

turizm aktüel



YIL: 15 • SAYI: 2014-2 • ŞUBAT 2014 • ISSN: 1301 - 4587 • FİYATI: 8 TL

Türk Turizmi'nin 2014 ROTASI

Müdürün patronla imtihanı
3 YILDIZLI DÖNEM

ALİ,
LEZZET
MARKASI
OLDU



ISSN 1301-4587



9 771301 458005



JUST IMAGINE... IN A STANDARD HOTEL ROOM

JAKUZI & STEAMBATH, CONDITIONING CYCLE, KITCHEN

WORKING TABLE & INTERNET ACCESS, PARQUET FLOORING

WELCOME TO A NEW CONCEPT, WELLNESS...

YOUR DREAMS BECOME REAL ONLY IN



THE CENTRAL PALACE

WELLNESS



Lamartin Cad. No:18 Taksim/İstanbul/Türkiye
Tel: +90 212 313 4040 (Pbx) Fax: +90 212 313 4039
E-mail : info@thecentralpalace.com
www.thecentralpalace.com



ERESIN HOTELS

ISTANBUL



ERESIN CROWN HOTEL



ERESIN TAXIM PREMIER



**BEST WESTERN
ERESIN TAXIM HOTEL**

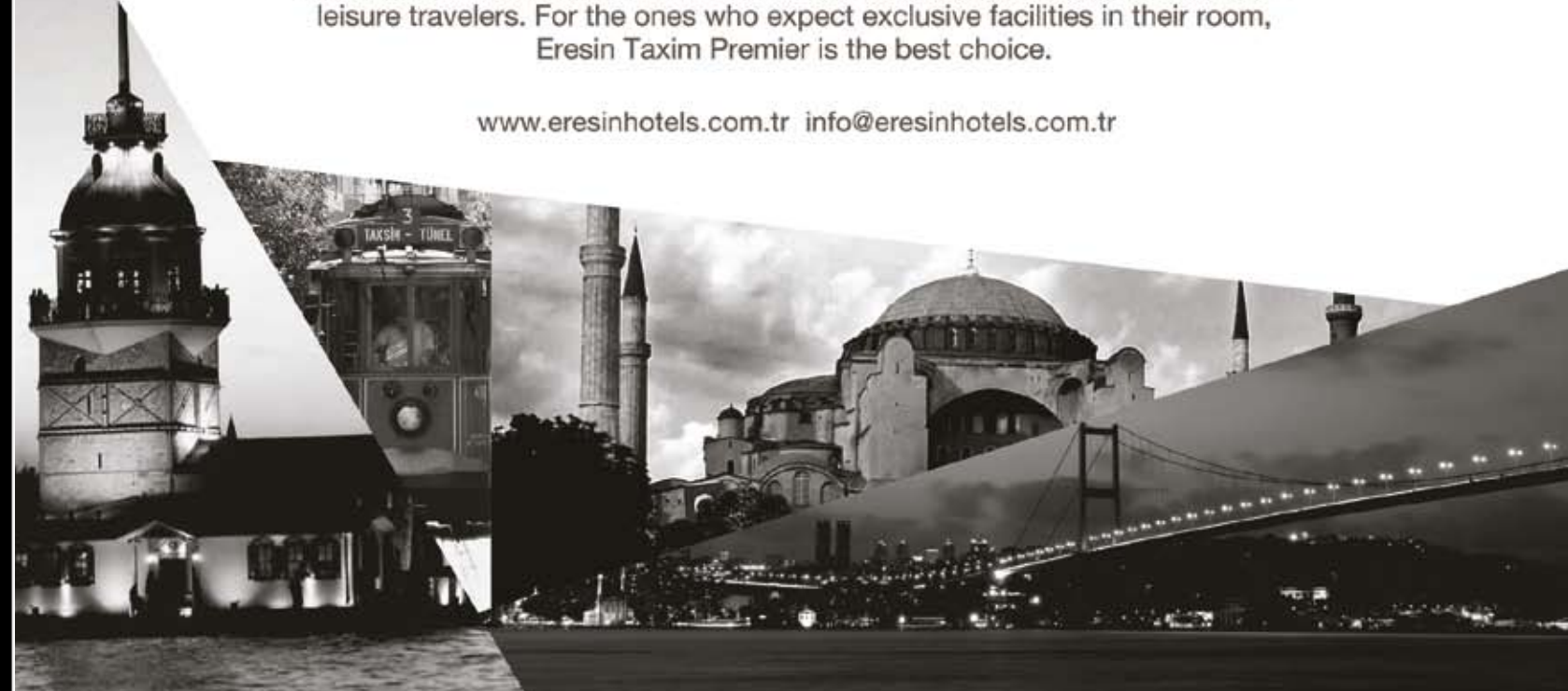
Three Wonders of Istanbul

All located in the centre of the city, Eresin Hotels invite you to explore the ancient Istanbul, shopping, entertainment and business facilities only by walk.

Eresin Crown Hotel The unique museum hotel of Turkey with a cistern, mosaics and extraordinary discoveries dating from Hellenistic, Roman, Byzantine and Ottoman times.

BW Eresin Taxim & Eresin Taxim Premier Next to each other and located in the city centre, both of them are the perfect fit for business and leisure travelers. For the ones who expect exclusive facilities in their room, Eresin Taxim Premier is the best choice.

www.eresinhotels.com.tr info@eresinhotels.com.tr



turizm aktüel

Yıl: 15 • Sayı: 2014 - 2 / Şubat 2014
ISSN: 1301 - 4587

Yayın Merkezi
Kent Turizm Araştırmaları ve Yayıncılık
Yerebatan Cad. No: 43 Hüdaverdi İş Merkezi
K. 3/8 Cağaloğlu İSTANBUL
Tel: +90 212 511 25 61
Fax: +90 212 513 63 59
e-mail: info@turizmaktuel.com
www.turizmaktuel.com

Sahibi ve Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Hasan Arslan

Akademik Turizm Danışmanları

Prof. Dr. Muzaffer Uysal
Virginia Polytechnic University
muzaffer@turizmaktuel.com

Prof. Dr. Ercan Sırakaya
University of South Carolina
ercan@turizmaktuel.com

Projeler Koordinatörü

Dr. Volkan Altıntaş
Rheinische Friedrich-Wilhelms-
University of Bonn
volkan@turizmaktuel.com

Fotoğraf Editörü
Halil Tuncer

Genel Koordinatör
Özcan Mutlu
ozcan@turizmaktuel.com

Yayın Koordinatörü
Hakan Yılmaz
hakanyilmaz@turizmaktuel.com

Yardımcı Editör
Celil G. Basdemir
celil@turizmaktuel.com

Akdeniz Bölge Temsilcisi
Halil Öncü
Güvenlik Mah. 260. Sokak. 9/1
Muratpaşa / Antalya
+ 90 242 335 49 07 • +90 542 437 90 04
halil@turizmaktuel.com

Ege Bölge Temsilcisi
Oya Demir
Mimar Sinan Mah. Şair Eşref
Bulvarı Emlak Kredi Blokları
B Blok No. 102 K. 2 D. 6 Alsancak - İzmir
+ 90 232 463 77 76 • + 90 530 770 38 92
oya@turizmaktuel.com

İngilizce Editörü
Güzin Ayan, Nelin Dükkancı

Baskı, Print
Açılım Ofset

Publication Type: Local Periodical - Monthly Magazine
Yayın Türü: Yerel Süreli Yayın - Aylık Dergi

© Turizm Aktüel Dergisi T.C. yasalarına uygun olarak
yayınlanmaktadır. Dergide yayımlanan yazı, fotoğraf, harita,
ilüstrasyon ve konuların her hakkı saklıdır. İzinsiz kaynak
gösterilerek dahi alınıp yapılamaz.
© Turizm Aktüel, Basın Meslek İlkelerine uymaya söz vermiştir.
ISSN: 1301 - 4587

2014 YILI İSTİKRARA ENDEKSLİ

Turizm Aktüel'in Emitt özel sayısından merhaba...
Sektörün büyük buluşmalarından Emitt Fuarı için
hazırladığımız yeni sayımızla karşınızdayız. Sektörel aktivitelerin
oldukça yoğun olduğu bir dönem yaşıyoruz. Bu aralar baş döndürücü
bir tempoyla özel sayılar hazırlıyoruz. 10 gün önce Hollanda Utrecht
Turizm Fuarı'ndan döndük. Utrecht için hazırladığımız özel sayımızla,
sektörü Hollanda'da temsil ettik, haberlerimiz ve özel dosyalarımızla
Türkiye'nin tanıtımına katkıda bulunduk.
Henüz Hollanda sayımızın mürekkebi kurumadan, şimdi de baş
döndürücü bir tempoyla Emitt Fuarı için özel sayı hazırladık. Türk
turizmi, zor ama heyecanlı bir sezona daha hazırlanıyor. Bu yıl Emitt
özel sayımızın ana konusu, turizm sektöründe yaşanan genel müdür
sirkülasyonu. Konuyu sektör profesyonelleriyle irdeledik. Ortaya,
ilgiyle okuyacağınız bir haber dosyası çıktı. Dosya haberlerimizin
ikincisinde sektör temsilcilerine, "Türk turizminin 2014 yılına yönelik
hedef ve beklentileri neler olmalıdır?" sorusunu yönelttik. Sorumuz,
sektörün 2014 yılından hedef ve beklentilerini açığa çıkardı, Türk
Turizmi'nin 2014 Rotası'nı çizdi.

Emitt özel sayımızda yer alan haber ve röportajlarda, sektörden yeni
portreler tanıyacak, yeni açılan otellerden haberdar olacak, yeni
kent durakları keşfedecek, sektörden en yeni haberleri ayrıntılarıyla
öğreneceksiniz. DaruSultanHotel Genel Müdürü Cem Aksoy'la
yaptığımız röportajda, modern çağda geçmişi yaşatan muhteşem bir
oteli tanıyacak, Efes Restaurant'ın sahibi, Türkiye'nin İngiltere'deki
lezzet elçisi Kazım Akkuş'un başarılarına tanıklık edeceksiniz.
Black Bird kalitesini Yalova'ya taşıyan Black Bird Thermal Hotel &
SPA Hotel'i ve Boğaz'ın yeni incisi The Central Palace Bosphorus'u
tanıyacak, konukseverlikte rakip tanımayan İstanbul Dora Hotel'i
Genel Müdürü Hulusi Çevik'ten dinleyeceksiniz. Sultanahmet'te
butik otelciliğin kitabını yazan White House Hotel'in asla tesadüfi
olmayan başarısının sırrını, otelin genel müdürü Harun Çadırcı'dan
öğreneceğiz.

Bunlar ipuçları. Ayrıntılar, yeni sayımızın sayfalarında. Büyük bir
heyecanla beklediğimiz ITB Berlin Turizm Fuarı için hazırlayacağımız
özel sayımızda buluşmak üzere, şimdilik hoşçakalın.

Hasan Arslan
harslan@turizmaktuel.com



White House Hotel

White House Hotel Istanbul is located in the heart of the historical peninsula and it is within walking distance to Hagia Sophia, Blue Mosque, Topkapı Palace, Archeology Museum, the Basilica Cistern, Grand Bazaar, Spice Bazaar, the Millennium Stone and Byzantine Hippodrome, which are the most important landmarks of the city. White House Hotel Istanbul is the ideal starting place for exploring this Ottoman capital city's endless historical sites, museums, restaurants, clubs and shops.



Alemdar Mah. Çatalçeşme Sok. No:21 Old City - Sultanahmet / İstanbul, Tel: +90 212 526 00 19 Fax: +90 212 526 09 14 E-mail: info@istanbulwhitehouse.com

TITANIC

HOTELS

BERLIN

ISTANBUL

ANTALYA

www.titanic-hotels.com





TÜRKİYE'Yİ DÜNYAYA BU FOTOĞRAFLAR TANITACAK

Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türkiye'yi tanıtmak için hazırladığı yeni strateji kapsamında dünyaca ünlü 4 fotoğrafçıyı Türkiye'ye getirdi.



Dünyaya adını Afgan Kız fotoğrafıyla duyuran Amerikan belgesel fotoğrafçısı Steve McCurry, reklam fotoğrafçılığının 'bir numarası' olarak görülen Mark Edward Harris, sanat elçisi ve başarılı foto muhabiri Hazel Thompson, rock yıldızlarının fotoğrafçısı Robert M. Knight, proje kapsamında Türkiye'de fotoğraf çekimi gerçekleştirdi. Ünlü isimlerin fotoğrafları, 2014'te yurt dışında yürütülecek reklam kampanyalarında kullanılacak. Bakanlık'tan alınan bilgiye göre, Türkiye'de, mevsimin elverişli olduğu bölgelerde çekimler tamamlandı, mevsim koşullarının elverişli olmaması nedeniyle yapılamayan fotoğraf çekimleri ise bahar aylarında devam edecek.

Dünyaca ünlü 4 fotoğrafçının önceki çalışmaları ise şöyle;

Steve McCurry

National Geographic dergisinin kapağında yer alan 'Afgan Kız' adlı fotoğrafıyla dünya çapında ünlenen Amerikalı belgesel fotoğrafçısı Steve McCurry, çekimlerini Pamukkale ve İstanbul'da

gerçekleştirdi. Sayısız ödülü ve basılmış 13 kitabı bulunan McCurry, 40'ın üzerinde uluslararası ödüle sahip.

Mark Edward Harris

Reklam fotoğrafçılığının ustası olarak bilinen Mark Edward Harris, Denizli-Pamukkale, Edirne, Erzurum, Şanlıurfa-Harran, Van, Mardin, Adıyaman, İstanbul, Kapadokya'da sanatını konuşturdu. Siyah beyaz fotoğraf dalında en prestijli ödüllerden biri olan Black and White Spider Awards 2004'te yılın fotoğrafçısı seçilen Harris'in, fotoğraf ve tv yönetmenliği alanında pek çok ödülü bulunuyor. Usta fotoğrafçının 80 ülkede çektiği yüzlerce seyahat ve belgesel fotoğrafları dünyaca ünlü dergi ve gazetelerde yayımlandı.

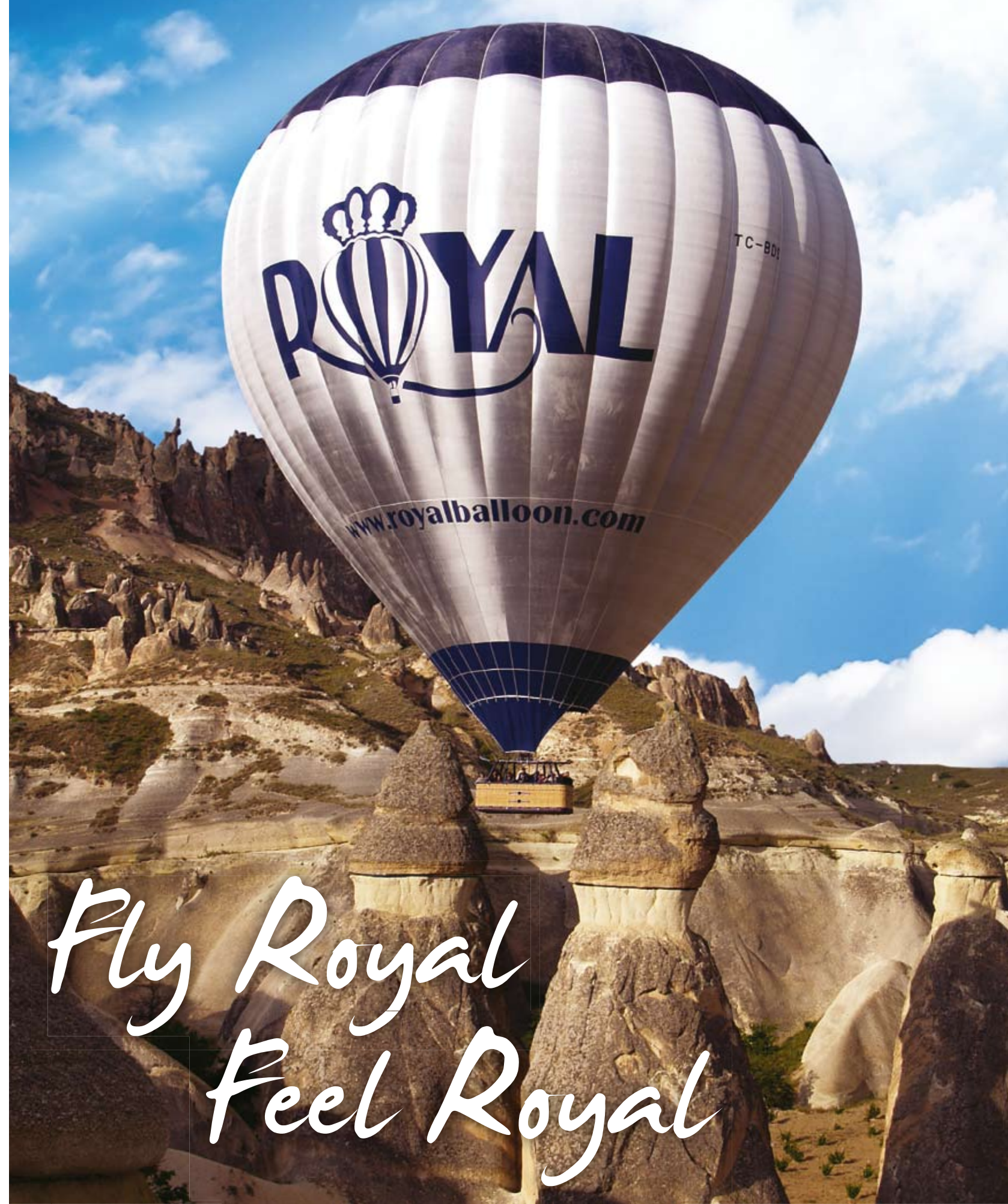
Hazel Thompson

İngiliz Konseyi tarafından sanat elçisi olarak görevlendirilen ve 20'ye yakın prestijli ödüle sahip Hazel Thompson, Amasya, İstanbul-Yerebatan Sarnıcı, Safranbolu, Çorum-Hattuşaş, Sivas-Divriği Ulu Cami,

Trabzon-Sümela Manastırı, Aya Sofya, Antalya-Termessos, Karain, Damlatas, Düden, Manavgat, Kurşunlu, Aspendos, Perge, Side, Kale, Alanya Kalesi, Burdur-Sagalassos'u kareleştirdi. Son on yılda 40'ın üzerinde ülkede The New York Times, Stern Magazine, ABC News, Vogue, Five News, The Sunday Times, Observer Magazine, Le Monde 2 ve Politiken gibi medya organizasyonlarında görev alan İngiliz foto muhabiri, sanat elçisi olarak da Özbekistan, Danimarka ve Vietnam'da görev yaptı.

