7/7628

T.C.
TURİZM BAKANLIĞI
Araştırma Planlama ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı

Sayı : B17 0 APK 0 08 1281- 1994/ **ANKARA**
Konu: Soru Önergesi 18.06.2002

TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ BAŞKANLIĞINA

İLGİ : TBMM Başkanlığı, Genel Sekreterliği, Kanunlar ve Kararlar Dairesi Başkanlığı'nın 06 Haziran 2002 tarih ve 37160 sayılı yazısı.

Konya Milletvekili Sayın Lütfi YALMAN' in vermiş olduğu yazılı soru önergesine istinaden hazırlanan Bakanlığımız cevabı ekte sunulmaktadır.

Bilgilerinize arz ederim.

Mustafa TAŞAR
Bakan

EK: 5

K-Q
TSE-ISO-EN
9000
TS EN ISO 9001 : 2000
Kalite Sistem Belgesi

Türkiye

İsmet İnönü Bulvarı No : 5 Kat : 2 06100 Emek-ANKARA Tel : (90-312) 223 76 43 - 221 38 90 Fax : 212 85 93
E-mail : apkk@turizm.gov.tr Web Site : www.turizm.gov.tr

7/7628

KONYA MİLLETVEKİLİ LÜTFİ YALMAN'NIN SORU ÖNERGESİ

SORU 1-

Yabancı Devletlerde yayınlanan gazetelere " Türkiye'nin tanıtımı ve katkı amacıyla;

a) Hangi ülkede yayınlanan hangi gazetelere ne kadar para ödenmiştir?
b) Bu reklamların sizce turizme katkısı olmuş mudur?

CEVAP 1-

50'yi aşkın ülkede gerçekleştirilmekte olan 2002 yılı reklam kampanyalarımızda, hedef kitleye erişim oranı en yüksek medya olanaklarına öncelik verilmektedir. Bu çerçevede televizyon, radyo, merkezi yerlerde açıkhava panoları, nitelikli dergi ve gazeteler ile elektronik medya reklamları yayınlanmakta, halkla ilişkiler faaliyetleri ve reklam kampanyalarını destekleyici özel pazarlama etkinlikleri gerçekleştirilmektedir.

Bu kampanya ile hedeflenen; ülkemizin dünya turizm pazarındaki payının arttırılması, ülke imajının geliştirilmesi, olumsuz çağrışımların silinmesi, Türk turizm ürününü oluşturan zengin unsurların birarada bulunmasından doğan ahengin tanıtılması ve turizm talebinin ülke çapına ve 12 aya yayılmasıdır. Olağanüstü durumlarda uygulamaya konabilecek alternatif stratejiler ve kriz iletişim yöntemleri de bu çerçevede geliştirilmektedir.

Reklamlarımız verilirken uygulanan yöntem aşağıdaki gibidir.

Yurtdışı Bürolarımız bulundukları ülke ve görev alanları dahilinde olan diğer ülkelerdeki pazar ve turist profillerini takip etmekte olup, aylık ve yıllık pazar raporlarını Bakanlığımıza sunmaktadırlar. Pazar ülkelerdeki tanıtım faaliyetlerimizin etkinliğinin arttırılabilmesi için talep profilini ortaya koyan araştırmalara ihtiyaç duyulması halinde ise yine yurtdışı bürolarımız aracılığı ile profesyonel firmalara bu araştırmalar yaptırılmaktadır.

Tanıtma Stratejilerimiz , Türk toplumunun ve insanlığın uzun vadeli refah ve mutluluğu gözetilerek, yerli ve yabancı turistlere sunulan tatil deneyiminin kalitesinin tüketici istek ve ihtiyaçlarına en iyi cevap verecek şekilde geliştirilmesi, böylelikle Türkiye'nin uluslararası turizm geliri içindeki payının arttırılması amacından hareketle, ayrıca Bürolarımız aracılığıyla yaptırılan pazar araştırmaları, üyesi bulunduğumuz uluslararası turizm kuruluşlarından ETC (Avrupa Seyahat Komisyonu) ve DTÖ (Dünya Turizm Örgütü) 'nün yaptığı araştırmalar ve istatistiki veriler göz önüne alınarak belirlenmektedir.

