma olacağını düşünmüyorum ama inşallah 2025 yılını aratmaz. Diğer çalıştığımız pazarlarda da durum aşağı yukarı aynı durumda.

İngiltere pazarı, Türkiye'nin en önemli kaynak pazarlarından biri. Bu pazarın geleceğini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Düşüşe neden olan sebeplerin düzelmesi sonucu İngiltere pazarının

tekrar yükselişe geçeceğine eminim. Şu an üçüncü sırada olan İngiltere pazarının Rus ve Alman pazarlarının ardından yerini koruyacağını düşünüyorum. Burada önemli olan İngiliz pazarı turistlerinin beklentilerini fiyat ve hizmet dengesini koruyarak karşılayabilmek.

İngiliz turist profili ile Ege'nin sunduğu turizm çeşitliliğini nasıl örtüştürüyorsunuz?

İngiliz turist profili Ege'ye uygun bir profil, özellikle Dalaman (Marmaris, Fethiye) bölgesi konaklama tesisleri (pansiyon, apart, otel) İngiliz vatandaşlarına hitap ediyor. Genelde konakladıkları tesislerde vakit geçirmektense dışarıya çıkarak restorant, pub, bar vs yerlerde bulmayı tercih etmekte.

MTS Globe olarak, İngiliz misafirlerin yalnızca klasik tatil anlayışını değil, aynı zamanda daha farklı tatil deneyimlerini (örneğin butik oteller, gastronomi turları, doğa turizmi, kültürel rotalar) keşfetmesi için hangi çalışmaları yürütüyorsunuz?

Bu konuda çeşitli çalışmalarımız bulunmakta, örneğin deniz, güneş, kum tatil dışında city escape olarak adlandırabileceğimiz İstanbul, hinterland seçeneği olarak Kapadokya destinasyonları ile ilgili ürünlerimiz İngiliz turistlere sunulmaktadır. Anadolu turlarını şu ana kadar istediğimiz düzeye çıkaramadık ancak unutulmaması gereken nokta MTS Globe olarak biz mass turizmi yapı-

yoruz, yaklaşık olarak İngiltere pazarından 1.6 milyon turiste hizmet veriyoruz. Bu nedenle ister istemez bazı konularda geri kalıyoruz.

İngiltere pazarı özelinde baktığımızda, Antalya'nın daha yoğun bir turist kabulü yaptığını görüyoruz. Sizce bu yoğunluğun temel nedenleri nelerdir?

Yoğunluğu şu şekilde göz önünde bulundurursak; Antalya ile Dalaman arasında yaz sezonu açısından çok büyük farklılık bulunmamakta. Dalaman'da biraz daha zorlanıyoruz, Tabi bu noktada Antalya'nın 12 ay devam eden bir destinasyon olduğunu dikkate almak gerek, biz Dalaman bölgesini 1 martta başlatıp kasım ayının üçüncü haftası bitiriyoruz. Antalya bölgesi ise kış dönemi uçak sayısı azalsa da 12 ay süren bir operasyonumuz var. Diğer bir noktada Antalya bölgesinin sunduğu ürün yelpazesi çeşitliliği.

Marmaris ve Ege destinasyonları İngiliz turistler için hangi avantajları ve dezavantajları sunuyor?

İngiliz turist geçmişte otele bağımlı kalmak istemeyen bir turist profili çiziyordu bu nedenle de daha çok apart veya pansiyon türünde (oda-kahvaltı, sadece oda) tesis seçiyordu, ancak son yıllarda herşey dahil otellerin fiyatlarının cazip olması nedeniyle tercihleri bu yöne kaymaya başladı. Yine de herşey dahil otelde konaklasa da tatili boyunca en az 2-3 kez otel dışına çıkarak restaurant, pub, bar gibi yerlerde vakit geçirmeye devam etmekte. Son yıllarda iklim değişikliği nedeniyle temmuz, ağustos ayları hava sıcaklığı Ege bölgesinde de mevsim normallerinin üstünde seyretse de diğer aylarda Antalya'da göre daha uygun hava şartları olması nedeniyle Ege bölgesi tercih ediliyor.

İngiltere pazarına yönelik özel bir stratejiniz ya da üzerinde çalıştığınız yeni destinasyon projeleriniz var mı?