Robert M. Knight

Led Zeppelin, Eric Clapton, Jeff Beck, Steve Vai, and Carlos Santana gibi Rock yıldızlarını fotoğraflayan Robert M. Knight'in, deklanşöre bastığında bu kez vizöründen gördüğü Çanakkale, İstanbul, İzmir, Kapadokya ve Pamukkale'nin eşsiz güzellikleri oldu. Klasik Rock n' roll stilli arşivi yaratan sanatçı, başarılarla dolu 46 yıllık kariyerinde çok sayıda ünlü sanatçı ve müzik grubunun da fotoğraflarını çekti. Ayrıca reklam ve seyahat fotoğrafçılığı konusunda uzmanlaştı.



*Fly Royal
Feel Royal*

ROYAL
Cappadocia-Türkiye

ROYAL BALON VE HAVACILIK İŞLETMELERİ TURİZM TİC. A.Ş.

Avcılar Mahallesi, Eski Bağ Yolu Sokak, No: 2-2, Göreme / Nevşehir

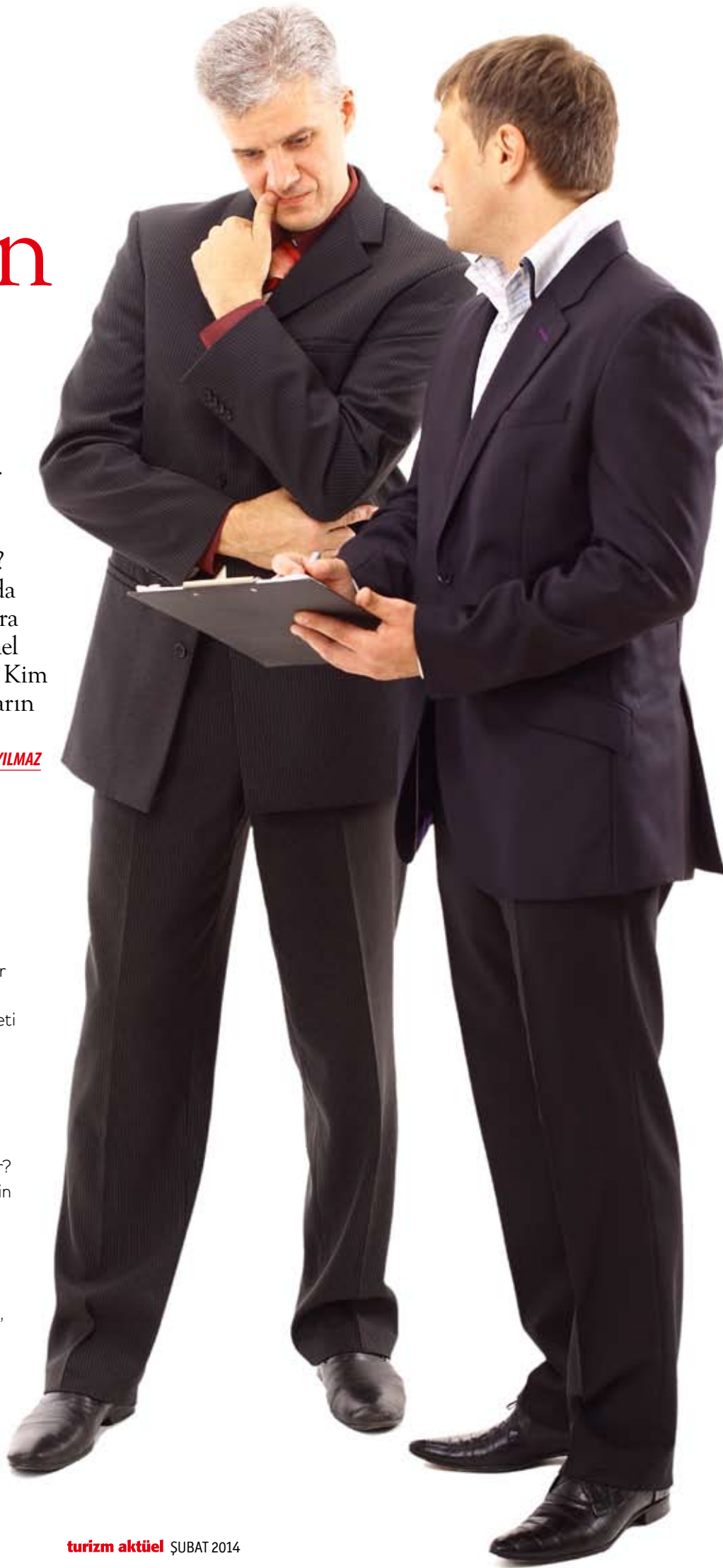
Tel: +90 384 271 33 00 Fax: +90 384 271 33 03

royal@royalballoon.com - www.royalballoon.com

Müdürün patronla imtihanı

Nedeni ne? İstanbul'da neredeyse kişi başına bir otel düşecek kadar çok konaklama tesisi bulunması mı? Yoksa, dediğim dedik patronlar ya da donanımsız müdürler mi? Sorun para mı? Turizm sektöründe yaşanan genel müdür sirkülasyonunun nedeni ne? Kim çözecek bu düğümü? Tüm bu soruların cevaplarını, konunun muhatapları veriyor. Söz önce müdürlerde **HAKAN YILMAZ**

İstanbul'u dinliyorum gözlerin kapalı... Takırtılar, tukurtular, hırıltılar, uğultular, şırıltılar, mırıltılar... Her yer toz duman, halimiz yaman. Evet, İstanbul'un her yeri otel şantiyesiyle dolu. Her köşe başında bir inşaat. Biz de bu kentte turizm yapıyoruz. Yakında neredeyse kişi başına bir otel düşecek. Otel enflasyonunun yaşandığı şehirde, genel müdür sirkülasyonu da fazla oluyor. Bir otele atanan genel müdüre kutlama ziyareti yapmak istiyorsanız, aramadan gitmeyin deriz. Çünkü daha koltuğu ısınmadan, işten çıkmış ya da çıkarılmış olabilir. Çoğu zaman olay gerçekten de bu hızda seyreliyor. Peki bu sağlıklı mı, değil mi? Müdürler neden bir işletmede uzun süre çalışma imkanı bulamıyor? Müdürlerin bu denli sık iş yeri değiştirmelerinin nedeni ne? Patron mu sorun çıkarıyor, müdürler mi tahammülsüz? Amaç suçlu aramak değil elbette. Yalnızca bu çok dikkat çeken konuya farklı bir açıdan yaklaşmak, konuyu olayın taraflarıyla irdeleyip, genel müdür sirkülasyonunun nedenlerini ortaya çıkarmak istedik. Olayın iki tarafı var elbette. Biz bu sayımızda, olayın genel müdürler tarafını inceledik. Patronlara söz hakkı vermeden olmaz tabii ki. Önümüzdeki sayımızda da, genel müdür sirkülasyonu konusunda otel patronlarının neler düşündüğünü öğreneceğiz...



Your new gate to the old times

Ebusuud Cad. NO: 31
Sirkeci / İstanbul
P: +90 212 519 10 19
F: +90 212 519 10 29
www.levnihotel.com
info@levnihotel.com



HOTEL
levni
İstanbul

This luxury hotel has a total of 75 beautifully furnished rooms and suites. The hotel is easy to reach on foot from the train station. Located close to the motorway (2.0 km), the hotel is relatively simple to reach by car. The hotel team at reception is available around the clock, and also offers a wake-up service. Safes are available at reception and in your room to hold your valuables. The hotel provides Internet access in your room or via a wireless connection in public areas. For extra requirements please contact room service. The friendly team at reception will provide you with more information on the hotel's own car rental offer. Standard room facilities include air conditioning, a minibar and a hairdryer. You will find a TV, telephone and a kettle among the facilities in your room. Towels and bathrobes are naturally available for your trip to the sauna. Do you want to book a non-smoking room? Are you travelling with your family and do you need a cot? We will gladly cater for your wishes - please indicate them when booking your room. Every room has its own private bathroom and some have a balcony - please state your preference when booking your room. Enjoy your leisure time in the indoor swimming pool or fitness room. Forget the worries of the day as you enjoy a relaxing massage. All kinds of delicacies are available to savour in the hotel's restaurant, with specialities for vegetarians and diabetics, too. In the evening we will welcome you to the hotel bar. The hotel has its own bistro providing light snacks. The hotel has a cosy wine/beer pub.

Ramada İstanbul Taksim Hotel Genel Müdürü Ali İmdat Uçar: PATRONLUK DA BİR MESLEKTİR



Sık sık yönetici kadrosunu değiştiren işletmelerin büyük bir çoğunluğu, orta veya küçük ölçekli aile şirketleridir. Bu durum, kurumsallaşmamış olmanın bir sonucudur. Aslında yapısal bir sorundur ve sadece otelcilik sektöründe yoğun olarak görülmez. Aynı sorun diğer işletmelerde de yaşanmaktadır. Baba vefat eder ve asırlık çınar yıkılır. Genel tablo budur. Maalesef ülkemizde kurumsal yapısını oturtmuş çok fazla sayıda şirket yoktur. Zaten kurumsallaşan şirketler de bunun meyvesini alır ve büyür. Burada dikkat çeken bir diğer nokta da, müdürlerin patronluk müessesesini bir meslek olarak fark edememesidir.

Çünkü, patronluk da bir meslektir ve öyle kabul edilmesi gerekir. Müdürler, patronların çok titiz hesap yaptıklarını öngörür. Hâlbuki patronlar birbirine benzer. Neredeyse akraba gibidirler. İnce eleyip sık dokumazsa, zaten yatırım yapmaları mümkün değildir. Bu yüzden ince hesap yapmalarını yadırgamamak gerekir. Bunu böyle bilip kabul ederseniz, bu tarz bir yaklaşımı tehlike olarak görmezsiniz.

Ottoman Hotel Park Genel Müdürü Kenan Özkan:

MÜDÜRLER İYİ DONANIMLI OLMALI

Konuyu iki açıdan değerlendirmekte fayda var. Konuya yatırımcı açısından bakarsak: Farklı sektörlerden kazanılan sermayeye sahip yatırımcılar, turizm sektörünün gerektirdiği tecrübe ve vizyona sahip olmadan, gerekli fizibilite ve aksiyon planları oluşturmadan sektöre adım atıyorlar. Yatırımcı, turizm sektöründe güvenip inandığı bir profesyonel ile işbirliği yapmaktan çekinmemelidir. Bu işbirliği, yatırımcıya hedeflerine ulaşmada kolaylık sağlayacaktır. Bunun güzel örnekleri mevcuttur. Konuya yönetici açısından bakarsak: Geçmiş ile günümüzü kıyasladığımızda, bugün otel yöneticisinde aranan niteliklerin farklılaştığını görürüz. Bunun sebebi, sektördeki ürün çeşitliliğinin artmasıdır. Bugünün yöneticileri, satış-pazarlama, finans, insan kaynakları ve teknoloji konularında donanımlı olmak zorundadır. Özellikle Amerika, Avrupa, Asya ve Ortadoğu'daki sektör liderlerinin sistemlerini yakından takip etmelidir. Bulundukları bölgede, rakiplerine göre swot analiz ve benchmarking sistemleriyle stratejiler oluşturmalarıdır. İşletmeciliğin temel unsurları, önce yönetici, sonra da yatırımcı tarafından sağlıklı olarak yaşatılmalıdır. Karşılıklı güven, en önemli unsurdur. Her iki tarafı da bağlayan sözleşme, kesinlikle yapılmalıdır. Hedeflere ulaşabilmek için bütçesiz yola çıkılmaması gerekir. Doğru yatırımcı ve yöneticinin, aynı dil ve vizyonda hedeflerinin örtüşmesi; bağlı bulundukları kurumun yatırımlarının gelişmesine ve sektörün daha istikrarlı büyümesine katkı sağlayacaktır.



Orka Royal Hotel Genel Müdürü Mert Okan:

MÜDÜRLER ÖZGÜR İRADELERİ İLE ÇALIŞAMIYOR

Bu konuyu işletme sahipleri ve otel yöneticileri olarak iki ana başlık altında toplamak gerekir. Türkiye'deki patron profilinin genel hatları az çok bellidir. Bu aslında sadece otelcilik sektörü için değil, tüm sektörler için geçerli bir genellemedir. Patronlar, çok büyük yatırımlar yapmalarına rağmen, oteli turizm profesyoneline teslim edemiyorlar. Aileden yakınlarının yer aldığı bir grup insan, otelin içinde hüküm sürüyor. Yöneticilere set oluyorlar. Yöneticiler verimli çalışmıyor.

Bu müdahale, sadece yöneticiyle sınırlı kalmıyor. Personele de direkt müdahalede bulunuyorlar. Personele köle gibi davranılınca, personel de otelden kaçıyor. Bir süre sonra da, genel müdüre karşı bakış açısı değişiyor. Patron, oteli birinci dereceden yakınına devrediyor. Her patron, otelini Hilton gibi görüyor, yöneticinin özellikle fiyat politikalarına karşı çıkıyor. Patronlar reel davranmıyor. Otellerde bu yüzden doluluk oranları düşük oluyor. Ücretlerin zamanında ödenmesi ve personelin sigortalı olarak çalıştırılması da dâhil her konunun patronun iki dudağı arasında olması, büyük sıkıntı yaratıyor. Olayı bir de yönetici açısından ele alalım: Her idareci farklı bir okul ve ekolden geliyor. Deneyim ve tecrübeleri çok farklı oluyor. Donanımında veya liderlik yeteneğinde eksiklikler olabilir. Bazıları da kilometre doldurmak için bir otelden diğerine geçebiliyor. Başlangıçta kendilerini çok iyi pazarlıyor ama iş icraata gelince başanlı olamıyorlar. Bir yerde resepsiyonist olarak çalışıyor, ancak karşı tarafa kendisini ön büro müdürü olarak lanse ediyor. O donanıma sahip olmadığı için de, başarılı olamıyor.

Faros Sultanahmet Hotel Genel Müdürü Serkan Üstünel:

PATRONLAR KISA VADEDE PARA KAZANMAK İSTİYOR

Hem yönetici, hem de patronlardan kaynaklanan sorunlar var. Yatırımcıların hem hedefleri, hem de beklentileri çok yüksek oluyor. Bu beklentiye karşılayamayan yönetici, kendisini kısa zamanda kapı dışında buluyor. Patronların kısa zamanda yüksek kazanç elde etme arzusu, bu gidişatı körükleyen bir unsur olarak karışımıza çıkıyor.

Mustafa Kılıç:

HEŞAP SORULAN İLK ADRES, MÜDÜRLER OLUYOR

Çok fazla otel açılıyor. Buna karşılık, otellerin fizibilite çalışmaları doğru dürüst yapılmıyor. Kâr-zarar oranları tam manasıyla hesaplanmıyor. Dolayısıyla, otel açılışının ardından yaşanan hayal kırıklığında hesap sorulan ilk adres, tabii ki müdürler oluyor. Yatırımcılar açılışın ardından hemen geri dönüş almak istiyor. Bunun yanı sıra, yatırımcı sektör dışından olduğu için, manevra yapma kabiliyeti de oldukça düşük oluyor.



Asmalı Mescit Mahallesi, Asmalı Mescit Sokak
No: 55, Tepebaşı, Beyoğlu
34430, İstanbul / Turkey
Tel: +90 212 249 51 51 • Fax: +90 212 249 51 93

info@palazzodonizetti.com • www.palazzodonizetti.com

Your Legendary Chateau in Pera...

Palazzo Donizetti Hotel, named after the musician **Giuseppe Donizetti** who lived in **Beyoğlu** in the times of the Ottoman Empire, opens an era for your accommodation rituals in **İstanbul**.

