Türkiye Büyük Millet Meclisi -
Türkiye Büyük Millet Meclisi
Başkanlığı
Tarih: 03/11/2026 16:54
Sayı: E-120.07.03-1976034

T.C.
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
Strateji Geliştirme Başkanlığı

7/48120-48121 } GK12
7/48124-48128 }
7/49793 GK17

Sayı : E-85112434-610-9116409
Konu : Soru Önergeleri

TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ BAŞKANLIĞINA
(Kanunlar ve Kararlar Başkanlığı)

İlgi : a) 31.08.2026 tarihli ve E-43452547-120.07.04-1928823 sayılı yazınız.
b) 06.10.2026 tarihli ve E-43452547-120.07.04-1953286 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 (17 Sayfa)

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.
Doğrulama Kodu: 3FC08D13-3945-4B3C-B392-E13FA1C052A8 Doğrulama Adresi: https://www.turkiye.gov.tr/ktb-ebys

Cumhuriyet Bulvarı No: 4 Ulus Altındağ / ANKARA
Telefon No: (312) 470 8000 Belge Geçer No: (312) 470 5131
http://www.ktb.gov.tr http://sgb.ktb.gov.tr
KEP Adresi : kulturveturizmbakanligi@hs01.kep.tr

Bilgi için:Hasgül ÇAKAN
İşletme İşçisi
Telefon No:(312) 470 50 05

7/48120 GK 12

KOCAELİ MİLLETVEKİLİ SAYIN ÖMER FARUK GERGERLİOĞLU'NUN 7/48120 ESAS SAYILI SORU ÖNERGESİNE BAKANLIĞIMIZCA HAZIRLANAN CEVAP

Bakanlığımız (Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü)'ca;

06.09.2026 tarihli ve 33362 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan, aynı tarihli ve 11752 sayılı Cumhurbaşkanı Kararı'nın eki olan "Orta Vadeli Program (2027-2029)"ın "Temel Ekonomik Büyüklükler Tablosu"nda (Tablo 1.1), 2026 yılı turizm geliri gerçekleşme tahmini 65 milyar dolar olarak belirtilmiştir.

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

2026 yılının ilk çeyreğinde artan küresel jeopolitik gerilimler ve ekonomik belirsizlikler, Antalya ve Muğla turizminde dönemsel dalgalanmalara yol açmıştır. Orta Doğu'daki gelişmelerin etkisiyle artan yakıt maliyetleri, İngiltere pazarından gerçekleştirilen uçuşların arzını daraltırken Akdeniz havzasındaki yoğun fiyat rekabeti, tur operatörleri ile hava yolu şirketlerinin kapasitelerini farklı destinasyonlara yönlendirmelerine neden olmuştur. Bu çerçevede, ziyaretçi sayılarındaki değişimlerin yalnızca Türkiye'ye yönelik taleple değil, ulaşım maliyetleri, rakip destinasyonların rekabet koşulları ve sektördeki gelişmelerle birlikte değerlendirilmesi gerekmektedir.

Turizm talebindeki dönemsel dalgalanmaların etkilerini azaltmak amacıyla Almanya, İngiltere ve Rusya gibi ana pazarlardaki eğilimler yakından takip edilmektedir. Bu doğrultuda tur operatörleri, hava yolu şirketleri ve dijital platformlarla ortak pazarlama çalışmaları yürütülmekte; mevcut pazarlardaki talebin korunması ve yeni pazarlardan ziyaretçi çekilmesi hedeflenmektedir.

Uluslararası seyahat hareketliliğindeki değişimler ve jeopolitik gelişmeler turizm sektörü üzerinde dönemsel etkiler oluşturmakla birlikte, TÜİK verilerine göre 2026 yılı Ocak-Haziran döneminde turizm gelirimiz, bir önceki yılın aynı dönemiyle paralel seyrederek 25,7 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Bakanlığımızın stratejileri doğrultusunda Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı (TGA) tarafından yüksek katma değerli turizm türlerinin tanıtılması ve pazar çeşitliliğinin artırılmasına yönelik faaliyetler sürdürülmekte, turizm geliri hedeflerini destekleyici çalışmalar yürütülmektedir.