İngiliz pazarı özelinde sezonu tüm yıla yayma üzerinde çalışmalarımız var. Yeni açılan veya talep artışı gösteren destinasyonlarda biz de bulunuyoruz.

Yüksek gelir grubuna mensup İngiliz turistler için Türkiye'deki

seçenekler sınırlı mı, yoksa gelişen bir pazar mı görüyorsunuz? Ege Bölgesi, bu misafirlerin beklentilerini karşılayacak konfor ve hizmet çeşitliliğine sahip mi? Sizce Türkiye'nin hangi bölgeleri bu misafirler için daha cazip hale gelebilir?

Otel bakımından Türkiye'deki seçenekler kesinlikle sınırlı değil, bilhassa Antalya bölgesini göz önünde bulundurursak dünyada en fazla 5 yıldızlı otel olan destinasyonlarda üst sıralarda. Ege bölgesi de son zamanlarda gelişmekte. Fethiye ve Didim'de son dönemde yapılan tesislerin hepsi üst segment 5 yıldızlı tesisler. İleriki yıllarda bu tesislere ilave olarak yeni 5 yıldızlı tesis projelerinin de olduğunu göz önüne alırsak üst segment turiste hitap edecek yeterli sayıda tesise sahip olduğumuzu düşünüyorum.

Tabi buradaki soru işareti şehirlerimiz buna hazır mı bunu göz önünde bulunduramamız gerekiyor. Üst segment bir 5 yıldızlı tesiste turist ağırlyorsanız tesisin bulunduğu bölgede kaliteli kokteyl-barlar, kaliteli restaurantlar vs sunmak durumundayız.

Son yıllarda Marmaris özelinde sosyal medyada ve bazı yazılı/görsel basında çıkan olumsuz haberlerin İngiltere pazarında bir algı yarattığı görülüyor. Sizce bu olumsuz içerikler İngiliz turistlerin kararlarını ne kadar etkiliyor? Bu tür haberlerin pazara olan etkisini azaltmak için sektör olarak hangi önlemleri almak gerektiğini düşünüyorsunuz?

Evet muhakkak etkiliyordur, siz de gitmeyi planladığınız veya gideceğiniz yerde basında veya sosyal medyada çıkan bu tip haberleri (kavgalar, kadınların dayak yemesi, çirkin danslar) görürseniz siz de etkilenirsiniz. Bu problem sadece Marmaris ile sınırlı değil, tüm turistik bölgelerimizde az veya çok basına ve özellikle sosyal medyaya yansımakta. Bu tip eğlence tarzının müşterilerini kendilerine daha çok bağlayacağını ve daha fazla satış yapacağını düşünerek yapıyorlar. Bu tarz yaklaşımlardan hoşlanmayan büyük bir kitle var, tatil süresi boyunca bir kere şehre inip sonrasında otelden çıkmak istememekte. Bu davranışlar sadece restaurant veya barlar ile sınırlı değil, mağazalarda da bu tip

davranışlar görülüyor. Bunu engellemek için turizm sektörü paydaşlarına ve yerel yönetimlere gerek eğitim gerekse kontrol anlamında çok iş düşmekte.

GETOB olarak biz de İngiltere pazarına büyük önem veriyoruz. Sizin işlerinizi kolaylaştırabilecek, sektöre katkı sağlayabilecek iş birliklerinde GETOB'u nerede görmek istersiniz?

Sizlerle yapmış olduğumuz iş birliğinden şirketim adına memnunum, GETOB üyelerinden devamlı destek gördüğümüzü söyleyebilirim. Son yıllarda yaptığımız gibi ticaret odalarını ve belediyeleri de bu iş birliğine dahil ettiğimiz zaman çok daha büyük bir güç ortaya çıkıyor. Burada ticaret odası çok büyük bir faktör, neredeyse tüm üyeleri turizm üzerinden kazanç sağlıyor. Özellikle turistik bölgelerde bulunan tüm sektörler turizme bağlı. Belediyelere de burada çok iş düştüğüne inanıyorum, sadece yurtdışı tanıtım reklamları ile değil, turistler bölgelerinde iken de tanıtım yapılabilir, şehrin dokusu, alt yapısı, temizliği, yeşil alanların çoğaltılması ile bölgeye tekrar gelmesi sağlanabilir.