Palazzo Donizetti is a specially designed, boutique hotel near **Istiklal Street**, also suitable for business. The building that was traditionally used as a guesthouse carries footsteps throughout the years, and lives today combining elegance, luxury and comfort. Glorious Italian Carrera marbles, antique Italian Venetian colors, stained glass lighting in addition to high ceilings with classic motifs and golden foils were used in this historical hotel in **İstanbul**.

Palazzo Donizetti's 105 year old antique elevator also presents a nostalgic **Beyoğlu** experience as one of the most important hotels in **Taksim**.





Karnak Turizm Genel Müdürü Erhan Çakay:

BU KADAR OTEL İSTANBUL'A FAZLA

Otellerdeki genel müdür sirkülasyonunun birinci sebebi, çok fazla tesisin açılmasıdır. Çünkü, İstanbul'a gelen turist sayısı değişmiyor. 2012-2013 yılları arasında gelen turist sayısının değişmemesine karşılık, çok sayıda otel açıldı. Otel açan yatırımcılar, sektöre büyük beklentilerle giriyor. Kısa dönemde de geri dönüş bekliyor. Bu kadar yüksek

sayıdaki oteli doldurabilmek için, İstanbul'a 18 milyon turistin gelmesi gerekir. Yoksa bugünkü gibi, arz-talep dengesinde uçurumlar yaşanır. Yatırımcılar, yöneticileri ile işbirliği içinde çalışmalı, onlara zaman ve şans tanınmalıdır. Genel müdürün işlerine müdahale ederek veya onu kısa sürede değiştirerek verim alınmaz.

Momento Hotel Genel Müdürü Arzu Özden:

PATRONLARIN VİZYONU DAR

Bu sorunun %90'ı, patronlardan kaynaklanıyor. Otel düzene sokuncaya ve işler yoluna girinceye kadar müdürlerin maaşları patronların gözüne batmıyor. Ancak daha sonra nedense bu sorun oluyor. Otel sahipleri ile müdürler, genel olarak fikir çatışması yaşıyor. Otel sahipleri bir iki sene içinde işi öğrendiklerini zannediyor ve ardından da müdahaleler başlıyor. Yöneticiler de, sorun yaşadıkları zaman ya da iyi bir teklif aldıklarında işi bırakıyorlar. Toplam 22 yıldır bu sektördeyim; maalesef piyasada 'Müdürüm' diye dolaşan çok insan gördüm. Bu da, işin bir başka yönü.

Ottoman Hotels Genel Müdürü Serdar Balta:

SÖZLEŞME HERKES İÇİN GÜVENCE



En önemli sorun, yatırımcının gerekli vizyona sahip olmamasıdır. Yatırımcının turizm sektörü hakkında gerekli bilgilere sahip olmaması ve başka bir sektörden turizme yatırım yapması, ciddi bir handikap. Yatırımcının yeteri kadar sabırlı olmaması da bir başka sorun olarak karşımıza çıkıyor. Ayrıca, yöneticilere dar bir alanda seçim hakkı tanınıyor. Bence zincir otellerde uygulanan kurallar, tüm

otellerde yaygınlaştırmalı. Bir zincir otel yurt dışından müdür getirdiğinde, her iki tarafı da bağlayan ve çok ağır maddeler içeren bir sözleşme imzalıyor. Dolayısıyla yönetici, gönül rahatlığıyla işini yapabiliyor. Ancak bu tür bir sözleşme, Türk yöneticiler için geçerli değil. Türk yöneticilerin sorun çıktığında ve patron kapıyı gösterdiğinde verdiği tek yanıt 'Eyvallah' oluyor. Aslında bu sözleşme, her iki tarafın birbirine karşılıklı verdiği taahhütleri içeriyor. Bu açıdan da çok önemli. Her iki tarafta da kendisini bu yolla güvenceye alıyor.

Lasagrada Hotel Genel Müdürü Kerem Tataroğlu:



MÜDÜRLER ÖZVERİLİ OLMALI

Bence konunun iki boyutu var. Bunlardan birincisi, yatırımcının müdüre bakış açısı. Diğeri de, müdürlerin aşırı istekleri. Bir işletmede istikrarın sağlanması için yöneticinin orada en az iki yıl çalışması gerekir. Ancak patron verdiği sözleri tutmayınca, müdürlerin de motivasyonu düşüyor. Sonra da başka bir otel arayışlarına giriyor. Müdürler biraz daha özverili olmalı.

Best Western Empire Palace Alihan Akkoç:

SIK PERSONEL VE İŞYERİ DEĞİŞTİRENLER BAŞARILI OLAMAZ

Müdürlerden olağanüstü performans bekleniyor.

Ancak müdürlerin elinde sihirli bir değnek yok. Yatırımcılar, işe aldıkları yöneticinin oteldeki doluluk oranını iki katına çıkacağını zannediyor. Diğer taraftan bazı müdürler de, başka bir otelde daha iyi maaş ve/veya pozisyonda iş bulduklarında hemen çalıştıkları oteli değiştiriyor. Ben, ikisine de karşıyım. Çok eleman değiştiren otel ve çok iş yeri değiştiren personelden asla verim alınmaz. Sürekli personel değiştiren otel için bu durum aslında çok negatif bir durumdur. Maalesef yatırımcılar bunun farkında değil.

Eresin Hotels Genel Müdürü Müberra Eresin:

OTEL SAYISININ FAZLA OLMASI, MÜDÜR SIKINTISI YARATYOR

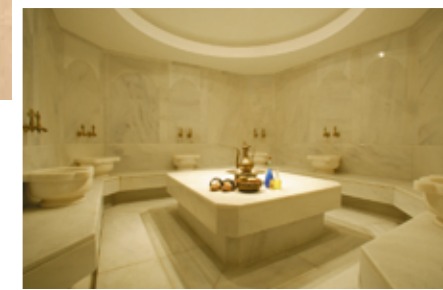
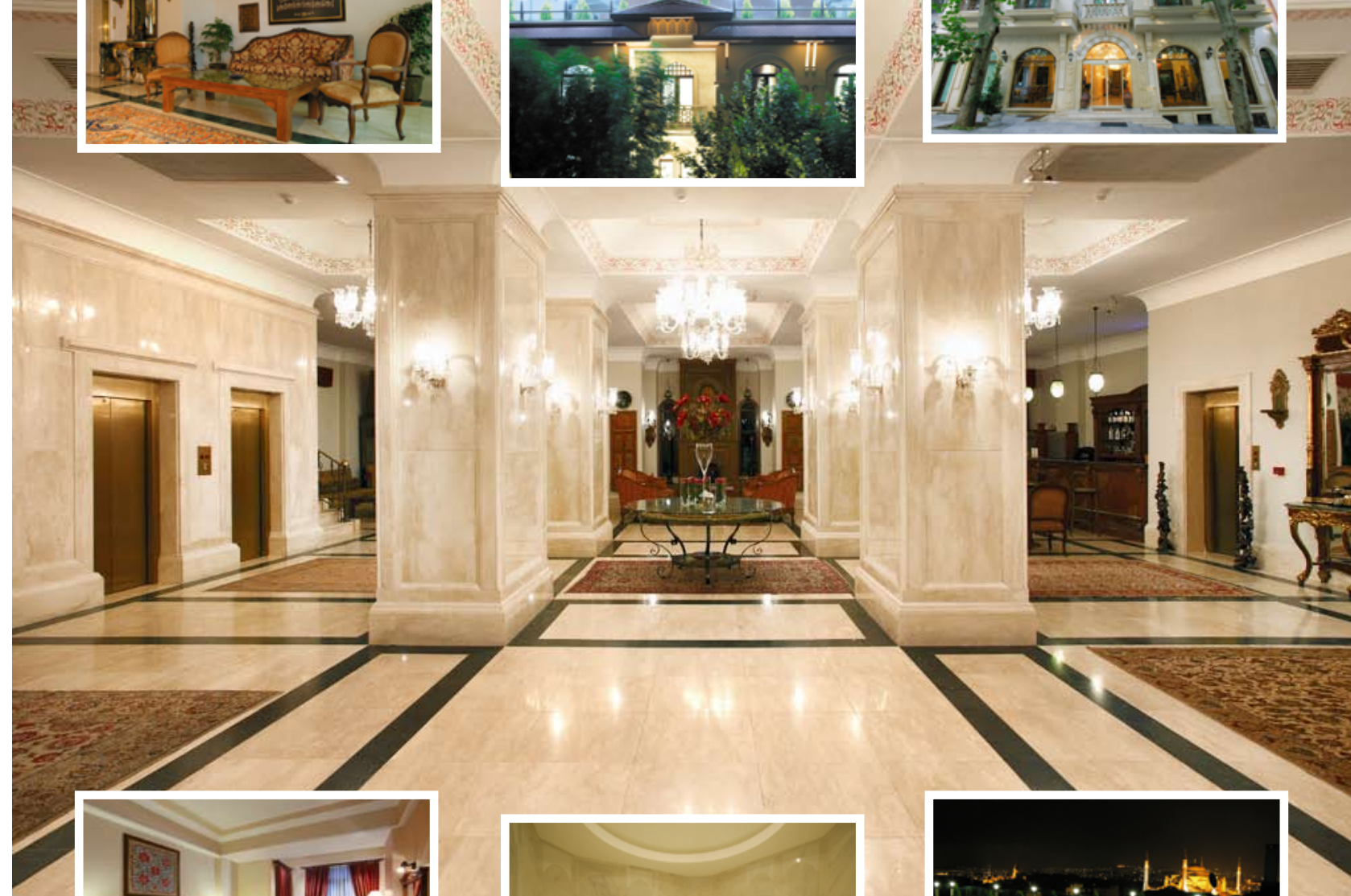


Otel genel müdürlerinin çok sık yer değiştirmesinin temel nedeni, yeni açılan işletmelerdir. Biz bile, İstanbul'da açılan yeni otel sayısını takip etmekte zorluk çekiyoruz. Yeni açılan otellerin sayıları arttıkça, genel müdür ihtiyacı kaçınılmaz oluyor. Yeni açılan işletmeler bu ihtiyacı karşılamak için, genelde başka bir otelin genel müdürüne teklif götürüyor. Sonuçta, yer değiştirmelerin temel nedeni, yeni oteller oluyor. Yeni açılan otellerde zaten açılışı yapan müdür başka, operasyonu devam ettiren müdür başka

oluyor. Ayrıca sektörde çok sayıda tek patronlu otel işletmesi var. Maalesef profesyonel kadroya çok fazla müdahale ediliyor ve günün sonunda karşılıklı beklentiler sağlanmadığı için de, yollar ayrılıyor. Bence ekonomik faktörler, işten ayrılma konusunda genel müdürler için temel neden oluşturmuyor. Yeni açılacak otel sayılarına ve devam eden yatırımlara bakınca -özellikle İstanbul'da- genel müdürlerin oteller arasındaki yer değiştirmeleri daha uzunca bir süre devam edeceğe benziyor.



"A unique boutique Hotel in the center of historical peninsula"



40 Deluxe rooms decorated with high quality Ottoman Empire design fire resistant textiles, Ottoman Empire design wooden furniture and original Ottoman Empire silk "Süzani", Turkish bath – Sauna, Cheminee Bar, Terrace Restaurant with a view of the world famous Sultanahmet-Blue Mosque, Topkapı Palace, Saint Sophia, Golden Horn, Bosphorus, Princes Islands and Marmara Sea, free wireless internet access.

Piyyer Loti Caddesi No 7 Çemberlitaş 34122 Sultanahmet İstanbul, Türkiye

Telefon: +90 212 516 32 32 Faks: +90 212 516 59 95 Web: www.hotelsultanhan.com E-posta: info@hotelsultanhan.com



Leyla Taşkın:

HER ŞEY SATIŞ ODAKLI DÜŞÜNÜLÜYOR

Otel yatırımcıları müdüre rahat çalışma olanağı sağlamıyor. Böyle olunca da, bildiklerinizi unutmak zorunda kalıyorsunuz. Patronlar, satış ağırlıklı bir çalışma tarzı benimsiyor. O nedenle de, iyi otel müdürlerine yol verip, genç ve tecrübesiz satış müdürleriyle çalışmayı tercih ediyorlar. Ancak bu kişilerin de otel yönetimi konusunda bilgileri ve tecrübeleri yok. Böyle olunca da, kısa zamanda başarısız oluyorlar ve kendilerini kapı önünde buluyorlar. Neticede, otelden bazen

isteyerek, bazen de istemeyerek ayrılıyor.

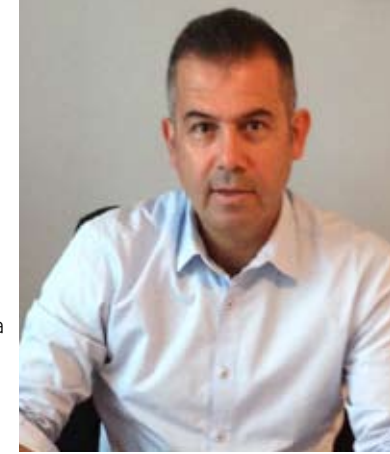
Globalist DMC Genel Müdürü Süleyman Gök:

YÖNETİCİ DE YATIRIMLA AYNI DEĞERDEDİR

Türkiye'deki sermayenin %90'ı, şahıs sermayesidir.

Türkiye'ye gelen turistlerin illere göre dağılımına baktığımızda, çoğunun Antalya'ya veya İstanbul'a geldiğini görürüz. Dolayısıyla yatırımlar da bu iki şehirde yoğunlaşır. 1985 yılından beri, 45 yıllık kredilerle birçok yatırım yapıldı ama

bu işletmelerde kurumsallaşma gerçekleşmedi. Otel yaptıran aile, yönetim kadrosuna aile bireylerini getirip oteli yönetmeye çalışarak, işletmeye büyük zararlar veriyor. Ortadaki yatırımlar da yabana atılacak cinsten değil. Dile kolay, 100 Milyon Dolarlık yatırım yapılıyor. İşe alınan yöneticiye ise, hiç değer verilmiyor. Hâlbuki yöneticiyi de yatırımınızla aynı değerde görüp, fikirlerine değer vermelisiniz. Bence genel müdürlerin sık iş değiştirmesinin bir diğer sebebi de, son yıllarca büyük otel zincirlerinin Türkiye'ye akın etmesidir. Bu zincirler, yüksek maaşlar vererek iyi yöneticileri bünyelerine kattılar. İyi yetişmiş kaliteli personeller de, bu otellerde istihdam edildi. Amerike'da 20 yıl önce, işteki istikrar önemliydi. Şimdi ise, durum tam tersi durumda. Aynı iş yerinde iki yıldan fazla kalan personele beceriksiz gözülle bakılıyor. Üç yıl içinde o iş yerinde ya yükseleceksiniz ya da ayrılacaksınız. Dünyada yeni trend böyle ve bu bizi de etkiliyor.



Klas Hotel Genel Müdürü Hakan Bedir:

OTEL İŞLETMEÇİLİĞİ KURUMSAL DEĞİL

Ne yazık ki bizdeki otel işletmeciliği kurumsal değil. Patronlar, genel müdürleri satış müdürü olarak görüyor ve kararları hep kendisi veriyor. Müdürler ise, bilgi ve birikimlerini uygulamaya sokamıyor ve tabii ki ardından hayal kırıklığına uğruyor. Netice itibarıyla da, bir süre sonra arayış içine giriyorlar.

Volkan Işık:

OTEL YÖNETİMİ PROFESYONEL OLMALI

Otel sahibi ve otel müdürü arasında yaşanan yönetim krizleri sonrasında klasik olarak otel yöneticisinin yeni iş, otel sahibinin de yeni müdür arayışları başlar. Turizm yapısı tam olarak gelişmemiş, gerekli profesyonellik düzeyine ulaşamamış ülkelerde yaşanan tablo, ne yazık ki, böyle. Otel sahibi, çoğu zaman ciddi borç yükü altına girerek yeni otel inşaatına başlıyor. İlk defa böyle bir işe girmenin tedirginliği, heyecanı ve otel sahibi olmanın kendi çevresinde yarattığı statü farkının da etkisiyle, planlanandan fazla açılıyor. İşin başında olaya profesyonel yaklaşan yatırımcının olaya bakış açısı giderek değişiyor. Artık otel onun çocuğu ya da yeni oyuncuğu konumuna geliyor. Dolayısıyla beklentilerinde de değişiklikler oluyor. Otel sahibi için otelin hangi ayda açıldığının, acente anlaşmalarının, online sistemlere kayıtların süresinin hiç bir önemi yoktur. İnşaat sürecinde mimara göre çok önemli ancak profesyonel yöneticiye göre gereksiz bir çok şeye gereksiz ödemeler yapılmış, esas alınması gerekenler alınmamış, yapılmış olması gerekenler yapılmamıştır. Ve beklenen an, gelir. Otel açılır. Yatırdığı parayı en kısa zamanda geri almayı, otel açılır açılmaz otelinin dolmasını ister. Zaman ilerledikçe baskı da artar. Bu süreci iyi idare edemeyen veya kendini iyi ifade edemeyen müdür ya istifasını verir, ya da bu adam bu işi bilmiyor düşüncesi ile otel sahibi tarafından işine son verilir. Bir otel sahibi profesyonel olamayacaksa, otelini profesyonel bir yöneticiye emanet edecek cesareti yoksa, o zaman tesise profesyonel otel yöneticisi yerine satış müdür almalıdır. Böylece profesyonel otel yöneticileri de zor durumda kalmamış olur.



