



T.C.
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
Strateji Geliştirme Başkanlığı

Türkiye Büyük Millet Meclisi -
Türkiye Büyük Millet Meclisi
Başkanlığı
Tarih: 07/03/2025 11:27
Sayı: E-120.07.03-1594562



2025 AİLE YILI

Sayı : E-85112434-610-6359503

Konu : Soru Önergisi

TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ BAŞKANLIĞINA
(Kanunlar ve Kararlar Başkanlığı)

7/14114 GK 9
7/14904 GK 11
7/16738 GK 17
7/16897 GK 18

- İlgi : a) 24.07.2024 tarihli ve E-43452547-120.07.04-1463078 sayılı yazınız.
b) 09.08.2024 tarihli ve E-43452547-120.07.04-1474535 sayılı yazınız.
c) 04.10.2024 tarihli ve E-43452547-120.07.04-1504468 sayılı yazınız.
ç) 07.10.2024 tarihli ve E-43452547-120.07.04-1505256 sayılı yazınız.

İlgi yazılar ekinde yer alan soru önergelerine ilişkin Bakanlığımızca hazırlanan cevaplar Ek'te sunulmaktadır.

Bilgilerinize arz ederim.

Mehmet Nuri ERSOY
Bakan

Ek: Liste ve Cevaplar (14 Sayfa)



**İSTANBUL MİLLETVEKİLİ SAYIN İSA MESİH ŞAHİN'İN 7/14114 ESAS SAYILI
SORU ÖNERGESİNE BAKANLIĞIMIZCA HAZIRLANAN CEVAP**

Bakanlığımız (Tanıtma Genel Müdürlüğü ve Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı Genel Müdürlüğü)'ca;

Tanıtma Genel Müdürlüğü ve Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı, Türkiye dış turizminin lokomotif pazarlarından olan Almanya'da yüksek hacimli tanıtım ve geliştirme faaliyetlerini uzun yıllardır sürdürmektedir. PR, ağarlama, kurumsal etkinlikler, ana akım TV kanalları ve dijital mecralarda yayınlanan tanıtım filmleri, sosyal medya çalışmaları, fuar katılımları, online rezervasyon kanalları üzerinden yayınlanan reklamlar, hedef ülkede mukim tur operatörleriyle iş birlikleri gibi ana tanıtım ve pazarlama faaliyetleri, il turizm geliştirme ve destinasyonlardaki deneyim geliştirme faaliyetleriyle desteklenmektedir.

Özellikle Almanya pazarı için önemli seyahat kanallarından biri olan FTI üzerinden oluşan turist talebinin FTI'nın iflasının ardından Almanya'nın diğer önemli tur operatörlerine kaydığı gözlemlenmiştir. Türkiye bu süreçte Almanya'daki ana akım ya da küçük hacimli fark etmeksizin Almanya'daki tur operatörleriyle sürekli iş birliği ve iletişim halinde olmanın avantajlarını kullanmış ve FTI'dan diğer Alman tur operatörlerine kayan talepten en büyük payı almayı başarmıştır.

Türkiye'nin Almanya pazarında Alltours, Anex, Berge und Meer, Coral, Costa Venezia, Dav Summit, Dertour, Diamir, Gebeco, Holidaycheck, Ikarus, Invia, LMX, Schaudisland, Studiosus, TUI ve daha birçok tur operatörüyle iş birlikleri uzun yıllardır devam etmektedir. Almanya'dan Türkiye'ye sefer düzenleyen hava yolları ile iş geliştirme ve tanıtım faaliyetleri de kesintisiz sürmektedir. Dijitalleşen dünyada internet üzerinden satın alma alışkanlıkları sergileyen Alman turiste ulaşabilmek için Expedia, Skyscanner, Tripadvisor, KAYAK ve diğer online seyahat kanallarıyla reklam anlaşmaları da yapılmaktadır.

FTI'nın iflas açıklamasının hemen ardından özellikle Almanya'da faaliyet gösteren tur operatörlerinin üst düzey yetkilileri Türkiye'ye davet edilmiş ve iflasın ardından açıkta kalan talebin azami suretle Türkiye'ye yönlendirilmesi hususunda ek tanıtım faaliyetlerinin hayata geçirilmesi Bakanlığımız ile Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı tarafından takip edilerek yönetilmiştir. FTI'nın Türkiye talebinin artırımı yanında FTI üzerinden rakip ülkelere oluşan talebin Türkiye eksenine kaydırılması konusu da yoğun çalışma alanlarından biri olarak yer bulmuştur.

Türkiye turizmi, iletişim ve tanıtımı sürekli hale getirerek FTI'nın iflası gibi mücbir durumlardan en az oranda etkilenme kabiliyetine sahip hale getirilmiştir. Böylece; yaşanan FTI iflasına ve 2024 Avrupa Şampiyonası ile Olimpiyat Oyunları'nın

talebe olan olumsuz etkisine rağmen Almanya'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı 2023 yılının ilk 9 ayına göre %6,2 artış göstermiştir. Alman Seyahat Birliği DRV'nin araştırma raporunda da yer verdiği üzere Türkiye, Alman turistlere paket satışı kategorisinde 2023'ün birincisi olmuş ve rakibi İspanya'yı geride bırakarak bu alanda liderliğe yükselmiştir.

2024'ün son üç ayında da 1,5 milyona yakın Alman ziyaretçi ülkemizi tercih etmiştir. 2023'ün son üç ayına göre Alman ziyaretçi artış oranı %9,3'e tekabül etmektedir. FTT'nin iflasına rağmen, ilk 9 ayda elde edilen %6,2'lik artış ivme kazanarak %9,3 seviyelerine gelerek 2024 yılını %6,9'luk artışla kapatmamızı sağlamıştır. Almanya pazarındaki Türkiye tanıtım yatırımları 2025 yılında da hız kesmeden devam etmektedir. Almanya'daki genel seçim ve küresel politik hareketliliklerden ötürü yavaşlayan seyahat satın almalarına rağmen yılın ilk iki ayındaki yüksek sezon Türkiye rezervasyonları, Almanya'dan Türkiye'ye yapılan çevrim içi arama oranları, içerik tıklanma oranları önemli artış göstermektedir. 2025 yılında özellikle Almanya pazarı için turist niceliğinin yanı sıra turist niteliği (harcanabilir gelir düzeyi yüksek turist) hedeflerine de emin adımlarla ilerlenmektedir.