Türkiye, özellikle Ege kıyılarıyla birlikte dünyadaki en önemli deniz turizmi destinasyonlarından biri. Deniz turizmi konusunda yatırım yapılması için hangi adımlar atılmalı? Sizin bu konuda bir düşünceniz veya geliştirdiğiniz bir proje var mı?

Son yıllarda ön plana çıkarmaya çalıştığımız eskiden İngiltere pazarında rağbet gören gulet ve yelken turizmi için anlaşmalarımızı yaparak portföyümüze koymuş bulunmaktayız. Alternatif turizm olarak düşündüğünüzde sunulan ürün muhteşem, iki ülke arasında harika koylar, sahiller var, bugün baktığınızda sabah kahvaltınızı Kuşadası'nda, öğlen yemeğini Samos'ta, akşam yemeğini Bodrum'da alabilirsiniz, ertesi gün Bodrum'dan çıkıp Kos'a geçip oradan Rodos üzerinden Marmaris'e gelebilirsiniz. Birbirine yakın iki kültür olsak da iki farklı ülkeyi birkaç gün içinde defalarca ziyaret edebilirsiniz. Deniz turizmi üzerine düşünülmesi, geliştirilmesi gerekiyor. Böylece en azından geçmiş yıllardaki rakamlara ulaşabileceğimizi düşünüyorum.

Perde Arkasındaki Mükemmellik: Housekeeping'in Görünmeyen Gücü

Otelin odaları, koridorları ve ortak alanları her zaman tertemiz ve kusursuz bir düzende... Peki bu görünmeyen mükemmellik nasıl sağlanıyor? Misafirin ilk izlenimini şekillendiren, konaklama deneyimini doğrudan etkileyen Housekeeping departmanının arka planında nasıl bir emek yatıyor? Tüm bu soruların yanıtını, deneyimli bir Housekeeping Müdürü'nden dinliyoruz.



Bize kısaca kendinizden ve housekeeping alanındaki kariyer yolculuğunuzdan bahsedermisiniz?

Merhaba, ben Nurşen Kızıl. Otelcilik sektörüne 1990 yılında Sarıgerme'deki Marco Polo Otel'de, Servis Departmanı'nda başladım. Rahmetli Fırat Kaya F&B Müdürüm, Hakkı Ülkü ise Genel Müdürümdü. 1995 yılından itibaren Elegance Hotels'te çalışma hayatım devam etti. TU-GEV'den Kat Hizmetleri Uygulama Esasları ve Yönetici Eğitimleri alarak Kat Hizmetleri Departmanı'nda 26 yıl görev yaptım. Son 4 yıldır kariyerime Kalite Müdürü olarak devam ediyorum.

Oteldeki housekeeping departmanının en kritik sorumlulukları nelerdir?

Housekeeping Departmanı, misafir memnuniyetini sağlamak için doğrudan temizlik, hijyen ve düzenin korunmasından sorumludur. Yatak odaları, koridorlar ve ortak alanlarda sağlanan görünmez mükemmellik, misafirin ilk izlenimini oluşturur. Ayrıca kalite kontrolü, stok yönetimi ve diğer departmanlarla koordinasyon da kritik görevler arasındadır.

Günlük operasyonlarınızı nasıl planlıyorsunuz? Bir iş gününüz nasıl geçiyor?

Günlük rutinde görevlendirmeler, oda çıkışları ve doluluk oranına göre optimize edilir. Personel iki gruba ayrılır: Bir grup check-out odalarını hızla hazırlar, diğer grup ise in-house odaların bakımını tamamlar. Günlük planlama doğrultusunda işleyiş sağlanır, kontroller yapılır ve ihtiyaç halinde ek destek hızlıca yönlendirilir.



Temizlik kontrolleri ve kalite standartları süreci nasıl işler?

Her odanın konuğa hazır olması için;

- Öncelikle temizlik tamamlanır.
- Ardından sorumlu kişiler tarafından kontrol edilir.
- Eksik veya hatalı görülen noktalar düzeltilir.