Mina Hotel Genel Müdürü-ÖZBİ Başkanı Ufuk Arslan:

OTELDE BÜTÜN İŞ PATRONDA BİTİYOR

Önceden sektörde kalitesiz personelin varlığından şikayet edildi, şimdiye vizyon sahibi olmayan patronlar var deniyor. Yaz sezonu oteller dolu. Odalar fahiş fiyatlarla satılıyor. Kışa gelindiğinde ise, fiyatlar dibe vuruyor. Otel para kazanamıyor, suçlu da müdür oluyor. Ancak tüm günahı yatırımcılara yüklemek haksızlık olur. İşinin ehli olmayan müdürler de çok bu piyasada. Otelcilikte kurumsallaşmak önemli. Ancak İstanbul'daki otellerin yüzde 90'ı aile şirketi. Otelde olmaması gereken insanlar, otelin içinde cirit atıyor. Ne yazık ki bu şehirde otelcilik, profesyonel anlamda yapılmıyor. Bakkal dükkanı işletir gibi otel işletiyorlar. Patron her konuya müdahale ediyor. Bu da hiyerarşiyi bozuyor. Patron tarafından işe alınan komi, restaurant şefine kafa tutabiliyor. Gece yarısı mutfağa gelip müdahale edebiliyor. Bunun yanı sıra, yatırımcıya kendini kabul ettirmiş çok sayıda yönetici de var. Tabii bir de, herşeyin bir bedeli olduğu gerçeğini de unutmamak lazım. İyi personel istiyorsanız, iyi maaş ödemek zorundasınız. Turist güler yüz, kalite ve hizmet ister. Bunu gerçekleştirecek ise, kaliteli personeldir. Dolayısıyla, bütün iş, patronda bitiyor.



The President Hotel

★★★★★
ISTANBUL

SINCE 1989



Environmentally Friendly Establishment

Turkey's Second, Istanbul's First Green Star Approved Hotel.



Best Western Plus The President Hotel, located in the heart of Istanbul is the choice of people who want to accommodate nested with the historical monuments along with the natural beauties.

Best Western Plus The President Hotel which gives great importance to environment had intended to receive The Green Star Award in 2009 and succeeded in the same year.

Now Best Western Plus The President Hotel has become Turkey's second and Istanbul's first Green Star approved property.

Best Western Plus The President Hotel is proud to be an environment friendly member of hospitality business in addition to her well known unique approach to quality service with guest satisfaction oriented professional staff.

Best Western Plus The President Hotel is ready to wellcome you with 201 comfortable and elegant rooms and meeting rooms suitable to any kind of meeting and conference needs.

Tiyatro Caddesi 25 Beyazıt 34126 Fatih - İstanbul / TURKEY

Tel: +90(212) 516 69 80 (20 Lines) Fax: +90(212) 516 69 98

www.thepresidenthotel.com e-mail: sales@thepresidenthotel.com

OTEL SAHİBİ NE MÜDÜRSÜZ, NE DE MÜDÜRLE

Her sene en az üç genel müdür değiştiren otel sahipleri var bu sektörde. Ne müdürsüz, ne de müdürle yapabiliyorlar. Olmadığı zaman rahatsız, olduğu zaman daha da rahatsız.

Turizm sektöründe herkesin bildiği bir gerçek vardır: Yeni açılan otelde müdürlerin çok büyük bölümü, daha bir yılını doldurmadan ya kendi isteği ile ayrılıyor, ya da otel sahibi tarafından işten çıkartılıyor. Düşünsenize; o kadar emek, zaman, heves bir kenara; bu durum hem otel sahibi, hem otel müdürü, hem de işe yeni ısınmış personel için büyük bir psikolojik çöküntü. Aniden verilen ayrılış kararı, yapılanmaya başlayan otel, sistem, organizasyon, düzen için de ayrı bir kayıp. Bizzat ben biliyorum: Her sene en az üç genel müdür değiştiren otel sahipleri var bu sektörde. Ne müdürsüz, ne de müdürle yapabiliyorlar. Olmadığı zaman rahatsız, olduğu zaman daha da rahatsız. Eksiklik nerede o zaman? Müdürlerde mi yoksa otel sahiplerinde mi? Nedir bunları birbirlerinden uzaklaştıran sebepler? İşte hepsi burada:

→ Karşılıklı verilen sözler tutulmamıştır.

→ Otel sahibi, otel müdürü de dahil olmak üzere personeli geçici sürelerle kullan-sömür- işten çıkar usulü çalıştırmaktadır.
→ Genel Müdür, işe projeden sonra başlamıştır; ardından inşaat bitmiştir; projedeki hatalar zinciri, işletmenin gidişatını etkileyecektir. Belki de otelin statü ve yıldızının düşürülmesi bile söz konusu olacaktır. Bu durumu genel müdür kabullenemeyecektir.
→ Genel Müdür ile otel sahibinin, otelin yapılanması ile ilgili düşünceleri birbirinden tamamen farklıdır. İşletmenin geleceği ile ilgili öngörüler karşılıklı olarak kabul edilememiştir.
→ Otel sahibi; işletmeye çok fazla müdahale ederek otel müdürü ile sert fikir çatışmaları oluşturmakta, idare ve yönetimde çift başlılıklar ortaya çıkmaktadır.
→ Genel Müdür, bu proje için yetersizdir ya da müdür olarak yetersizdir.
→ Otel sahibi veya Genel Müdür, inşaat

esnasında kabul edilemez, hukuk dışı, usulüne uygun olmayan çalışma yapmak üzeredir.
→ Genel Müdürün geriye dönüşsüz ve ileride işletmeyi sıkıntıya sokacak çok bariz bir hatası olmuştur.
→ Otel sahibinin hiç otelcilikle alakası olmayan her konuyu bilen, ahkam kesen (!) arkadaşları devreder. Kendi istek ve çıkarları doğrultusunda, yapılmış çalışmaları baltalarlar.
→ Sağlıklı fizibilite çalışması yapılmamıştır, inşaat bütçesi, giderler inanılmaz artmış önlenemez hale gelmiştir.
→ Genel Müdür, inşaatı görüncü kendine güvenemez, bir süre sonra bırakır.
→ Proje herhangi bir sebepten dolayı uzayacaktır. Sıkıntı oluşmuştur. Karşılıklı ilişkiler gerilir.
→ Otel sahibinin nakitte sıkıntısı söz konusudur. İşletmenin borcu artar
→ Otel müdürü daha iyi şartlarda başka bir iş bulmuştur.



AYKUT BAKAY



leave the rest to us

- 108 rooms, 2 suites and 207 beds
- deva spa
- color restaurant
- terrace cafe & bar
- 5 meeting rooms which 4 of them gets sunlight

Recepaşa Cd. No: 15
34437 Taksim - İstanbul / TURKEY

T: +90 212 238 54 60 • F: +90 212 238 51 51

info@ramadaistanbultaksim.com • www.ramadaistanbultaksim.com



RAMADA
İSTANBUL TAKSİM

→ Otel sahibi başka bir müdür bulmuştur. (akraba müdür, çok yakın tanıdık, aileden) Zaten işi de öğrenmiştir artık (!)

→ Otel sahibi sistemi tamamen değiştirmek ister. Zincir işletmeyi devreden çıkartıp, kendi inisiyatifinde bir işletme oluşturmak istemiştir.

→ Otel sahibi, oteli mevcut müdürün idare edemeyeceğini anlamıştır, elektriksel anlaşmazlıkları vardır.

→ Otelin beyin takımı dediğimiz, satın alma, muhasebe, satış ve pazarlama, ön büro, house keeping, yiyecek içecek müdürleri yetersizdir. Bu durum, direkt olarak Genel Müdürü etkiler.

→ Genel Müdür iş görüşmelerinde tam not aldığı halde, sonradan hiç tahmin edilemeyen bazı özgüven eksiklikleri, davranış hataları ortaya çıkmıştır ya da psikolojisi bozulmuştur.

→ Otel sahibi profesyonel olmayan tanıdık ve akrabalarını otele yerleştirmiştir. Ne iş yaptığı belli olmayan, ortalıkta gezinen insanlarla arada çıkar çatışmaları başlamıştır. Otelin gidişatını ve profesyonelliğini etkileyecek müdahaleler söz konusudur. Genel Müdür dayanamaz.

→ Otel açılmıştır, istenilen satışlar yapılamamıştır, rezervasyonlar istenilen seyrinde gitmemektedir, ileriye yönelik kaygılar başlamıştır.

→ Daha başlar başlamaz, misafir memnuniyetsizliği hat safhadadır.

Genel müdür göreve başlar.

İnşaat devam etmektedir. Manzara korkunçtur. Kimsenin görmek istemeyeceği bir tablo vardır ortada. İnanılmaz bir gürültü, etraf toz duman... Herkes telaş içinde, ne dedikleri anlaşılmayan, birbirine bağırarak bir şeyler söyleyen inşaat işçileri. Keskin bir inşaat kokusu, beton, nem, çimento, harç, mermer tozları... Kaynak yapanlar, demir kesenler... Hilti, balyoz sesleri, insanın beyninin en ücra noktalarına kadar girip, düşünme ve konuşma zorluğu yaşatıp, ben neredeyim, nereye geldim dedirtmekte. Sanki piyasadaki bütün sesli aletlerin hepsi buraya inşaatçılara beraber bağıra bağıra türkü söylemeye gelmişler... Etraftan sarkan borular, kablolar... Ucundan, kenarından, atlaya zıplaya, kalaslarla geçilen karanlık odalar... Basmayın, girmeyin, dokunmayın, açmayın, kapamayın uyarı levhaları... Her yerde üstü başı harç, toz, boya olmuş birileri... Lobinin büyük mermerlerini kamyonlardan bağıra çağıra indiren ustalar... Bu ortamı yaşayan meslektaşlarımız çok iyi bilirler. Manzara aynen böyledir. Eksiği vardır fazlası yoktur. İşte tam bu telaş arasında işi devralan genel müdür; 'Hiç başlamasam mı acaba, nerden



bulaşırım böyle işlere bilmem ki, tozun toprağın, gürültünün ortasına... Niye herkes gibi ben de normal bir iş bulmadım. Off tekrar yeniden başlamak, sıfırdan başlamak, bir yerler kurmak, lanet olsun, bu bir ceza mıdır, işkence midir, önceki işimden ayrılmaya mıydım acaba' diye düşünmektedir. Öte yandan hiç hesaba katılmayan bir duygu vardır ki; insanın kendini gerçekleştirebilmesi, üretebilmesi, yaratabilmesinin sonucundaki mutluluk...

→ Gözlerinizin önünde yavaş yavaş büyüyecek bir bebektir, otel.

→ Sıfırdan bina oluşturmak, bittiğini görmek.

→ Her metrekaresinde bir emeğinin olduğunu düşünmek.

→ Şu kadife kumaşların renklerini, desenlerini ben belirledim diyebilmek.

→ Etrafta dizilmiş, güzel giyinmiş personelin ahengini, düzenini görmek.

→ Yaptığı, oluşturduğu eserin güzelliğini görmek.

→ Otele gelen ilk misafiri selamlamak.

→ Yapılan ilk temizliğin kokusunu hissetmek.

→ Otelin tamamen dolu olduğunu görmek.

→ Misafirlerin memnun olduğunu görmek.

→ Otelin yavaş yavaş para kazanmaya başlaması.

→ Otel sahiplerinin ve personelinin mutlu olması.

→ Otelin isminin yavaş yavaş ağızlarda dolaşması.

→ Başarmış olmanın ilk mutluluğu.

→ Arkasına baktığında, "Evet doğru şeyleri yaptım" diyebilmesi.

→ Bir aşktır otelcilik.

→ Büyük bir hazdır... Bunları düşündüğünde, birden heyecanlanır ve sabırsızdır, yapılacak çok iş vardır. Yol haritası çıkartılıp harekete geçilecektir... Bu andan itibaren zamana karşı yarış başlamıştır. Kendi ofisini bulur ve yerleşir, daha sonra yakınında sekreteri için bir ofis ayarlar. Otelin kuruluş aşamasında, yol haritalarında, sistemin oluşturulmasında ve düzeninde, her genel müdürün farklı stili vardır. 5 yıldızlı uluslararası zincir otellerde kanun gibi yazılmış, otel açılışından itibaren tüm detayların, operasyonların ve standartların yazılı olduğu kalın el kitapları vardır. SOP

(Standards Operational Procedures) Kurallarının dışına çıkmaz. Bu kitapta, personel elbiseleri, odalardaki yazılı matbuatlar, otel içinde kullanılacak tekstil malzemelerinin, perdelerin, yatak örtülerinin kumaşları, yatak çarşafının kaç tel incelikte olduğu, hatta otelde servis edilecek oda servisinin tepsisindeki menaj takımlarının nasıl durması gerektiğine kadar detaylar vardır. Dünyanın her yerinde aynı kalitede, aynı standartta servis sağlanması için bu gereklidir. Genel müdür, bu planı takip eder.

Zincir oteller, bu işin çözümünü bulmuşlar

Sistemi otomatige bağlamışlar. Düşünsenize 6 ayda bir otel açılışı. Eh ne yapacaklar. Bir grup insan otel yapacakları bölgeyi inceleyip bilgi topluyor. 'Burada yapalım oteli, burası uygundur' diye başlıyorlar inşaata. Açılış müdürü ve açılış ekibi binayı kuruyor, sistemi hazırlayıp oteli işletecek müdürü ve ekibine devrediyor. Daha sonra açılış ekibi, farklı bir projede başka bir otelin inşaatına geçiyor. Bazen de esas genel müdür proje aşamasında işe başlar, proje ile beraber çalışır. Otel nasıl planlanmış, hangi departmanlar nerelere konuşlandırılmış, inceler, eksiklikler varsa tamamlar, proje üzerinde detaylandırır. Otelin altyapısı hakkında, belge ve açılış evrakları hakkında bilgi alır, gerekiyorsa devir alır, durumları takip eder. Genel Müdür, daha küçük ölçekli, üç dört yıldızlı otellerde de otel açılmadan 8 - 9 ay önceden, projenin başlamasından hemen sonra göreve başlar. En kötü olanı ise, proje bittiğinde, otel müdürün işe alınmasıdır. Daha önce otel inşaatı deneyimi olmamış insanlar tarafından yaptırılan binada bir dizi hatalar ve eksiklikler yüzünden daha sonra çok sıkıntı yaşanacaktır. Birçok bölüm belki de yıktırılıp yeniden yaptırılacaktır. Otel inşaat projesi, diğer inşaat projelerine benzemez. Binadaki personelin kullanım alanları, misafirlerin gezinme, dinlenme, alışveriş, yeme içme ve yaşama alanları binanın iç ve dış tasarımları yapılırken, konfor ve kullanım kolaylığı gözeterek en ince ayrıntılarına kadar düşünülmelidir.



ELEGANCE, TECHNOLOGY AND COMFORT IS BROUGHT TOGETHER AT LUXURY 5 STAR

LASAGRADA HOTEL ISTANBUL!

LASAGRADA
HOTEL
ISTANBUL

Halaskargazi Caddesi No: 96 Osmanbey | Şişli | İstanbul T: +90 212 373 66 66 F: +90 212 373 66 00 www.lasagradahotel.com

İSTANBUL'UN LEZZET KRALI BAŞARIYA 'DOYMUYOR'

Ali ve Haliç'i açalı beş ay oldu. Haliç'in içinde Ali geçtiği için, oğullarım marka ismini böyle uygun gördüler. Oğullarımın amacı Ali Balıkevi, Ali Steak, Ali Ocakbaşı şeklinde bir marka oluşturmak.

Ali Akkaş'a 'İstanbul'un lezzet kralı' dersek, sanınız itirazı olan çıkmaz. Anadolu'nun sarp topraklarında başlayan, hayatın zorlu yollarında devam eden hikayesiyle Ali Akkaş, sektörün en renkli ve başarılı portrelerinden birini oluşturuyor.

Köşebaşı markasıyla adını dünyaya duyuran Akkaş, şimdi de Ali ve Haliç ile fark yaratıyor. Köklerinden de kopmayan ve doğduğu topraklara olan vefa borcunu çeşitli projelerle ödeyen Akkaş, daha şimdiden kendi müdavimlerini oluşturan Ali ve Haliç'i ve yeni

projelerini Turizm Aktüel'e anlattı. **Ali ve Haliç'i ne zaman hizmete açtınız?** Haliç'i açalı beş ay oldu. Haliç'in içinde Ali geçtiği için oğullarım, benim adımın devam etmesi için böyle uygun gördüler. Oğullarımın amacı Ali Balıkevi, Ali Steak, Ali Ocakbaşı

şeklinde bir marka oluşturmak. Yarın Boğaziçi kenarında güzel bir mekan buluruz. Oraya da balıkçı açabiliriz.

Burayı açarken neyi hedeflediniz?