Türkiye'nin önemli turizm kaynak pazarları olan Almanya, İngiltere ve Rusya'daki rezervasyon eğilimleri, uçuş kapasiteleri ve sektör planlamaları yakından takip edilmektedir. Bu pazarlardaki talebi desteklemek, mevcut kapasitenin etkin

kullanımını sağlamak ve turizm sezonunu uzatmak amacıyla hava yolu şirketleri, tur operatörleri ve dijital platformlarla stratejik iş birlikleri ve ortak pazarlama çalışmaları gerçekleştirilmektedir. Sektörel görüşmeler, fuar katılımları ve halkla ilişkiler faaliyetleriyle desteklenen tanıtım çalışmaları kapsamında Türkiye'nin uluslararası görünürlüğünün ve destinasyonlara yönelik talebin artırılması amaçlanmaktadır.

Ayrıca Antalya, Muğla, İstanbul, İzmir ve Kapadokya gibi öne çıkan destinasyonlarımız; kültür, gastronomi, spor ve doğa turizmi gibi alternatif turizm türleriyle çeşitlendirilerek tur operatörlerinin programlarına dâhil edilmektedir. TGA tarafından yürütülen çalışmalar, hedef pazarların özellikleri ve turizm sektöründeki gelişmeler doğrultusunda aşamalı olarak hayata geçirilmektedir.

2026 yılının Ocak-Ekim döneminde gerçekleştirilen dijital tanıtım faaliyetleri kapsamında Almanya'da 18 film kampanyası ile trafik ve arama reklamları aracılığıyla 567 milyon gösterim ve 105 milyon izlenme/tıklama elde edilmiştir. Geleneksel medya kanallarında ise 2.204 TRP düzeyinde TV yayını, 4.155 radyo spotu ve 23,6 milyon açık hava gösterimine ulaşılmıştır.

Aynı dönemde İngiltere'de yürütülen dijital tanıtım faaliyetleri kapsamında 16 film kampanyası ile trafik ve arama reklamlarından 544 milyon gösterim ve 147 milyon izlenme/tıklama elde edilmiş; dijital özel proje iletişimleriyle 48,5 milyon gösterim daha sağlanmıştır. İngiltere'deki geleneksel medya çalışmaları kapsamında ise 1.930 TRP düzeyinde TV yayını, 49.020 radyo spotu ve 145 milyon açık hava gösterimi gerçekleştirilmiştir.

Rusya pazarında yürütülen dijital tanıtım faaliyetleri kapsamında 17 film kampanyası ile trafik ve arama reklamlarında toplam 2,1 milyar gösterim ve 2 milyar izlenme/tıklama elde edilmiştir. Televizyon yayınlarında ise 2.019 TRP düzeyine ulaşılmıştır.

2026 yılında Almanya pazarında dokuz farklı mecrada toplam 87 ilan ve içerik çalışması yayımlanmış, bu çalışmalarla 50 milyon okuyucuya ulaşılmıştır. İngiltere pazarında ise 11 mecrada yayımlanan 90 ilan ve içerik çalışmasıyla 125 milyon okuyucuya erişilmiştir.

2026 yılı Ocak-Eylül döneminde yürütülen sosyal medya iletişim çalışmaları sonucunda Almanya'da yaklaşık 690,5 milyon, İngiltere'de 425,9 milyon ve Rusya'da 395,6 milyon gösterim elde edilmiştir.

Ayrıca, Ocak-Ağustos döneminde TGA iş birliğiyle tur operatörleri ve hava yolu şirketlerine yönelik ortak reklam projeleri yürütülmüştür. Bu kapsamda Almanya'da sekiz firmayla dokuz, İngiltere'de sekiz firmayla 13 ve Rusya'da beş

firmayla sekiz kampanya tamamlanmıştır. Çalışmalarla Türkiye'nin destinasyon görünürlüğünün artırılması ve turizm talebinin desteklenmesi amaçlanmıştır.

2026 yılı Ocak-Ağustos döneminde TGA tarafından çevrim içi seyahat platformlarıyla (OTA) yürütülen ortak reklam çalışmaları kapsamında İngiltere pazarında sekiz OTA ile 19, Almanya pazarında dokuz OTA ile 17 ve Rusya pazarında altı OTA ile yedi kampanya tamamlanmıştır. Bu faaliyetlerle Türkiye'nin destinasyon görünürlüğünün artırılması ve turizm talebinin desteklenmesi hedeflenmiştir.

2026 yılı Ocak-Ekim döneminde gerçekleştirilen etkinlikler kapsamında Almanya'dan gelen katılımcılara yönelik 47 etkinlik düzenlenmiştir. Bu etkinliklerde 24 basın mensubu, 58 sosyal medya içerik üreticisi (influencer), özel projeler kapsamında 44 kişi ve 12 tur operatörü temsilcisi olmak üzere toplam 138 kişi, 21 şehirde ağırlanmıştır.