Son aşamada kat şefleri tarafından yapılan kontrollerle kalite onaylanır. Bu yaklaşım, otel standartlarına bağlılığı güçlendirir ve prosedürlerin eksiksiz uygulanması kaliteyi doğrudan yansıtır.

Ekip yapınızdan biraz bahsedermisiniz? Kaç kişiyle çalışıyorsunuz ve hangi pozisyonlarda?

Ekip yapımız, çalışmakta olduğum otelin büyüklüğü ve hizmet standartlarına göre hiyerarşik olarak; Housekeeping Müdürü ve Müdür Yardımcısı, Kat Şefleri, Kat Hizmetlileri, Meydan Şefleri, Genel Alan Görevlileri, Çamaşırhane Şefi, Çamaşırhane Personeli, Havlu Stand Görevlisi, Terzi ve Üniforma Görevlisi pozisyonlarından oluşmaktadır. Kat Hizmetleri Departmanı ayrıca kendi içinde üç ayrı bölümden oluşur: Kat Hizmetleri, Genel Alan Temizliği ve Çamaşırhane. Bu üç bölüm, 12 ay açık olan tesisimizde

operasyona uygun sayıda ekip ile hizmet vermektedir.

Yeni başlayan personeli hangi eğitimlerden geçiriyorsunuz?

Eğitim programlarımız kapsamında;

- Standart temizlik prosedürleri,
- Kullanılacak ekipman ve kimyasalların güvenli kullanımı,
- Misafir memnuniyetine yönelik davranış biçimleri,
- Otelin kalite ve hijyen protokolleri yer almaktadır.

Ayrıca işe yeni başlayan personel için, süpervizör eşliğinde odada uygulamalı eğitim yapılmakta ve bunu birkaç günlük destek çalışması takip etmektedir.

Çalışan motivasyonunu ve takım ruhunu yüksek tutmak için neler yapıyorsunuz?

- Başarıları düzenli olarak takdir ve teşekkür ile ödüllendiriyoruz.
- Haftalık mini toplantılarla ekip dayanışmasını ve iletişimi güçlendiriyoruz.
- Eğitim ve kariyer gelişim fırsatları sunuyoruz (örneğin, başarı gösteren personel öncelikli eğitimlere dahil edilir ve yükselme imkânı sağlanır).

Yoğun sezonda karşılaştığınız en büyük zorluklar nelerdir?

Yoğun sezonun getirdiği fiziksel yük, zaman baskısı ve personel yetersizliği en büyük zorluklarımızdır. Bu dönemlerde süreci; verimli iş planlaması, adil ücretlendirme, geçici ek personel desteği ve pozitif, moral artırıcı iletişimle yönetiriz. Acil durumlarda nasıl bir kriz yönetimi uyguluyorsunuz?

Personel hastalığı, misafir şikâyeti ya da teknik arıza gibi durumlarda:

- Acil yedek planlar mevcutsa devreye alınır.
- Personel geçici olarak yer değiştirir, departmanlar arası destek artırılır.
- Teknik ekip veya ilgili departmanlarla anında iletişim kurulur.
- Misafire hızlı bir şekilde geri bildirim yapılır.

Sürdürülebilirlik kapsamında hangi uygulamalara sahipsiniz?

- Çevre dostu, biyolojik olarak çözünebilen temizlik ürünleri kullanılmaktadır.
- Su ve enerji tüketimi minimize edilerek programlı temizlik yapılmaktadır.

- Havlu ve çarşaflarda, misafirin onayıyla yeniden kullanım uygulamaları teşvik edilmektedir.
- Atık azaltımı ve geri dönüşüm uygulamaları aktif olarak yürütülmektedir.
- Çalışanlara verilen eğitimlerle farkındalık artırılmakta ve sürece aktif katılımları sağlanmaktadır.

Pandemi sonrası hijyen standartlarında kalıcı değişiklikler oldu mu?

Evet, kalıcı uygulamalarımız bulunmaktadır:

- Yüksek temaslı yüzeylerin sık aralıklarla dezenfeksiyonu sağlanmaktadır.
- UV-C sterilizasyon cihazları ve hava temizleyicilerin kullanımı yaygınlaşmıştır.
- Koruyucu ekipman kullanımında süreklilik sağlanmaktadır.
- Kimyasal temizlik ürünlerinin yerini çevre dostu, ancak aynı zamanda antiviral ve antibakteriyel özelliklere sahip ürünler almaktadır.
- Housekeeping talepleri artık mobil uygulamalar üzerinden de alınmaktadır.