Bence yakaladık. İstanbul'un en sakin olduğu, hemen herkesin şehir dışında bulunduğu zamanlarda bile doluyuz. Manzaramız güzel, iyi bir hizmet sunuyoruz. Hem göz zevkine, hem de damak tadına hitap ediyoruz.

Karaköy'de restaurant açmak ticari bakımdan riskli değil mi?

Karaköy, birkaç sene içinde Galataport sayesinde çekim merkezi olacak. Kısa bir süre sonra Karaköy'ün de yıldızı parlayacak.

Sizce ocakbaşı kültürü nedir?

Ocakbaşı, uykuluk, çöp şiş, ciğer şiş veya istediğin etin anında hazırlanması demektir. Biz Haliç'le 1950'lerdeki ocakbaşı kültürünü



Haliç'teki Ali Ocakbaşı, 1950'lerdeki ocakbaşı kültürünü yeniden İstanbul'a getirdi

yeniden İstanbul'a getirdik. Burada sipariş aynen eskiden olduğu gibi müşterinin isteği ve talebine göre anında hazırlanıyor. Mesela çiğköfteyi etsiz hazırlıyoruz. Çünkü yabancı misafirlerimizin metabolizması farklı. Onlar rahatsız olabiliyor. Cacı isterseniz bunu anında hazırlıyoruz. Buraya gelen müşteri, ustanın bıçak seslerini duymalı.

Müşteri politikanız nedir?

Biz önemli misafirlerini ağırlamak isteyen müşterilerimize hizmet vermek istiyoruz.

Buraya yerli de yabancı müşteriler de geliyor. Bilmeyenin zaten gelme şansı yok. Burayı bilen geliyor. Hafta sonları çok yoğun oluyoruz. Kapasitemiz 60 kişi ile sınırlı. Daha fazlasını istesek de alamıyoruz.

Haliç'in sipsialleri var mı?

Uykuluk şu an kimse yapmıyor. Yine ciğer hiç kimse yapmıyor. Bunlar bize özel ürünler. Sadece bunlar için gelen müşteriler var mı? Evet var. Haliç tarafında birkaç yer varmış uykuluk yapan. Ancak oralar aile ortamı değil. Bu yüzden buraya geliyorlar. Gelmeden de istedikleri eti söylüyor ve biz de hazırlıyoruz. Bir gün önceden hazırlanmış tek bir ürünümüz bile yok.

Time Dergisi'nden Köşebaşı'na en iyi restoran övgüsü

Dünya standartlarında hizmet kalitesine sahip, ünlü Time dergisinin "İstanbul'daki en iyi kebab restoranı" olarak seçtiği Köşebaşı'nın Laleli Darkhill Hotel' roof'undaki restoranı, diğer restoranlardan özel bir yere sahip. DarkhillHotel'in teras katında bir tarafı tarihi yarımada manzarasına, diğer tarafı ise eşsiz Marmara Denizi'ne bakan Köşebaşı, o lokasyonda açılan ilk ve tek "finedining" restoran olma özelliği taşıyor.

Tatlılar da buna dahil.

Butik çalışıyorsunuz, grup ağırlamıyorsunuz değil mi?

Biz butik hizmet veriyoruz. Özel müşterileri ağırlıyoruz.

Özel tatlılarınız var mı?

Peynirli, dondurmali irmik tatlısı yapıyoruz ki, o da burada anında yapılıyor. Siz sipariş verince tatlıyı anında burada kavurup hazırlıyoruz. Baklavaya da talep var. Onu da menüye dahil edeceğiz. Ancak özel bir yer anıyoruz.

Bu ocakbaşına da şubeler verecek misiniz?

Bizim daha ona zamanımız var. Şu an burada kendimizi kanıtlayıp marka olmamız lazım. Benim kafamda olan 150-200 kişilik değil, 50-60 kişilik ve 8-10 kişi ile dönebilecek bir aile şirketi var. Bu meslekte isim yapmış, belli bir kariyere ulaşmış ve bu işi bilen bir arkadaşına yer açarım. Onu da başına koyabilirim. Onu hissedar yaparız ve ayrılıncaya kadar restoranın ortağı olur. Bir işletme, ekibim sayesinde iyi para kazanıyorsa, ben onları neden hisse sahibi yapmayayım?

Dünyanın dört bir yanında restoranlar açtınız. Hayalinizde canlandığınız bir restoran var mı?

Bugün Mimar Sinan yaşasaydı, ekonomik krizden etkilenir ve köprü, cami yerine kesinlikle bir restoran açardı. Ben, eskiyi yaşatan, geçmiş yüzyılın havasını, kıyafetleri ve yemeklerini yansıtan bir restoran açmak isterim.

Ben Anadolu'da doğdum. Gözümü sarp topraklarda açtım. Çocukluğum öyle geçti. İlkokulu orada bitirdim. İstanbul'da yaşamama rağmen hep Sivas'lıyım derim. Orada yaşayan insanlara katkı sağlamak için, doğduğum köye her ay gidiyorum.

İnsanlar görerek teşvik edilir. Öncelikle kendi bahçeme ceviz ve kiraz ektim. Görenlerin ilgisi arttı. Onlara ceviz ve kiraz ağacı tedarik ettik. İnsanlar bunları topluca ekerse ve ürün almaya başlarsa, ekonomik bir değer olabilir diye düşünüyorum. Son olarak arıcılığa el attım. 5 kovan ile başladım. Bugün 12 kovana çıktık. Buradaki amacım, insanları teşvik etmek. Hiçbir maddi kaygım yok. İlkokulumuzda artık öğrenci yok. Orayı etnografya müzesi haline getirdik. Burada atalarımızın kullandığı tarım aletlerini ve kıyafetleri sergiliyoruz. Oğlum, babasının geçmişini burada rahatlıkla görebilecek. Geçmiş geleceğe taşımak istiyoruz ki, bağlarımız kopmasın.

Bu restoranlar içinde en sevdiğiniz mekan hangisidir?

Levent'teki köşebaşını çok severim. Yazın ise, Reina'daki şube üzerinde titizlikle durduğum bir mekandır.



SIRENE BELEK HOTEL
— ANTALYA TURKEY —

www.sirene.com.tr





Turizmde '3 Yıldız' dönemi

Arazi maliyetlerinin düşük oluşu ve devlet teşvikleri Anadolu'ya üç yıldızlı otel yatırımı yapmayı cazip hale getirdi. Üç yıldızlı otel yatırımları, beş yıldızlılara göre yüzde 50 daha az maliyetli. Yatırımın geri dönüş süresi de yalnızca beş yıl. Bu nedenle, yerli ve yabancı otel zincirleri Anadolu'ya akın ediyor.

Global şirketler her geçen gün daha fazla yaygınlaşırken, kıtalararası ticari ilişkiler, kongre ve etkinlikler de hızla artıyor. Bu gelişmeler, iş amaçlı seyahatlerin sayısını da oldukça arttırıyor. Bunların yanı sıra, havayolu şirketlerinin sefer sayılarını çoğaltması, bilet fiyatlarını düşürmesi ve rotalarına yeni destinasyonlar eklemesi de ortaya dev bir seyahat pazarı çıkmasına neden oldu. Turizm sektöründeki bu dönüşüm, İstanbul, İzmir ve Ankara gibi büyük şehirlerin yanı sıra Anadolu'da da etkilerini gösterdi. Kıyı turizmde yakaladığı başarıyı iş ve şehir turizmine de taşıyan Türkiye'de yatırımcılar artık, İstanbul dışındaki şehirlere odaklanmaya başladı. Anadolu'da sanayi ve ekonominin hızla gelişmesi, konaklama tesislerine olan ihtiyacı arttırdı. Özellikle iş adamlarının Anadolu şehirlerine ziyaretlerinin çoğalması, Anadolu'nun kongre, sağlık, gurme, kültür ve inanç turizmde giderek yükselen başarı imesi, üç yıldızlı otel yatırımlarını hızlandırıyor.

TALEP ARTTI

Ancak yatırımcıların son yıllarda bu kategoriye yönelişlerinin sebepleri bunlarla sınırlı değil. Kısa süreli iş seyahatlerinde daha makul fiyatlardan konaklama ihtiyacı duyan iş adamları da artık tercihlerini, lüksü abartmayan ancak talep edilen kalite ve konforu makul fiyata sunabilen üç yıldızlı otellerden yana kullanıyor. Hal böyle olunca, yatırımcılar da tercihini üç yıldızlı otellerden yana yapıyor. Kısacası, "Neden üç yıldızlı?" sorusunun yanıtı oldukça basit. Beş yıldızlı rakiplerine kıyasla yatırımcılarına daha uygun maliyet bütçesi

çıkararak bu segmentteki oteller, daha uygun oda fiyatlarıyla konaklayanların da tercihi oluyor. Sit alanı, imar sıkıntısı gibi dezavantajlar yaşayan bölgeler üç yıldızlı otellerle kalkınırken, turizm sektörüne girmek isteyen KOBİ'ler için de, Anadolu şehirlerinde devlet teşvikli yeni bir yatırım kapısı aralanmış oluyor. 2023 yılında, 50 milyon turist ve 50 Milyar Dolar turizm geliri hedefleyen Turizm Bakanlığı da, üç yıldızlı yatırımları destekliyor. Türkiye'de turizm sezonunun 12 aya yayılmasını, bunun için de farklı il de konaklama alternatiflerinin çeşitlendirilmesini hedefleyen bakanlık, teşvik paketleriyle Anadolu'nun kapılarını yatırımcılara açıyor. Bu teşvikler meyvelerini vermeye başlamış bile; öyle ki 2013'ün ilk altı aylık döneminde en fazla yükseliş üç yıldızlı oteller segmentinde gerçekleşti. Sadece bu dönemde Türkiye'deki üç yıldızlı otellerin sayısı 719'dan 750'ye yaklaştı.

ANADOLU'YA TEŞVİK

Bu artışta, istikrarlı büyüme, Anadolu şehirlerinin hızla gelişimi ve sanayinin merkezi olmalarının payı büyük. Bunun dışında, en geniş kapsamlı teşviklerin ülkemizde 5'inci ve 6'ncı bölgelere veriliyor olması da, bu bölgelerdeki üç yıldızlı otel yatırımlarını arttırıyor. 2013 yılının ilk yarısında açıklanan rakamlara göre, Anadolu'nun 47 ilinde, 160'ı aşkın proje için 1.8 Milyar TL'lik teşvik sağlandı. Tesislerin sınıf ve türlerine göre yüzde dağılımlarında da üç

yıldızlı oteller yüzde 35.1 ile en yüksek teşvik alan ikinci segment olmayı başardı. Ertürk Yeminli Müşavirlik Genel Müdürü Cüneyt Ertürk de, yatırım teşvik belgesi avantajları nedeniyle 4,5 ve 6'ncı bölgelerde üç yıldızlı otel yatırımlarının artacağını öngörüyor. Ertürk, yatırımcının mevcut yatırım teşvik mevzuatına göre, bir ve iki yıldızlı



otel yatırımlarında bu teşvik tedbirlerinden yararlanamadığını belirtti. İstanbul dışındaki tüm turizm tesisleri, bölgelerine göre bölgesel teşvik tedbirlerinden faydalanma şansına sahip. Türkiye, teşvik sisteminde, ekonomik gelişime göre 6 bölgeye ayrılmış durumda. Her bir bölgede yapılacak turizm tesisleri, farklı teşviklerden faydalanıyor. Bunun yanı sıra, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belirlenen 28 bölge bulunuyor. Bu bölgelerde yapılan yatırımlar Türkiye'nin neresinde olursa

olsun 5'inci Bölge teşviklerinden yararlanma şansına sahip. Teşvik destekleri kapsamında yatırımcılara, yüzde 6 oranından başlayıp, yüzde 99 oranına kadar değişen teşvik imkânları sağlanıyor. Bu teşvikler, yatırım maliyetini ucuzlatma ve işletme döneminde rekabet avantajı sağlama açısından son derece büyük önem taşıyor.

LÜKSLERDEN EKSİKLERİ YOK

Teşvikler ve Anadolu'daki arazi maliyetlerinin düşük olması, yerli ve yabancı yatırımcıların ilgisini çekiyor. Ancak, yatırımcılar için üç yıldızlı otelleri cazip kılan başka etkenler de var. Oda sayısının azlığı ve lüksten uzak altyapı ve donanım sayesinde, bu segmentte yatırımcı daha kısa sürede maliyetini çıkarabiliyor. Bakanlıktan yapılan açıklamaya göre, bir tesisin yatak başı maliyeti, beş yıldızdan üç yıldızla düşünce yüzde 50 oranında azalıyor. Mesela, lüks bir şehir otelinin yatırımı 150-200 Milyon Doları bulurken, yatırımın geri dönüşü için yatırımcının en az 10 yıl beklemesi gerekiyor. Oysa üç yıldızlı bir otelin yatırım miktarı neredeyse beşte birine iniyor; aynı şekilde geri dönüş süresi de beş yıl kısılıyor. İşte bu nedenle yetkililerin önerisi, nüfusu 1 milyonun üstündeki şehirlerde yatırımcıların orta segment olarak adlandırılan üç yıldızlı yatırımlara yönelmesi. Ancak hemen ekleyelim, bir zamanların tek yatak ve bir küçük tuvaletten ibaret olan üç yıldızlı oteller dönemi çoktan geride kaldı. Turizmde bu sınıfın prestijinin yerlerde süründüğü zamanlar mazi oldu. Artık üç yıldızlı otellerin oda sayılarının dışında, lüks olarak adlandırılan beş yıldızlı otellerden eksikleri yok. Hizmet ve servis kalitesi, modern teknoloji, toplantı salonları, restoran ve yemek kalitesiyle, odaların donanımı, hatta dış ve iç mimari tasarımlarıyla bu yatırımlar, konukların talep ettiği tüm konaklama ihtiyaçlarını çok daha makul fiyatlardan sunmayı başarıyor. Şehirlerdeki üç yıldızlı ama kaliteli otellere iş insanlarının da ilgisi her geçen gün artıyor.

Murat ERSOY/ Turizm Yatırımcıları Derneği Başkanı

KALKINMA PLANI YATIRIMLARA YÖN VERECEK

Üç yıldızlı otellerinin özellikle son on yılda Türkiye'de yükselişinin ardında, dünyadaki ticaret hacminin genişlemesi, piyasaya yeni oyuncuların çıkması, yeni ürün ve yeni trend taleplerinin artması gibi sebepler var. Türkiye ekonomisinde özellikle son yıllarda yaşanan istikrarlı gelişme, İstanbul başta olmak üzere, bazı büyük şehirlerimizdeki ekonomik ve kültürel hareketlerin artmasına neden oldu. Yerli ve yabancı zincir oteller, Türkiye ekonomisindeki gelişmenin turizm sektörüne yansımalarını takip ediyor. Hal böyle olunca, başta İstanbul olmak üzere tüm şehirlerimizde otel yatırımlarına talep hızla artıyor. Uygulanan ilave teşvik tedbirleri, özellikle otel imarlı arsa temini ve tahsisle yatırımcıların ilgisi, önümüzdeki yıllarda da artarak devam edecek. Türkiye'de tatil yörelerindeki oteller son derece konforlu dört ve beş yıldızlı otellerden oluştuğu için, üç yıldızlı otel yatırımları bu bölgelerde çok fazla talep görmeyecek. Üç yıldızlı otel yatırımları için büyük şehirlerin daha elverişli olduğunu düşünüyorum. Bu kategoride, yatırım maliyetinin azlığı ve geri dönüşlerinin kısalığı, cazibeyi arttırıyor. Özellikle Güneydoğu sorununun çözülmesiyle beraber, hükümetin Doğu Anadolu şehirleri için kalkınma planını hayata geçirdiğini eklemek isterim. Yatırımcıların üç yıldızlı yatırımları için ekonominin büyüyeceği bölgeleri seçmeleri akıllıca olacak.

Mehmet ÖNKAL / BDO Turizm Danışmanlığı Yöneticisi

İSTANBUL'UN GELİŞEN BÖLGELERİNDE DE 3 YILDIZLI OTELLER YÜKSELECEK

Yatırımcıların üç yıldızlı otellere odaklanmasında bir diğer etken, konaklayanların da artık dört veya beş yıldızlı otellere alternatif arıyor olmaları. Dünyadaki bu dönüşümden, Türkiye de payını alıyor. Toplam pazarın içinde üç yıldızlı otellerin payının önümüzdeki dönemde daha çok yükseldiğine tanık olacağız. Özellikle yatırımda yaklaşık yüzde 15-20, işletmede ise en az yüzde 10 avantaj sağlayan üç yıldızlı oteller, yatırımcının da gözbebeği olacak. Anadolu'nun yanı sıra İstanbul da, bu dönüşümden payını alacak. Özellikle İstanbul'un yeni finans ve ticaret merkezlerinde bu tür yatırımların artacağını öngörüyoruz. Yabancı zincirlerin de üç yıldızlı markalarını getirmek için yarışa girmeleri, bunu kanıtlıyor.