Aynı dönemde İngiltere'den gelen katılımcılara yönelik 54 etkinlik gerçekleştirilmiştir. Bu etkinliklerde 31 basın mensubu, 74 sosyal medya içerik üreticisi, özel projeler kapsamında 37 kişi ve dokuz tur operatörü temsilcisi olmak üzere toplam 151 kişi, 20 şehirde ağırlanmıştır.

Rusya'dan gelen katılımcılara yönelik ise 2026 yılı Ocak-Ekim döneminde 14 etkinlik gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda 24 basın mensubu, sekiz sosyal medya içerik üreticisi, özel projeler kapsamında dört kişi ve 21 tur operatörü temsilcisi olmak üzere toplam 57 kişi, dokuz şehirde ağırlanmıştır.

TGA ve QTA (Quality Travel Alliance) iş birliğiyle 26 Mart 2026 tarihinde Düsseldorf'ta düzenlenen "Türkiye Meets Düsseldorf" etkinliğinde, Antalya'dan sekiz otel ile Almanya'nın dış turizm pazarında eğlence ve tatil odaklı segmentte faaliyet gösteren 50 seyahat acentesi ve tur operatörü bir araya gelmiştir. Etkinlikte GoTürkiye tanıtım sunumları ve işletmeler arası (B2B) görüşmeler aracılığıyla yeni iş birliği fırsatlarının geliştirilmesi amaçlanmıştır.

2026 yılı fuar katılımları kapsamında Türkiye, Almanya'da düzenlenen iki önemli turizm fuarında geniş bir katılımla temsil edilmiştir.

ITB Berlin Fuarı'nda kurulan 700 metrekarelik Türkiye alanında 51 sektör temsilcisi yer almış; Belek ve İstanbul ayrı destinasyon stantlarıyla tanıtılmıştır. Aynı fuarda bisiklet turizmine özel bir alan ayrılmış, GoTürkiye ve Spor Turizmi Birliği tarafından çeşitli sunumlar gerçekleştirilmiştir.

IMEX Frankfurt Fuarı'nda ise 217 metrekarelik Türkiye standında 36 sektör temsilcisi yer almış, İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu (ICVB) da TGA koordinasyonunda ayrı bir stantla fuara katılmıştır.

İngiltere'de düzenlenecek WTM London Fuarı'na 1.483 metrekarelik GoTürkiye pavilyonuyla katılım sağlanması ve yaklaşık 80 sektör temsilcisinin Türkiye pavilyonunda yer alması planlanmaktadır. Fuarda, destinasyonların ayrı alanlarda daha görünür biçimde tanıtılmasına yönelik destinasyon modeli uygulanacak olup bu amaçla 300 metrekarelik bir alan ayrılması öngörülmektedir.

Rusya'da düzenlenen MITT Moscow Fuarı'na ise 306 metrekarelik Türkiye pavilyonunda ülkemizden 12 sektör temsilcisi kurumla katılım sağlanmıştır.

Dertour Group tarafından, iş ortağı acentelerle ilişkileri güçlendirmek, sektör içi iş birliğini geliştirmek ve destinasyon tanıtımına katkı sağlamak amacıyla 2-5 Mayıs 2026 tarihlerinde Antalya'da uluslararası bir çalıştay ve ağ kurma etkinliği düzenlenmiştir. Program kapsamında 4 Mayıs akşamı Perge Antik Kenti'nde gerçekleştirilen ve yaklaşık 300 kişinin katıldığı gala yemeği organizasyonuna TGA tarafından destek verilmiştir.

31 Mayıs-4 Haziran 2026 tarihleri arasında Antalya'nın Belek bölgesinde BETÜYAB organizasyonuyla düzenlenen "Luxury Travel Mart (LTM) Belek 2026" işletmeler arası (B2B) etkinliği, Rusya, Ukrayna, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti, İspanya ile Kafkasya ve Orta Asya ülkeleri başta olmak üzere geniş bir coğrafyadan 70 uluslararası katılımcı firmayı ve 95 davetli alıcıyı (hosted buyer) bir araya getirmiştir. Etkinlikte en yüksek katılımı, toplam 67 temsilciyle Rusya'dan gelen katılımcılar oluşturmuştur.