Housekeeping departmanının misafir memnuniyetine etkisini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Departmanımız, misafir memnuniyetini doğrudan etkileyen en kritik unsurlardan biridir. Temizlik ve dü-



zen; otelin puanlamasında, tekrar eden rezervasyonlarda ve olumlu misafir yorumlarında belirleyici rol oynamaktadır.

Sektöre yeni adım atmak isteyenler için avantajlar ve zorluklar nelerdir? Avantajlar:

- Takım çalışması içerisinde öğrenerek ilerleme fırsatı.
- Mesleki eğitimlerle kişisel gelişim imkânı.
- Misafir memnuniyetine doğrudan katkı sağlayarak tatmin edici bir iş deneyimi.

Zorluklar:

- Fiziksel yoğunluk,
- Yoğun tempoda esnek çalışma saatleri,
- Yoğun dönemlerde dayanıklılık gerektiriyor.

Housekeeping alanının geleceğini nasıl görüyorsunuz?

Teknolojiyle entegre hijyen sistemleri, sürdürülebilir uygulamalar ve kişiselleştirilmiş misafir deneyimlerine dayalı, beklentileri merkeze alan bir anlayış giderek yükselişe geçmektedir. Sensörlü hijyen sistemleri ve kişiye özel temizlik yaklaşımlarının yaygınlaşması beklenmektedir.

Housekeeping departmanının geleceği yalnızca temizlikle sınırlı kalmayacak; sürdürülebilirlik, misafir memnuniyetini ön planda tutan uygulamalar ve yenilikçi hizmet anlayışıyla, geleneksel yaklaşımların yerini daha etkili ve çağdaş bir hizmet modeline bırakacaktır.

Sürdürülebilir Turizmde Yeni Yol Arkadaşı:

Yeşil 360

2030 yılına kadar tüm otellerin sürdürülebilir turizm sertifikası almasının zorunlu hale gelmesiyle birlikte sektör hızla dönüşüyor. Bu sürecin en güçlü rehberlerinden biri ise kısa sürede öne çıkan Yeşil 360. Oxford Üniversitesi'nde edindiği akademik vizyonu ve Avrupa Birliği projelerinden kazandığı deneyimleri Türkiye'ye taşıyan Özden Çetin, otelleri sadece yasal sürece hazırlamakla kalmayıp, çevreye duyarlı ve verimli işletmelere dönüştürmeyi hedefliyor.

Sayın Özden Çetin, hoş geldiniz. Yeşil 360, kısa sürede turizm sektöründe dikkat çeken bir marka haline geldi. Öncelikle kuruluş hikâyesini ve amacınızı anlatır mısınız?

Çok teşekkür ederim. Yeşil 360, aslında uzun yıllardır hem akademide hem de sahada edindiğim deneyimlerin bir sonucu. Amacımız, Türkiye'deki otellerin 2030 yılına kadar zorunlu hale gelen sürdürülebilir turizm sertifikasyon sürecine uyum sağlamalarına rehberlik etmek. Ancak biz sadece belge almakla ilgilenmiyoruz. Asıl hedefimiz, otelleri çevreye duyarlı, sosyal açıdan sorumlu ve ekonomik açıdan daha verimli işletmeler haline getirmek.

Ben Oxford Üniversitesi'nde şehirçilik ve sürdürülebilirlik alanında eğitim aldım. Orada kazandığım uluslararası vizyonu ve bilimsel yaklaşımı Yeşil 360'a taşıdım. Ayrıca Avrupa Birliği projelerinde aktif olarak görev aldım. Bu nedenle Yeşil 360'ın sunduğu danışmanlık, hem Türkiye'nin yasal gerekliliklerine hem de Avrupa'nın en güncel sürdürülebilirlik standartlarına dayanıyor.

Peki sürdürülebilir turizm sertifikası neden bu kadar önemli?

Çünkü bu bir yasal zorunluluk. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın çıkardığı yönetmelik gereği, tüm otellerin 1 Ocak 2030'a kadar sürdürülebilir turizm sertifikası alması gerekiyor. Bu belge olmadan işletme belgelerini yenilemekte sorun yaşayabilirler.