Osman AYIK / TÜROFED Türkiye Otelciler Federasyonu Başkanı

7 BİN KİŞİYE İŞ İMKANI YARATILACAK

Türkiye son üç yılda dünya, Avrupa ve Akdeniz çanağında yaşanan önemli gelişmelerden, bölgesel istikrarsızlıklardan kayıpsız sıyrılmayı başardı. Türk turizmi 2013 yılında da pozitif büyüme rakamlarını yakaladı. Sektörün olumlu gidişatı, teşvikli yatırımların artmasına yol açıyor. Yılın ilk yarısında 161 yatırım projesi için 1.8 Milyar Lira'lık yatırım teşviği alındı. Sektör 131 yeni yatırımla, 30 bin dolayında yeni yatak ve 7 bin dolayında yeni istihdam yaratacak. Komple yeni yatırımı öngören 131 projede, 7 bin 164 kişiye iş imkanı sağlayacak. Kısa bir süre öncesine kadar teşvikler, ağırlıklı olarak beş yıldızlı yatırımlar için alınıyordu. Günümüzde üç ve dört yıldızlı otellerin de tercih edildiğini görmekten son derece memnunuz. Teşvikleri incelediğimizde, üç ve dört yıldızlı otellerin yüzde 36-37'lik oranla ilk sırada olduğunu görüyoruz. Öte yandan, turizmin en kolay ve en ucuz iş imkanı yarattığını da göz önünde bulunduramamızda yarar var. Yapılacak yeni tesislerde yaratılacak iş olanakları açısından en büyük pay, yüzde 36 ile Antalya'nın olacak. Antalya'yı yüzde 16 payla İstanbul izliyor. Diğer yandan en çok iş yaratacak iller arasında Muğla, Hatay, İzmir, Mersin, Kayseri, Kocaeli, Gaziantep ve Yalova da dikkat çekiyor.

Selen ERSÜ / Ever Turizm Yönetim Kurulu Başkanı

10 YILDA, 30 ŞEHİR OTELİ AÇACAĞIZ

Otelcilik sektörüne, 2006 yılında Ankara'daki Mega Residence Hotel ile adım attık. İkinci adımı Wyndham Hotel Group'un dört yıldızlı markası RamadaEncore'un ilk halkasını İzmir'e kazandırarak atıyoruz. Wyndham Hotel Group ile ilk olarak 2012 yılında İzmir'de Ege Park Balçova'nın içindeki 22 katlı binayı otele dönüştürmek için bir araya geldik. Bu markanın en önemli özelliği, 'Select Consept' olması. Bu konseptte, gecelik konaklama ücretleri 70-80 Euro civarında. Konuklara ihtiyaç duydukları her türlü konfor sunuluyor.

Yerli profesyonellerin artık hesabını bilerek iş seyahatlerine çıkıyor olmasının bunda rolü büyük. Özellikle orta sınıf beyaz yakalılar, standardı iyi olan, iyi hizmet alabilecekleri otellerde konaklamayı tercih ediyor. Bu değişimde özellikle üç yıldızlı şehir otellerindeki kalitenin yükselişinin büyük rolü bulunuyor. Bu konseptte kalitenin artışında kuşkusuz yabancı zincirlerin pazara giriş yapmış olmalarının rolü büyük. Accor Grubu'na ait İbis zinciri bu alanda bir ilki oluşturuyor. Aynı şekilde, Hilton ve diğer şirketler de üç yıldızlı markalarıyla Türkiye'de yer alıyor. Bu da, pazarın çitasını yükseltiyor. Bu trendin uygulayıcıları arasında, yerli otel zincirleri de yer alıyor. Aslında bu kategorideki yükselişin en önemli nedeni, "Kaliteli bir otelin mutlaka beş yıldızlı olması gerekiyor" algısının hem tüketici, hem yerli işletmeciler tarafından kınılmış olması.

POTANSİYELİ OLAN ŞEHİRLER

Üç yıldızlı yatırım için en cazip bölgelere gelince... Bu konudaki tetikleyici güç sadece arazi maliyetleri ve teşviklerle sınırlı değil kuşkusuz. Türkiye ekonomisindeki dinamiğin Anadolu şehirlerini de kapsama alanına almasıyla, yetkililer ticari hareketlerin yurdun orta ve doğusuna kaydığını belirtiyor. Başta hava ulaşımı olmak üzere, telekomünikasyon ve altyapının gelişimi, Anadolu'daki turizm yatırımcılarına yeni ufuklar açıyor. Türkiye'de nüfusu 1 milyonu aşan 20 kent bulunuyor. Bunların çoğunda önümüzdeki dönemde üç yıldızlı iş oteli yatırımlarında patlama yaşanması bekleniyor. Ancak, yatırımcıların şehir seçerken tek kriterleri nüfus değil. Bölgenin sanayi ve ekonomideki büyüme gücünü inceleyen yatırımcılar ve global zincirler, devlet teşviklerine ve bunların yaratacağı fırsatlara da odaklanıyor. Üç yıldızlı yatırımlar için en uygun şehirler listesi oldukça kalabalık. Ama, üç yıldızlı yatırımlar için arazi maliyetlerinin çok yüksek olduğu İstanbul, Antalya ve Ankara gibi büyük şehirler çok da rağbet görmüyor. Yakın dönemde bu kategorideki otellerle kalkınacak şehirler listesinde, sanayide de yükselen Diyarbakır, Gaziantep, Kayseri, Manisa ve Mersin gibi şehirler başta geliyor. Kültür turizmi, termal ve sağlık turizmi potansiyeli olan şehirler de bu büyümeden nasibini alıyor. Bu kapsamda Adana, Hatay, Afyonkarahisar, Kütahya, Balıkesir, Bursa, Şanlıurfa, Mardin, Van, Sivas, Konya, Erzurum, Trabzon ve Samsun listede başı çekiyor. Bunlardan GAP'ın en avantajlı ili Şanlıurfa, teşviklerden de en fazla yararlanacak 15 il arasında yer alıyor. Birecik Barajı'nın yapımı sırasında bir bölümü



sular altında kalan Şanlıurfa'nın tarihi kenti Halfeti'nin de teşviklerle birlikte yatırımcıların gözdesi olması bekleniyor. Bölgeye gelen turist sayısı artarken, konaklamada yaşanan sıkıntının yeni tesislerle aşılması bekleniyor. Küçük yatırımcılar bu sıkıntı karşısında, kullanılmayan evleri pansiyona dönüştürmeye başladı. Bakanlık da, gelen turistlerin birkaç gün konaklayabilmeleri için butik pansiyonları işletmeye açacağını müjdesini verdi. Hatta bu pansiyonlarla bölgenin Güneydoğu'nun Bodrum'u olması ve turist sayısının 150 binden 500 bine çıkarılması planlanıyor. Kış turizminde ise, Erzurum ve Kars gibi şehirlerimiz artık tüm dünyadan kayakseverlerin gözdesi olmaya başladı. Buradaki üç yıldızlı otel sayısının da, bölgelerin kış turizmindeki konumuna paralel olarak yükselişe geçmesi bekleniyor. Turizm yatırımlarında bugüne kadar hiç gündemde olmayan illerde de yoğun bir yatırım trafiği yaşanması bekleniyor. Aralarında Tunceli, Şırnak, Kilis, Beyşehir ve Kırşehir'in de olduğu yörelerde birden fazla otel yatırımı devam ediyor. Teşvik bölgesinde yer alan Tunceli, Şırnak, Mardin, Van ve Şanlıurfa da ziyaretçi sayısını ve turizm gelirini son 10 yılda neredeyse yedi kat arttırdı. Bu nedenle bu iller de yatırımcıların listesine eklendi. Açıklamalar, otel yatırımı için alınan teşvik belgelerinde Anadolu'nun payının yüzde 24'ten yüzde 79'a yükseldiği yönünde.

HANGİ OTEL TÜRÜ?

Yerli ve yabancı yatırım gruplarına Türkiye'de gayrimenkul danışmanlığı hizmeti veren Pfd Consulting'in 20 Anadolu şehrinde yaptığı araştırma, hangi ilin, hangi türden otele, ne kadar ihtiyacı olduğunu ortaya koydu. Buna göre, otel zincirleri Anadolu'da ekonomik açıdan gelişmiş ya da gelişmekte olan illere, üç yıldızlı yatırımlarla girmeye hazırlanıyor.

Aynı araştırmanın sonuçlarına göre, Adana, Bursa, Eskişehir Konya, Edirne ve Samsun'un da bulunduğu Anadolu şehirlerinde, otel yatırımlarına acil ihtiyaç var. Çanakkale, Erzincan ve Nevşehir gibi illerde de orta vadede ihtiyacın artacağına dikkat çekiliyor. Muğla ve Isparta ise, potansiyeli değerlendirmeye açık bölgeler olarak öne çıkıyor. Bu konuda yetkililerin yatırımcılara ilk önerisi, otel yatırımlarında, arazi maliyetinin toplam yatırım maliyetinin içinde yüzde 20-30 arasında kalmasını sağlamaları. Bu nedenle özellikle teşvik kapsamında olan ve bedelsiz arazi tahsisı yapılabilen şehirler, yatırımcılar için daha da cazip hale geliyor. Avrupa ve Türkiye'nin büyük şehirlerinde otel yatırımlarının doyuma ulaşması üzerine, yerli yabancı otel yatırımcısı ile işletmecileri de Anadolu'ya akın etmeye başladı. Kıyı bölgelerinden sonra şimdi de Anadolu'daki potansiyel, yerli ve yabancı firmaların ilgisini çekiyor. Ekin Grubu Araştırma Birimi'nin yerli ve yabancı otel işletme zincir ve grupları ile ilgili araştırması da bu gerçeği gözler önüne seriyor. Buna göre, yabancı ve yerli otel işletme zincir ve grupları, Anadolu'nun ticaret ve sanayi kentleriyle kültür ve turizm potansiyeli olan bölgelere yönelmiş durumda. Aynı birimin teşvik belgesine bağlanan turizmle yönelik projelerle ilgili araştırması da otel zincirlerinin Anadolu'ya açılmasının hızlandığını ortaya koyuyor. Araştırmaya göre, aralarında Hilton, Mövenpick, Radisson, Marriott, Accor, Kempinski gibi yabancı; Dedeman, The Marmara, Divan, Anemon, Rixos, Limak gibi yerli işletmelerin bulunduğu grupların, bir süre önce başlattıkları Anadolu'ya yönelme girişimleri hızlanarak sürüyor. Yerli ve yabancı otelcilik firmalarının planlarında, büyük bölümü Anadolu'ya yönelik olan çok sayıda proje bulunduğu belirtiliyor. Bunlardan Ramada markasıyla Türkiye'de bulunan Amerikalı Wyndham Otelleri de, yeni markalarıyla Anadolu'da iş adamlarının tercihi olacak. Grup, üç yıldızlı Days Inn ve dört yıldızlı Tryp markaları için franchise yoluyla büyümeyi planlıyor. Yatırımcı kimliğinden çok işletmecilik kimliğiyle Anadolu'daki faaliyetlerini genişletmeyi hedefleyen diğer gruplar da, A plus markalarının yanı sıra, üç yıldızlı markalarıyla Türkiye pazarna giriş yapıyor.

Love at first sight



2film.com.tr

Leave yourself to the fresh breeze of Kefaluka.

You will feel yourself in fairy tales, in an environment where you will feel lost in the turquoise heaven of the Aegean Sea and the magic luxury of the nature.
"Prefer the difference, experience the difference."

KEFALUKA
R E S O R T

Barış Manço Cad. No:63 Akyarlar - BODRUM
Tel: +90 252 311 03 90 Faks : +90 252 393 87 20
info@kefaluka.com, rezervasyon@kefaluka.com

www.kefaluka.com



Prontotour, Antalya'da düzenlediği acenteler toplantısında 2013 yılında hedeflediği yüzde 25 büyümeye rakamına ulaşarak cirosunu 157 milyon liraya çıkardığını açıkladı.

PRONTOTOUR ACENTELERİ İLE BİR ARAYA GELDİ

Antalya'da acenteleri ile bir araya gelen Prontotour, 2013 yılının değerlendirmesinin ardından 2014 yılının yeni trendlerini açıkladı. Prontotour Yönetim Kurulu Başkanı Ali Onaran, 10 yılda 10 kat büyümeye hedeflediklerini açıkladı.

Geçen sene yurtdışı seyahat sektörünün ilk raporunu açıklayan firma olan Prontotour, bu sene yine 2013 raporunu Acenteler Toplantısı'nda açıkladı. Antalya-Belek'te bulunan Kaya Palazzo Otel'de gerçekleştirilen toplantıda konuşan Prontotour Yönetim Kurulu Başkanı Ali Onaran, 2012'de 125 milyon TL olan cirolarını 2013 yılında 157 milyon TL'ye yükselttiklerini ve daha önce hedef olarak açıkladıkları yüzde 25'lik büyümeye oranına ulaştıklarını belirtti.

ONARAN: HEDEFİ ULAŞTIK

Toplantının açılış konuşmasını yapan Prontotour Yönetim Kurulu Başkanı Onaran, "Zorlu geçen bir yıldan başını ile çıkmanın vermiş olduğu mutluluğu yaşıyoruz. Bu başarıyı elde etmemizi sağlayan başta ekibimiz

ve acentelerimize teşekkürlerimi sunuyorum. 2013 yılı çok stabil bir yıl değildi ama buna rağmen hedeflerimize ulaştık. Geçen yılki toplantımızda yüzde 25 büyümeye hedeflediğimizi açıklamıştık ve bunu ciromuzu 125 milyon TL'den 157 milyon TL'ye çıkartarak gerçekleştirdik" dedi.

ÖZKAR: BÜYÜME HEDEFİMİZ YÜZDE 15

Prontotour Pazarlama Müdürü Sarp Özkar ise 2013 yılını değerlendirerek 2014 yılı hedeflerini açıkladı. "2012 yılında 125 milyon TL olan ciromuzu 157 milyon TL'ye yükselttik ve yüzde 25 artış sağlayarak sene başındaki hedefimizi tutturduk" diyen Pazarlama Müdürü Sarp Özkar, 2014'te yurtdışı tur pazarında büyümeye hedeflerini yüzde 15 olarak belirlediklerini açıkladı.

Prontotour'un düzenlediği toplantıda başarılı olan acentelere teşekkür plaketleri verildi.



ISTANBUL DORA HOTEL! COMFORT, PLEASURE & HOSPITALITY

İSTANBUL
DORA HOTEL



istanbuldora.com

400 METERS TO TAKSİM SQUARE.

ALL ROOMS LUXURY DESIGNED FOR COMFORT, FREE MINIBAR IN THE ROOMS.

FREE SHUTTLE SERVICE TO TAKSİM & OSMANBEY.

MEETING AND ORGANIZATIONS SERVICES WITH THE MODERN EQUIPMENT.

WITH OUR AWARD-WINNING EXECUTIVE CHEF, ISTANBUL DORA RESTAURANT SERVES DIFFERENT KIND OF TASTES.

Boğazın yeni incisi: The Central Palace Bosphorus

Butik otel anlayışını en üst düzeye taşıyan, estetik ve konforu zarafetle bütünleştiren The Central Palace Bosphorus, yalı otel konseptiyle fark yaratıyor.

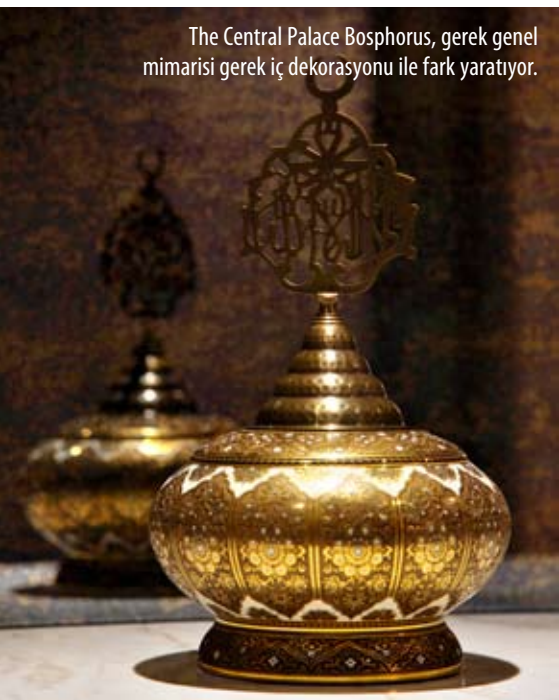


The Central Palace Bosphorus, özgün tarzı ile sağlığa, huzura ve mutluluğa ev sahipliği yapıyor.



İstanbul'un güzelliğine güzellik katan İstanbul Boğazı'nın Tarabya sahilinde yer alıyor.

The Central Palace Bosphorus, gerek genel mimarisi gerek iç dekorasyonu ile fark yaratıyor.