TGA, uluslararası ölçekte görünürlük sağlayan spor etkinliklerinin ülkemizde düzenlenmesini desteklemekte ve bu organizasyonlar aracılığıyla destinasyonlarımızın küresel ölçekte tanıtımına katkı sunmaktadır. Bu kapsamda, 2027 yılında düzenlenmesi planlanan Formula 1 Türkiye Grand Prix'si, İspanya Süper Kupası ve UEFA Konferans Ligi Finali gibi büyük spor organizasyonlarının Türkiye'de gerçekleştirilmesine yönelik süreçlere tanıtım ve iletişim faaliyetleriyle katkı sağlanmaktadır.

Bunun yanı sıra, küresel spor turizmi profesyonellerini bir araya getiren Sports Events Türkiye organizasyonuna ev sahipliği yapılmaktadır. Bu organizasyon aracılığıyla yabancı tur operatörleri ve seyahat acentelerinin ülkemizdeki spor turizmi olanaklarını yakından tanımaları ve Türkiye'yi tur programlarına dâhil etmeleri desteklenmektedir.

Kültür turizmi alanında, ülkemizin zengin kültürel mirasını uluslararası pazarlarda nitelikli ve çeşitli turizm ürünlerine dönüştürmek amacıyla çalışmalar yürütülmektedir. Bu doğrultuda UNESCO Dünya Mirası alanları, arkeolojik değerler, inanç turizmi, gastronomi, somut olmayan kültürel miras ve yerel yaşam kültürü gibi

unsurlar, destinasyon ve rota odaklı bir yaklaşımla uluslararası tanıtım faaliyetlerine dâhil edilmektedir.

"Cultural Journeys" çatısı altında geliştirilen projelerle ziyaretçilerin yalnızca popüler alanları değil, tematik rotalar aracılığıyla daha geniş bir coğrafyayı keşfetmeleri hedeflenmektedir. Seyahat deneyimlerinin yerel gastronomi, el sanatları, geleneksel üretim ve özgün deneyimlerle zenginleştirilmesi esas alınmaktadır. Avrupa Konseyi Kültür Rotaları gibi uluslararası ağlar aracılığıyla Türkiye'nin görünürlüğünün ve turizm ürünlerinin uluslararası pazarlardaki tanıtımının güçlendirilmesi amaçlanmaktadır. Uluslararası tur operatörleri, seyahat acenteleri, medya kuruluşları ve içerik üreticileriyle kurulan iş birlikleri de kültür odaklı turizm ürünlerinin hedef pazarlarda tanıtılmasını desteklemektedir.

Bu bütüncül yaklaşımla turizm talebinin yılın tamamına ve farklı bölgelere yayılması, konaklama sürelerinin uzatılması ve yerel ekonomiye katkı sağlayan ziyaretçi harcamalarının artırılması hedeflenmektedir. Ayrıca eğitim turizmi potansiyeli yüksek illerimizde, İl Tanıtım ve Geliştirme Programı kapsamında alt çalışma grupları oluşturularak geliştirme faaliyetleri yürütülmektedir.

Halkla ilişkiler (PR) faaliyetlerinde, ziyaretçilerin konakladıkları otellerin yanı sıra farklı turizm deneyimlerinden de yararlanmalarını sağlayacak ürün ve olanaklar ön plana çıkarılmaktadır. Yeme-içme sektöründen yerel esnafa kadar turizm sektöründeki farklı paydaşlara katkı sağlayabilecek tanıtım çalışmalarına öncelik verilmektedir. Uluslararası kanallarda yürütülen editoryal ve markalı içerik çalışmalarında destinasyonların genel potansiyelinin vurgulanması hedeflenmektedir. Bu kapsamda hazırlanan filmlerde yalnızca konaklama hizmetleri değil, kültür-sanat, gastronomi ve bölgelerin sunduğu diğer turizm deneyimleri de öne çıkarılmaktadır.

Ülkemizin bulunduğu coğrafyada yaşanabilecek olası krizler dikkate alınarak 2018 yılından itibaren turizm sektörünün dayanıklılığını güçlendirmeye yönelik çalışmalar yürütülmektedir. Bu kapsamda TGA'nın kurulması, pazar çeşitliliğinin artırılması ve yoğun tanıtım faaliyetlerinin sürdürülmesiyle sektörün krizlerden etkilenme düzeyinin azaltılmasına ve değişen koşullara uyum kapasitesinin güçlendirilmesine katkı sağlanması amaçlanmaktadır.