Kampanya bütçeleri ise yine seyahat eğiliminin en güçlü olduğu pazar segmentleri dikkate alınarak, reklam faaliyetlerinde optimum fayda sağlanmasına özen gösterilmesi amacı gözetilerek belirlenmektedir.

Ülkemizin tanıtımına ilişkin yurtdışı pazarlarda gerçekleştirilecek reklam kampanyalarını yürütecek reklam firmalarının seçimi, "Dış Ülkelerdeki Kuruluşların Yerel İhtiyaçlarının Sağlanmasına Ait Yönetmeliğin" ilgili maddeleri uyarınca, yurtiçinde Basın İlan Kurumu aracılığıyla gazetelere ilan verilmesi, yurtdışında Müşavirliklerimiz /Ataşeliklerimiz tarafından profesyonel reklam firmalarına yazılı davet usulü ile duyurulması yoluyla gerçekleştirilmektedir.

Yurtdışı reklam kampanyalarımızı yürütecek reklam firmalarının belirlenmesi amacıyla açılacak ihaleye katılacak firmalara yol gösterici olması amacıyla İhale İdari ve Teknik Şartnamesi hazırlanmaktadır.

Uygulanacak kampanya projelerinin ve uygulayıcı firmaların belirlenmesi amacıyla açılan ihaleye başvuran projeler Seçici Kurul tarafından değerlendirilerek çalışılacak reklam firmaları belirlenmektedir. Seçici Kurul, Bakanlık Temsilcileri, Sektör Temsilcileri ve Akademisyenlerden oluşmaktadır.

Belirlenen projeler ve uygulayıcı firmalar Sn.Bakanımız imzası ile Onaya bağlanmakta ve ilgili Müşavirlik / Ataşeliklerimize bildirilerek, seçilen reklam firmaları ile pazar grupları bazında veya global ölçekte sözleşmeler imzalanmaktadır.

Sözleşmelerin imzalanmasından sonra, her pazar ülkedeki hedef kitlenin tüketici alışkanlıkları ve eğilimleri göz önüne alınarak, uygulanacak medya planları ve pazarlama stratejileri belirlenmekte ve uygulamaya geçilmektedir.

Uygulamada, pazar ülkelerde belirlenen hedef kitleye en yüksek erişim oranı sağlayan medya araçları tercih edilmektedir. Reklamlarımızın etkinliği; yoğun reklam dönemlerinde yurtdışı bürolarımıza gelen bilgi taleplerindeki artışlarla izlenebilmektedir. Ancak bizim için geçerli sonuçlar, ülkemize gelen turist sayısının ve turizm gelirlerinin her yıl artması, bunun yanında kampanyalarımızın yurtdışında hedef kitleden ve seyahat sektörü temsilcilerinden aldığı olumlu tepkiler ve çoğu kamuoyu yoklaması biçiminde gerçekleşen ödüllerdir.

2001 ve 2002 yılında aldığımız ödüllerden ve başarılardan bazıları şöyledir.

* Finlandiya'nın en yüksek tirajlı gazetesi olan "Helsingin Sonomat"a ait "Media Hesa" isimli firma tarafından 14 Mart 2001 tarihinde başlatılan, 12.000 okuyucunun katıldığı ve 18 reklam eskizinin yer aldığı "En İyi Turizm Reklamı" yarışmasını Bakanlığımız reklamı kazanmıştır.

* Portekiz, Robinson Club ve Der Spiegel dergisinde yayınlanan diğer reklamlar arasında yapılan değerlendirme sonucunda der Spiegel dergisinin 13/01 sayısında yayınlanan "Lebe Deine Träume" motifli Türkiye reklamının "pek iyi" derecesine ayrıca, ülkemizin turizm sektöründeki genel reklam değerlendirme ortalaması 'mükemmel' olarak nitelendirilmiştir.

* Hollanda'da yayınlanan DIT Reisemanagment'in Haziran 2001 sayısında, Türk Tanıtma Büromuzun reklam harcamalarını konu alan bir araştırmada 3,1 Milyon HFL ile birinci sırada yer aldığı belirtilmiştir.