İstanbul Boğazı'nın eşsiz manzarasının size pencereniz kadar yakın olmasını ister misiniz? Peki bir yalıda oturmayı? İstanbul'da size bunları yaşatacak, kendinizi ayrıcalıklı ve çok özel hissettirecek bir otel var: The Central Palace Bosphorus. İstanbul Boğazı'nda 6 ay önce hizmete giren otel, eşsiz bir konaklama deneyimi sunuyor. Eşsiz güzellikteki İstanbul Boğazı, martılar, zamanın tanığı yalılar... Bu büyümlü atmosferi ve daha fazlasını İstanbul'da bulabilirsiniz. Ama daha bitmedi: Böyle bir ambiyans içinde yaşamaya ne dersiniz? Öyleyse size The Central Palace Bosphorus'tan çağrı var: "Sizi, hayatınıza verdiğimiz önemle, kaliteyi ve konforu bir araya getiren otelimizde ağırlamaktan mutluluk duyacağız." "Hayalleriniz sadece The Central Palace'da gerçeğe dönüşür" sloganıyla 6 ay önce hizmete giren The Central Palace

Bosphorus, Boğaz'da yalı keyfini butik otel konforuyla yaşıyor. Çayınızı yudumlarken İstanbul Boğazı'nın mavi sularını ve uçan martıları seyredebileceğiniz, doğanın kucağında yeşilin bütün tonlarını görüp yaşayabileceğiniz tek adres olan The Central Palace Bosphorus, İstanbul'un vazgeçilmezlerinden biri olmayı hedefliyor. İstanbul'un güzelliğine güzellik katan İstanbul Boğazı'nın Tarabya sahilinde yer alan otel, 'The Central Palace' kalitesini, eşsiz boğaz manzarası eşliğinde sunuyor. Butik otel anlayışını en üst düzeye taşıyan, estetik ve konforu zarafetle bütünleştiren The Central Palace Bosphorus, yalı otel konseptiyle fark yaratıyor. Yani, Boğaz'da bir yalınız yoksa üzülmeyin. Aynı keyfi butik otel konforuyla yaşayabileceğiniz, hem bedeninizi hem ruhunuzu dinlendirip kendinizi ayrıcalıklı ve özel hissedebileceğiniz, The Central Palace

Bosphorus var. Osmanlı çinileriyle döşenmiş koridorlar, Anadolu Selçuklu motifleriyle bezenmiş tavanlar, lake mobilyalar, olağanüstü güzellikte mermer ve granit doğal taşlarla donanmış ferah banyolar, nostaljik ferforje somya ve özel olarak hazırlanmış el yapımı naturel yataklar, The Central Palace Bosphorus'un konuklarına sunduğu konforun detaylarını oluşturuyor. Günün koşullarından kaynaklanan stres, yorgunluk ve sağlıksız yaşam şartlarını kapısının dışında bırakan The Central PalaceBosphorus, özgün tarzı ile sağlığa, huzura ve mutluluğa ev sahipliği yapıyor. Boğazın büyüleyici manzarasını bırakıp bakabilirsiniz aynı zamanda ayna olarak kullanacağınız özel çerçevesinde LED TV, WI-FI internet bağlantısı, otelin standart olarak sunduğu hizmetler arasında yer alıyor.

Butik otel anlayışını en üst düzeye taşıyan, estetik ve konforu zarafetle bütünleştiren The Central Palace Bosphorus, yalı otel konseptiyle fark yaratıyor.



TÜRK TURİZMİ'NİN 2014 ROTASI

TÜRK TURİZMİ, ZOR AMA HEYECANLI BİR SEZONA DAHA HAZIRLANIYOR. SEKTÖRÜN ORTAK GÖRÜŞÜ: “2014’TE ÖNCELİKLE, 2013 RAKAMLARININ ÜZERİNE ÇIKMAK GEREKİR” ŞEKLİNDE.

A slında hedef çok daha fazlası ama, şartlar şu an bundan fazlasının gerçekçi bir hedef olmayacağını gösteriyor. Her yıl olduğu gibi yine heyecanla yeni sezonun hazırlıklarına başlayan sektör temsilcilerine, “Türk turizminin 2014 yılına yönelik hedef ve beklentileri neler olmalıdır?” sorusunu yönelttik. Sorumuz, hem sektörün kendisine ayna tutmasını sağladı, hem de hedef ve beklentilerini açığa çıkardı. İşte Türk turizm sektörünün 2014 sezonundan beklentileri...

HASAN ARSLAN





TİMUR BAYINDIR
TUROB BAŞKANI

YÜKSELEN TREND İSTANBUL

2014 yılına ilişkin sağlıklı bir öngöründe bulunabilmek için sektör ile ilgili net verileri baz almak gerekiyor Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yanı sıra yurt dışı fuarlarında tur operatörleriyle yapılan görüşmeler sonucu elde edilen bilgiler, gelecek döneme ilişkin umutlarımızı ve beklentilerimizi arttıyor İstanbul'un küresel turizmde yükselen bir trend olduğunu biliyoruz. İstanbul oldukça başarılı ilerliyor ve çok iyi bir noktaya geldi 2014 yılında da yükseliş sürecektir. Bakanlık ile sektörünün tüm aktörleri, işbirliği içinde olmalıdır



MÜBERRA ERESİN
ERESİN HOTELS GENEL MÜDÜRÜ

KONGRE TURİZMİNİ YÜKSELTMEİYİZ

2014 için yapılan bütçeler, 2013 yılı civarında olacak Öncelikle 2013'ün rakamlarını tutturmayı, sonra da aşmayı hedefliyoruz Kongre sayılarında geçtiğimiz yıllara oranla bir düşüş gözlemliyoruz Öncelikle, bu açığı kapatmaya yönelik çalışmalarımız olacak Ülkemizde gerçekleşecek seçimlerin turizm sektörünü olumsuz etkilememesini diliyorum



UFUK ARSLAN
ÜZBİ BAŞKANI

TURİZM GELİRİ EN AZ 7-8 PUAN ARTACAK

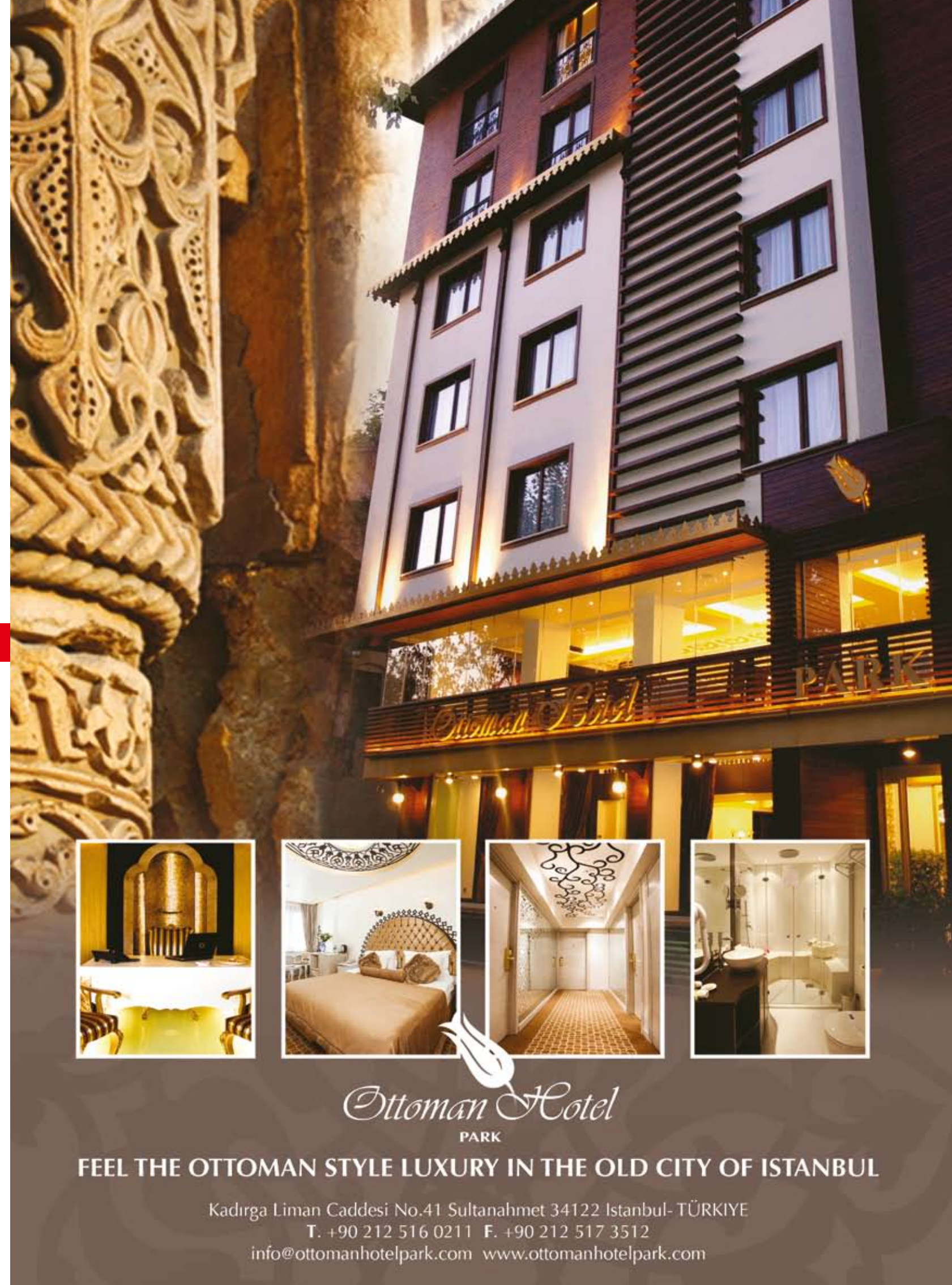
Ülkemizin tartışılmaz bir turizm potansiyeli var Mevcut turizm gelirleri ve ziyaretçi sayıları, yatırımcıları turizm sektörüne çekiyor Ben, sektörün her yıl çapını daha da genişleterek, dünyada söz sahibi konumunu devam ettireceğini düşünüyorum



H TOLGA TOSUN
INDIGO GROUP GENERAL MANAGER

HEDEF EN AZ YÜZDE 10 BÜYÜME

Turizm sektörünün olmazsa olmazı, barış ve istikrardır 2014'te bizi en çok, komşularla ilişkilerimizin olumsuz olması zorlar Barışçıl politikaların sürmesi gerekir Büyüme hedefimiz de en az % 10 olmalıdır



TÜRK TURİZMİ'NİN 2014 ROTASI • TÜRK TURİZMİ'NİN 2014 ROTASI

SERKAN ÜSTÜNOL
FAROS HOTELS SALES & MARKETING MANAGER

ÇOK ÇALIŞIYORUZ, 2014 SEZONU BİZİM

2014 yılının ilk üç ayı, sezonun nasıl geçeceği konusunda ipuçları verecek Bu dönemde sektör için çok önemli olan ulusal ve uluslararası fuarlarda yer alacağız Yeni sezon hazırlıklarımız devam edecek Ben 2014'ün çok güzel bir turizm sezonuna sahne olacağına inanıyorum Çünkü tüm turizmciiler, üzerlerine düşeni yerine getirmek için fazlasıyla çalışıyor



KEREM TATAROĞLU
LASAGRAHA HOTEL GENEL MÜDÜRÜ

2014'ÜN BAŞARISI İÇİN HER ALANDA İSTİKRAR

Turizm, spekülasyon etkilere, toplumsal, çevresel ve doğal etkilere en kısa sürede tepki veren bir harekettir O nedenle ben burada bir kez daha, istikrarın önemini vurgulamak istiyorum Negatif olaylar yaşanmadığı sürece, 2014'te turizm hareketi iyi bir ivme yakalayacaktır Mart ayı ile açılacak olan yeni sezonun iyi fiyatlarla ve artan taleple turizmciilerin yüzünü güldüreceğini düşünüyorum ve tüm turizmciiler iyi bir sezon diliyorum



CEM AKSOY
DARUSULTAN HOTEL GENEL MÜDÜRÜ

FARKIMIZI KALİTEMİZLE GÖSTERMELİYİZ

2014 turizm sezonunun en büyük amacı, Türkiye'nin 2013'te zedelenen marka imajını yükseltmek olacaktır. 2013 yılında yaşadıkları ekonomik krizi, her zamanki gibi fiyat düşüşü ile rekabete dönüştürmeyi planlayan Avrupa ve büyük bir turizm potansiyeli olan Mısır'dan farkımızı, yüksek kalitemiz ve buna bağlı olarak lüks segmentlerimizi ön plana çıkartarak çok rahat aşabileceğimize yürekte inanıyorum



HÜSEYİN GENÇSOY
HRS HEAD OF REGIONAL SALES EUROPE/MIDDLE EAST

İNDİRİM TALEPLERİNE DİRENMEİYİZ

Geçtiğimiz sezon bizim açımızdan oldukça başarılı geçti Şimdi sıra 2014 sezonunda Ben aynı başarıyı tekrar edeceğimize inanıyorum. Burada bir de, dış piyasadan gelen fiyat indirimi taleplerine dikkat çekmek istiyorum Ne yazık ki her zaman, verdiğiniz hizmetin karşılığını alamıyorsunuz. Sattığınız kaliteli hizmetin karşılığı, yüksek fiyat olmalıdır. Antalya bölgesi bunu hakkıyla yerine getirebiliyor İstanbul piyasasında bazen, verilen kaliteli hizmete karşılık, hak edilmeyen düşük fiyatların talep edildiğini gözlemliyoruz



Ottoman Hotel
PARK

FEEL THE OTTOMAN STYLE LUXURY IN THE OLD CITY OF ISTANBUL

Kadıköy Liman Caddesi No.41 Sultanahmet 34122 İstanbul- TÜRKİYE

T. +90 212 516 0211 F. +90 212 517 3512

info@ottomanhotelpark.com www.ottomanhotelpark.com



ENİS AKCAN

SULTANHAN HOTEL GENEL MÜDÜRÜ

YENİ PAZARLARA YÖNELMELİYİZ

Her yıl olduğu gibi bu yıl da sektörün başarısı, dünya üzerindeki barış ve refah ortamının sağlanmasına bağlı Turizmciler olarak, iyi dilek ve umutlarımızı koruyoruz. 2014'te kıyı turizmini Rusya, İstanbul turizmini Ortadoğu ve İran bağımlılığından çıkararak, başka pazarlara yönelmeliyiz. Türk Turizmi'nin geleceği olarak gördüğüm kongre turizmini canlandırmalı ve ülke olarak yıllık alınan kongre sayısının arttırılmasına yönelik çalışmalar yapmalıyız.



ZEYNEL BOZKURT

SULTAN HOUSE GENEL MÜDÜRÜ

TEMKİNLİ OLMALIYIZ

Geçtiğimiz yıl küresel turizmi etkileyen olumsuz etmenler, bu yıl da tam anlamıyla ortadan kalkmadı. Tüm bunlara her gün envantere eklenen yeni yatak sayılarını da ilave edersek, 2014'te oldukça temkinli olunmalı ve ayakları yere basan pazarlama politikaları izlenmelidir.



GÜREL AYDIN

SHAHA HOTELS YÖNETİM KURULU BAŞKANI

TÜRK TURİZMİ BÜYÜMEYE DEVAM EDECEK

Türk turizmi, olağanüstü bir durum olmadığı sürece 2014 yılında da, dağdan aşağıya atılan bir kartopu gibi büyümeye devam edecek. Ben öncelikle, Türk turizmi için bir kriz konseyi oluşturulması gerektiğini düşünüyorum. Bu kriz konseyi, olası kötü durumlar için önceden strateji planlamalı. Aksi takdirde Gezi olaylarında yaşandığı gibi, darmadağın bir görüntü ortaya çıkıyor. Krizler iyi yönetilemediği için de, sektör ciddi kar kaybı uğruyor. Türk turizminin 2014'te de yeni sayısal başarılar elde edeceğinden kuşku yok.



UMUT DÜLGER

ALAN PDM KURUCU ORTAĞI

UZUN VADELİ POLİTİKALAR GELİŞTİRMELİ

Geçtiğimiz yıl yaşanan Gezi Parkı olayları, İstanbul'un yurt dışındaki imajını zarara uğrattı. İyi harcama yapan kongre turistinin dikkatini yeniden İstanbul'a çekmeliyiz. Hedef odaklı tanıtım ve pazarlama yapmalıyız. Yıllardır uygulanan kısa dönemli politikaların sektörü geleceğe taşıyamayacağı ortada. Bundan sonra, uzun vadeli turizm politikaları geliştirmeli, sosyal medyayı, arama motorlarını, potansiyel misafirlerin seyahat ederken neleri planladıklarını dikkate almalıyız. Klasik Türk misafirperverliğinden fazlasını vaat eden söylemler oluşturmalıyız.

ELİTE İLANI

TÜRK TURİZMİ'NİN 2014 ROTASI • TÜRK TURİZMİ'NİN 2014 ROTASI

VOLKAN ÇAVUŞOĞLU

AKKANAT HOLDİNG SATIŞ VE PAZARLAMA DİREKTÖRÜ

TÜRKİYE ARTIK TURİZMİN EN ÖNEMLİ KÜRESEL AKTÖRLERİNDEN BİRİ

Türk turizmi, sağlam temellere oturdu. Bence imaj sorunumuzu da aştık. Türkiye artık yurtdışında, güvenlik algısı yüksek bir destinasyon olarak tanınıyor. Öncelikle, rehavete kapılmadan çalışmaya devam etmeliyiz. Çünkü rakipler boş durmuyor. Yurtdışındaki tanıtım çalışmalarını da ihmal etmemeliyiz. 2014 yılının 2013'ten daha iyi geçeceğini düşünüyorum. Türkiye artık turizmin en önemli küresel aktörlerinden biri. Bu, böyle devam edecek.