Ama mesele sadece yasal taraf



değil. Bugün uluslararası tur operatörleri artık sadece sertifikalı otellerle çalışıyor. Avrupalı turistler özellikle "yeşil otel" arıyor. Ayrıca enerji ve su tasarrufu sağlayan uygulamalar sayesinde oteller ciddi maliyet avantajı elde ediyor. Yani bu süreç hem çevreye hem işletmeye hem de ülke turizmine kazanç sağlıyor.

Yeşil 360 olarak otellere nasıl bir yol haritası sunuyorsunuz?

Öncelikle mevcut durum analizi yapıyoruz. 50 kriterden oluşan detaylı bir kontrol listemiz var. Enerji yönetimi, su tasarrufu, atık ayrıştırma, sosyal sorumluluk, çalışan hakları, misafir bilgilendirmesi gibi tüm alanlarda inceleme yapıyoruz. Ardından eksikleri belirliyoruz ve otel için özel bir yol haritası çıkarıyoruz.

Bu süreçte çalışanlara eğitim veriyoruz. Sertifika başvuru dosyalarını biz hazırlıyoruz. Denetim günü otelde hazır bulunuyoruz. Sertifika

alındıktan sonra da aylık saha kontrolleriyle uygulamaların devamlılığını sağlıyoruz. Yani otel yönetimi hiçbir bürokratik yükü uğraşmıyor, her şeyi Yeşil 360 takip ediyor.

Otellerin en çok zorlandığı alanlar neler oluyor?

Genelde enerji verimliliği ve atık yönetiminde zorlanıyorlar. Özellikle tek kullanımlık plastikleri azaltmak, organik atıkları ayrıştırmak kolay olmuyor. Ama biz pratik çözümler sunuyoruz: gri su geri dönüşüm sistemleri, kompost uygulamaları, yenilenebilir enerji yatırımları gibi. Çoğu zaman küçük adımlar büyük değişim yaratıyor.

Çalışan eğitimlerinin bu süreçteki rolü nedir?

Çok önemli. Çünkü sürdürülebilirlik sadece yönetim belgeleriyle değil, günlük alışkanlıklarla hayata geçiyor. Çalışanlarımıza enerji ve su tasarrufu, atık ayrıştırma, misafire doğru bilgilendirme gibi konularda eğitimler veriyoruz. Böylece sürdürülebilirlik kültürü otelin tümüne yayılıyor.

Yeşil 360'ın geleceğe dair hedeflerini öğrenebilir miyiz?

Bizim hedefimiz, Türkiye'yi Avrupa'da sürdürülebilir turizmin öncü ülkelerinden biri yapmak. Doğayı korurken otellerin geleceğini güvence altına almak istiyoruz. Oxford'da aldığımız akademik vizyon, AB projelerinde kazandığımız deneyimler ve Türkiye'nin dinamizmini birleştiriyoruz.



**NOVEMBER 29TH / DECEMBER 31ST
2025**

#marmarisnewyearfest

 **Marmarisnewyear**

  **MarmarisNewYearFest**

  **marmarisnewyearfest**

 **info@marmarisnewyearfest.com**



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 taşımamız gerekir.

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.

Kampanya Katılımı

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

11 Kasım 2025 tarihinde 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

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 “DER-BİS” 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 İlk Yardım, Hijyen, Havuz Suyu Operatörlüğü, Cankurtaran Bröveli 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 görmektedir.

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 ödmeden veya Nakit olarak Alındı Makbuzu karşılığında yatırabilirsiniz.

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



eser

ecek pazarlama



eserpazarlama.com

İçecek özmlerinde Lider



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

☎ 0252 455 36 37 – 0530 762 32 79

✉ info@eserpazarlama.com | www.eserpazarlama.com ➡



TURİZM PROFESYONELLERİ

Buluşuyor

“BİRLİKTE GÜÇLÜYÜZ, BİRLİKTE BÜYÜYORUZ”

ULUSLARARASI
KARYA VİZYON
2. TURİZM BULUŞMASI



**NİSAN
2026**



getob.org.tr



getob.org.tr



karyavizyon