* Zimet Ltd.'nin İsrail'de gerçekleştirdiği 2001 yılı Türkiye reklamları "The New York Festivals" tarafından organize edilen AME International'da (Uluslararası Reklam /Pazarlama Etkinlik Yarışması Ödülü) , Seyahat ve Turizm Kategorisinde 4. Ödülü almıştır.

* Almanya'da yayınlanmakta olan Werben und Verkaufer Dergisi'nin 18 Ocak 2002 tarihli sayısında yer alan bilgiye göre; Münih'de faaliyet gösteren İmaj Enstitüsü'nün her ay reklam motifleri üzerine yaptığı araştırma sonucunda; 1 Ocak 2002 tarihinden bu yana imaja yönelik on

etkili reklam sıralamasında, Singapur Hava Yolları'nın 3.10 puanla aldığı birinciliğin ardından ülkemizin reklamları 2.83 puan ile ikinci sırada yer almıştır.

Ülkemize gelen turist sayılarına bakılacak olursa ;

2001 yılı gelen turist sayısı 2000 yılına oranla %11.42 artmıştır. 2002 yılında gelen turist sayısında ise, 2001 yılının ilk 3 ayına göre % 7.51 oranında artış sağlanmıştır.

Bütün bu veriler tanıtım kampanyalarımızda hedeflere ulaşıldığının en büyük göstergesidir.

Reklamlarımız için ödenen meblağlar %20'den başlayan indirimler sağlanan fiyatlardır. Bu oran bazı pazar ülkelerde daha yüksek olmaktadır.

Reklamlarımızın gerçekleştirildiği ülkelerden bazılarındaki yazılı basın organlarının isimleri ve alınan indirimli fiyatlar sonucunda ödenen meblağlar aşağıdaki gibidir.

Finlandiya

Helsingen Sanomat, full colour, text page, 4 adet reklam yayınlanması bedeli 34.886,07 US $
Ikkunapaikka, full page, 1 adet reklam yayınlanması bedeli 2.771,56 US$

Danimarka

Famile Journalan, page colour, 3 adet reklam yayınlanması bedeli 12.662,19 US$

Avustralya

Daily Telegraph, 25X4 colour, 4 adet reklam yayınlanması bedeli 16.324,25 US$
Rider's Digest, page colour, 2 adet reklam yayınlanması bedeli 9.505,13 US$

İngiltere

Daily Mail Weekend, page 4 colour 1 adet reklam yayınlanması bedeli 19.550 Str.
Independent Mag. , page 4 colour, 4 adet reklam yayınlanması bedeli 11.220 Str.

İsrail

Yediot Achronot, full page, colour, 8 adet reklam yayınlanması bedeli 183.624 $

Avusturya

Krone Zeit zum Leben, 1/1, 4 colour, 2 adet reklam yayınlanması bedeli 41.616 Euro
Kurier- Freizeit/Plus, 1/1, 4 colour, 10 adet reklam yayınlanması bedeli 75.184 Euro

Almanya

Focus, 1/1, 4 colour, 6 adet reklam yayınlanması bedeli 205.560 Euro
Stern, 1/1, 4 colour, 5 adet reklam yayınlanması bedeli 202.725 Euro

İsviçre

Femina, (weekly), 1/1, 4 colour, 4 adet reklam yayınlanması bedeli 50.147 Euro
L'Llustre, (weekly), 1/1, 4 colour, 4 adet reklam yayınlanması bedeli 43.234 Euro

ABD

Conde Nast Traveler, 4 C, 2 adet reklam yayınlanması bedeli 119.499,80 $
New York Times, 6cX21, 4c, 6 adet reklam yayınlanması bedeli 531.685,20 $

SORU 2-

Özellikle İsveç'te yayınlanan gazetelerden hangilerine ne kadar para ödenmiştir?

CEVAP 2-

2002 yılı reklam kampanyamız çerçevesinde İsveç yazılı basınında reklam verdiğimiz yayınlar ve ödenen indirimli fiyatlar aşağıdadır.

-Dagens Nyheter, 390X231, 4 colour, 6 adet reklam yayınlanması bedeli 60.165,86 US$

-RES Expressen/ GT/ Kvallsposten, page colour, 5 adet reklam yayınlanması bedeli 49.793,30 US$

-Aftonbladet (Travelling Mag.), page colour, 4 adet reklam yayınlanması bedeli 16.517,90 US$ (30 Mart, 13-27 Nisan ve 11 Mayıs 2002 tarihlerinde yayınlanan reklamlarımızdan sonraki 25 Mayıs ve 8 Haziran 2002 tarihli reklamlarımız iptal edilmiştir.)

-Alit om Resor, page colour, 2 adet reklam yayınlanması bedeli 6.334,89 US$

-RES, page colour, 2 adet reklam yayınlanması bedeli 5.710,89 US$

-RES Supplement, OBC colour, 1 adet reklam yayınlanması bedeli 3.283 US$

-Travel News, page colour, 2 adet reklam yayınlanması bedeli 5.710,89 US$

-Svensk Golf, page colour, 2 adet reklam yayınlanması bedeli 10.329,53 US$

-Vagabond, page colour, 1 adet reklam yayınlanması bedeli 2.217,41 US$

-ResFLEX, page colour, 2 adet reklam yayınlanması bedeli 4.619,10 US$

-Check in, page colour, 1 adet reklam yayınlanması bedeli 3.022,14 US$

-Batliv, page colour, 1 adet reklam yayınlanması bedeli 2.447,93 US$

-Segling, page colour, 2 adet reklam yayınlanması bedeli 3.020,45 US$

SORU 3-

6.2 milyar TL'lik ilan verilen ve Türkiye'nin Doğu ve Güneydoğusunu "KÜRDİSTAN" adı altında ayrı bir Devletmiş gibi gösteren gazete hangi gazetedir? Türkiye aleyhine yayınlar yapan gazetelere yüksek paralarla reklam verilmesinin sebebi nedir?

CEVAP 3-

Söz konusu edilen gazete İsveç'te yayınlanmakta olan Aftonbladet gazetesidir. Bakanlığımızca yurtdışında gerçekleştirdiğimiz reklam faaliyetleri gerek o ülkelerdeki Müşavirlik/Ataşeliklerimiz gerekse reklam şirketlerimizin titiz araştırması sonucunda planlanmakta ve ilgili medya planları yılın ilk aylarında oluşturulmaktadır. Ayrıca araç olarak hedef kitlemize en uygun medya organlarının seçilmesine azami dikkat gösterilmektedir. Günlük 381.600 tirajlı Aftonbladet gazetesi, İsveç'te hedef kitlemize ulaşabileceğimiz en büyük medya kuruluşlarından biri olup, anılan gazetede 17.03, 08.04,28.10, 30.09.2001 ile 10.02.2002 tarihlerinde Türk turizmine yönelik toplam 6 olumlu haber yayınlanmış ve bu haberler gerçekleştirilen reklamlarımıza paralel olarak tanıtımımıza büyük katkı sağlamıştır. Ancak, bu titiz araştırma ve değerlendirme sonucu seçtiğimiz yayın organlarında zaman zaman ülkemize yönelik olumsuz ve haksız haberler yer almaktadır. Bakanlığımızca bu tip haksız ve yanlı haberlere karşı edindiğimiz tavır, ilgili yayın organına direkt savaş açma ve öngördüğümüz reklamları iptal yerine kendilerine doğruları aktarmayı, bu yolla yapılan yanlışların düzeltilerek telafisi yoluna gidilmesi şeklindedir. Bu defa, söz konusu haberden sonra Stockholm Müşavirimiz haberin yazıişleri müdürünü arayarak konuya ilişkin hem yazılı hem de sözlü hassasiyetimizi ve haberin tekzibi konusundaki talebimizi kendisine iletmiştir. Ancak kendilerinden herhangibir yanıt alınamadığı için anılan gazetede 25 Mayıs ve 8 Haziran 2002 tarihlerinde yayınlanacak reklamlarımız Müşavirliğimizin de görüşü doğrultusunda durdurulmuştur. Bu konu gerek Müşavirliğimiz gerekse Büyükelçiliğimiz nezdinde hassasiyetle takip edilmektedir.