HALUK OTÇU

EUROSTARS HOTEL OLD CITY GENEL MÜDÜRÜ

2014'TE BÜYÜME BEKLİYORUZ

Çok önemli siyasi gerginlikler olmadığı sürece 2014 yılında, 2013 yılına oranla % 2 ile % 4 arasında bir büyüme gerçekleşeceğini düşünüyorum. Türkiye'deki turizm yatırımlarının oranında bir azalma olacağını da zannetmiyorum. Beklenmeyen ekonomik sorunlar yaşanırsa ki umarım yaşanmaz, bu tabii hem turizm yatırımlarını, hem de tüm ekonomik faaliyetleri etkiler. Ama ben artık turizm sektörünün daha sağlam bir altyapı oluşturduğunu düşünüyorum. O nedenle de, 2014 yılında büyüme kaydedeceğine inanıyorum.



NİLGÜN ÖZTÜRKMEN

GOLDEN CROWN HOTEL GENEL MÜDÜRÜ

2014 YILINDAN ÇOK UMUTLUYUM

2013 yılında Türkiye, dünya turizm pazarında ilk 10 arasına girmeyi başardı. Avrupa'daki bazı ülkelerin ekonomik krizde olması bizim rekabet gücümüzü azalttı ama, İstanbul marka olmaya devam etti. Bunlar önemli başarılar. Ortadoğu'daki gerilim ve Avrupa'daki ekonomik krizin etkileri azalırsa, Türkiye 2014 yılında turizm hedefini daha iyi yerlere taşıyabilir.



ALİ ÖZTÜRKMEN

SUNLIGHT HOTEL GENEL MÜDÜRÜ

UMUTLARIMIZI KORUYORUZ

Geride kalan tüm olumsuzluklara inat 2014 yılının, sektör için iyi gelişmelere sahne olacağına inanıyorum. Rakamsal olarak herhangi bir geriye gidişin olmayacağını düşünüyorum. Önümüzdeki yıl, anlık gelişmelerin çok önem kazanacağı bir yıl olacak.



**FİKRET UZUN****SANTA OTTOMAN HOTEL GENEL MÜDÜRÜ**

SEKTÖR, TÜM SORUNLARI AŞACAK GÜÇTE

İstanbul turizmi, 2005 yılından 2012 yılı sonuna kadar düzenli bir gelişim ivmesi kaydetti 2013 yılında bazı sorunlar yaşandı ama yine de, yıl sonu rakamları artışı gösterdi ve yüzümüzü güldürdü Turizm, bıçak sırtında bir sektör Risklere oldukça açık Ama Türk turizminin seçkin temsilcilerinin ortak çabası ve katkılarıyla sorunların çözüleceğine inanıyorum İşletme bazında işlerimizi, mesleğimizin gerektirdiği hassasiyet, ilgi, mücadele azmi, sevgi ve saygı ile sürdürmeye devam edeceğiz

**MERT OKAN****ORKA ROYAL HOTEL GENEL MÜDÜRÜ**

2014 ZOR BİR YIL OLABİLİR

Farklı ve zengin turizm ürünlerinin uygun fiyata satın alınabileceği bir destinasyon olan ülkemiz, bu özelliğiyle dünyanın cazibe merkezi konumuna yükseldi 2014 yılı, ekonomik ve siyasi anlamda dünyada 2013'e göre daha zor geçecek Bölgede Suriye, Mısır, Tunus ve Türkiye'nin arasında gelişebilecek olumsuzluklar, tüm ülkeyi ve tabii ki turizmi de olumsuz etkiler İç bölgelere göre farklılık gösterse de, gelen turist sayısı ve gelirde % 3-5 oranında azalma yaşanacağını düşünüyorum

**SERDAR BALTA****OTTOMAN HOTELS GENEL MÜDÜRÜ**

HEDEF, İSTİKRAR VE SÜREKLİLİK

2014 yılında öncelikle, 2012'nin rakamlarını geçmeyi hedeflemeliyiz İstikrarı ve sürekliliği sağlamalıyız, kişi başı ortalama harcamayı yükseltmeye konsantre olmalıyız, ürün kalite ve çeşitliliğini arttırmalıyız Farklı ve yeni pazarlara yönelmeliyiz ve tanıtım bütçemizi arttırmalıyız Online tanıtıma önem verip, ciddi bir bütçe ayırmalıyız Tüm bu hedefler doğrultusunda güçlü ve huzurlu bir Türkiye, her potansiyel ziyaretçi için vazgeçilmez bir destinasyon olacaktır

**ALİHAN AKKOÇ****BW AMBER HOTEL GENEL MÜDÜRÜ**

2014'TEN BEKLENTİMİZ YÜKSEK

Avrupa'daki ekonomik kriz bizim için 2 yönlü dezavantaj oluşturabilir Birincisi, Avrupalı'nın kriz nedeniyle tatile çıkmaması, ikincisi ise, turizmdeki rakiplerimiz İspanya ve Yunanistan'ın fiyat düşürme politikaları Arap Baharı sonrası Ortadoğu ülkelerinde hüküm süren belirsizlik, Suriye ve Mısır'da yaşanan olaylar turizm sektörü açısından olumsuzluklar yaratabilir



OTEL ODASI MOBİLYALARI

Stoktan Hemen Teslim

Wenge cilalı, doğal ahşap



Yatakbaşı, Elbise Dolabı, Komodin, Tuvalet / Çalışma Masası, Valizlik, Sehpa
Oda, Banyo Kapıları

Ekonomik Fiyat, Uygun Ödeme, Montaj Dahil

Diğer modeller ve detaylı bilgi için

0212 **771 3366** - 0212 **771 3047**

demo@demodek.com

TÜRK TURİZMİ'NİN 2014 ROTASI • TÜRK TURİZMİ'NİN 2014 ROTASI

ŞENOL ÖZTÜRK**ERBİL HOTEL GENEL MÜDÜRÜ**

ÜLKEMİZ TÜM DÜNYANIN GÖZBEBEĞİ

Dünyanın ekonomik ve sosyolojik olarak parlayan yıldızı olan Türkiye, turizm açısından da cazibe merkezi olma özelliğini koruyor Bizim bu günden yapmamız gereken, yarını planlamaktır Ülkemiz, coğrafi konumu, güvenilirliği, 30 yıllık tecrübesi ve hizmet kalitesiyle dünya turizminin gözbebeğidir Cumhuriyetimiz'in 100'üncü yılında 50 Milyar Dolar turizm geliri hedefi, hayal değil, gerçekçi bir hedeftir

**ARZU ÖZDEN****MOMENTO HOTEL GENEL MÜDÜRÜ**

HEDEF DAİMA DAHA DA İYİSİ

Geçmiş yıllarda olduğu gibi, 2014'te de belli hedefler doğrultusunda Türk turizmini hep daha iyi yerlere taşımalıyız Daha fazla tanıtım, daha fazla reklam, iyi bir pazarlama stratejisi, yüksek kalitede hizmet, öncelikli görevimiz olmalıdır Bütün bunların birleşiminde zaten Türk turizmi hep ileriye doğru yol alacaktır

**HAKAN BEDİR****KLAS HOTEL GENEL MÜDÜRÜ**

DOĞRU FİYAT POLİTİKASI ÇOK ÖNEMLİ

Öncelikle, dünya ülkelerini etkileyen mevcut kriz dikkate alınarak, fiyat politikaları doğru yapılandırılmalıdır Nitelikli turist sayısının ve turizm gelirinin artırılması için alternatif turizm planları oluşturulmalı, mevcut turist profili doğrultusunda, doğru ürün ve paketler sunulmalıdır Siz bu kadar doğruyu bir arada sunarsanız, zaten her şey yolunda gider

**ERDAL ÇELİK****PGS WORLD PALACE GENEL MÜDÜRÜ**

GEÇEN SEZONDAN DAHA İYİ BİR SEZON YAŞADIK

Geçtiğimiz yıl çok güzel bir sezon geçirdik 2014 yılında, geçtiğimiz yıla oranla sayıca en az bir milyon turist artışı yaşarız Çünkü son 20 yıldır düzenli olarak bir önceki yıla göre yaklaşık bir milyon artış yaşıyoruz Ben burada, turizmin yaşam pınarı olan barış konusuna vurgu yapmak istiyorum 2014'te kavga, gürültü ve güvensizlik olmazsa, denizlerimiz kirlenmezse, turizm her zaman yolunu bulur Çünkü, Türkiye'de iyi bir turizm altyapısı oluştu Ben 2014'te bir olumsuzluk yaşanacağını düşünmüyorum



WTC VE KÖSEZADE TURİZM KIBRIS'I TANITACAK



DemSa Holding Yönetim Kurulu Başkanı Demet Sabancı Çetindoğan'ın turizm kanalı World Travel Channel Kösezade Turizm ile işbirliği halinde Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'ni dünyaya tanıtacak.



DemSa Holding Yönetim Kurulu Başkanı Demet Sabancı Çetindoğan



MediaSa Başkan Yardımcısı Bülent Gençtürk

DemSa bünyesindeki WTC ve Tatilsa ile Kösezade Turizm arasındaki işbirliği GİRNE'deki Merit Park Otel'de gerçekleştirilen toplantıda açıklandı. Toplantıda konuşan DemSa Holding Yönetim Kurulu Başkanı Demet Sabancı Çetindoğan, "Kuzey Kıbrıs'ı dünyaya tanıtmak için ezberleri bozarak World Travel Channel ile 'Kıbrıs Klasığı'nı dünyaya sunacağız. TatilSa ve Kösezade işbirliğinde pazarlamada yeni düşüncelerle hareket edeceğiz. Tatil televizyonundaki gücümüzü Kuzey Kıbrıs turizmi için kullanacağız" dedi.

"Hızlı gitmek istiyorsan yalnız git, uzağa gitmek istiyorsan birlikte git" şeklindeki Afrika atasözünü hatırlatan Çetindoğan konuşmasını şöyle sürdürdü: "Biz WTC'deki televizyon gücümüzü TatilSa'daki satış gücümüzü paylaşmak için buradayız. Kuzey Kıbrıs'ın tanıtımı ve potansiyelini sunmak için çağdaş pazarlama yöntemi ile yeni bir Kıbrıs yaratılabilir. Yeni fırsatlar ve yeni projeksiyona ihtiyaç var. Doğru, hızlı bilgi ve veri akışı ile bunu sağlamak zorundayız. Devlet ile yerel yönetimler bu çalışmanın içinde yer almalıdır. Erişilebilir hizmet üretmek ülkeye kazanç yaratmalıdır."

Gücümüzü Kıbrıs için kullanacağız

MediaSa Başkan Yardımcısı Bülent Gençtürk televizyon reklamlarının tüketici üzerindeki etkili olduğunu ve reklam verenlerin tematik kanalları tercih ettiğini belirterek "İşbirliği ile elimizdeki gücü Kuzey Kıbrıs'ın tanıtımı için kullanmayı planladık" dedi.

Kösezade Turizm'in Başkanı Andaç Günay ise Demsa ile işbirliğini esas olarak ticari kaygıları önde tutarak yapmadıklarını vurguladıktan sonra şunları söyledi: "Temel amacımız Kıbrıs'ı tanıtmak. Bunu yaparken WTC yönetiminin gücü ve marka bilinirliğini arkamıza alacağız. Bunu otelcilerin katkılarıyla gerçekleştireceğiz. Ancak bu noktada otelcilere son derece uygun fiyatlar sunup, üstelik bunu da ceplerinden para çıkartmadan yapacağız. Çalışmamız bir anlamda barter gibi olacak. Otelier tanıtımları karşılığı para yerine oda verecek biz de bu odaları pazarlayacağız. Böylece, Kuzey Kıbrıs'ın turizmde WTC ile dünyaya daha iyi açılacağına inanıyorum."

WTC ve Kösezade arasında Kıbrıs'ı tanıtmak için yapılan işbirliği toplantısına DemSa Holding Yönetim Kurulu Başkanı Demet Sabancı Çetindoğan, Kösezade Turizm'in Başkanı Andaç Günay, Kıbrıs Türk Turizm ve Seyahat Acenteleri Birliği- KITSAB Başkanı Orhan Tolun, KITSAB eski başkanı Örnek Turizm'in sahibi Özbek Dedekorkut ile çok sayıda otel yöneticisi katıldı.

Ottoman Hotel®
IMPERIAL



WORLD LUXURY HOTEL AWARDS

WELCOME TO OTTOMAN HOTEL IMPERIAL ISTANBUL.
TRADITIONAL TURKISH HOSPITALITY, COMFORT,
ELEGANT PREMIUM SERVICE, AN UNBEATABLE VIEW OF
HAGIA SOPHIA MUSEUM AND SULTANAHMET SQUARE AND
A BLEND OF OTTOMAN AND PALACE CUISINE IS WHAT YOU WILL
EXPERIENCE AT OTTOMAN HOTEL IMPERIAL.



HAGIA SOPHIA MUSEUM



for an unforgettable experience in the heart of Istanbul

www.minahotel.com.tr

Mina Hotel
 Sultanahmet - İstanbul



Piyerloti Cad. Dostlukyurdu Sok.
 No: 6 Sultanahmet - İstanbul
 Tel: +90 212 4582800
 Fax: +90 212 4582808
www.minahotel.com.tr
www.minahotel.com
info@minahotel.com.tr



En büyük patron otelin misafiridir

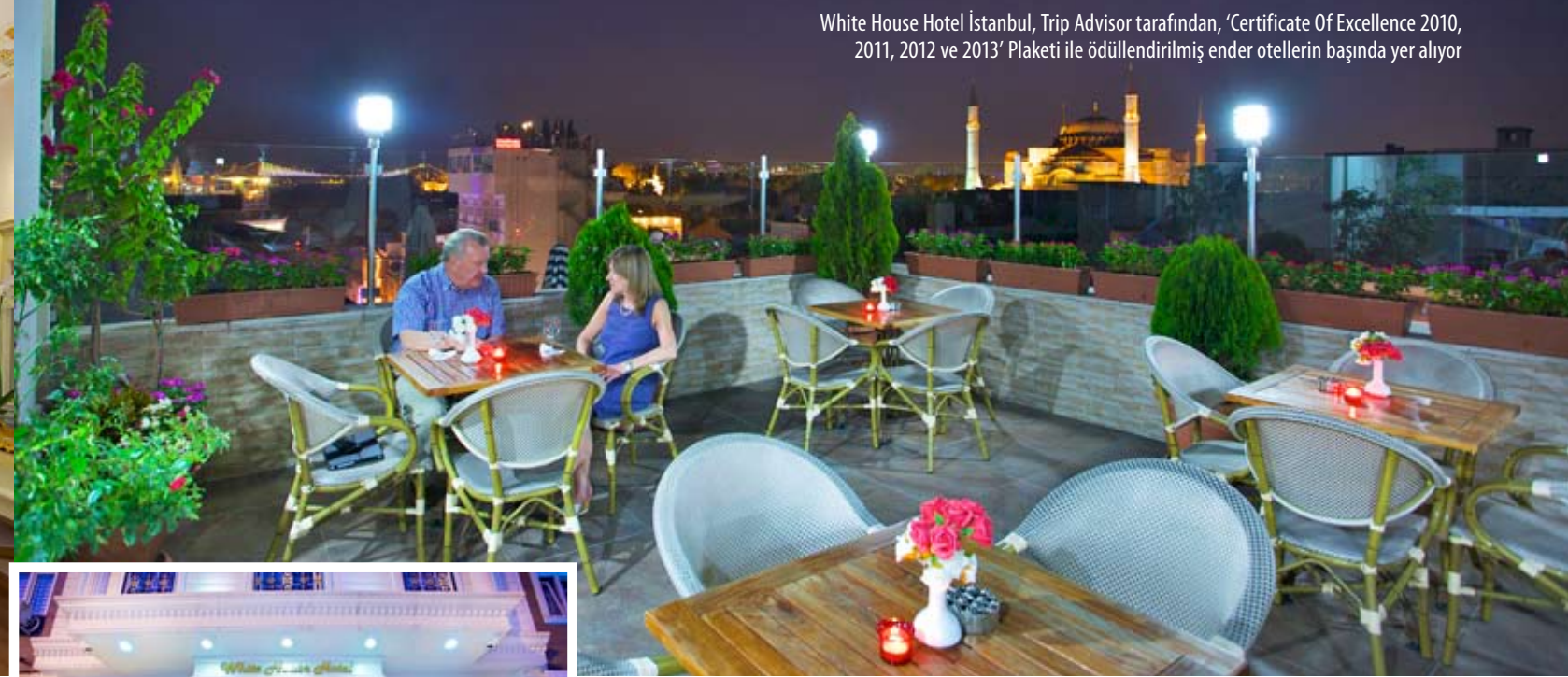
Bizim personelimizin en önemli özelliği, müşteriye patron olarak görmesidir. Ben onlara her zaman, saygı önceliğinin bana değil müşterilere ait olduğunu vurguluyorum.



Harun Çadircı, "Otelimizin başarı çitasını hep daha yükseğe çıkarmak için çalışıyoruz."



White House Hotel'de 2 Superior, 4 Family, 2 Tripple, 1 Single ve 13 standart Oda olmak üzere toplam 22 oda bulunuyor.



White House Hotel İstanbul, Trip Advisor tarafından, 'Certificate Of Excellence 2010, 2011, 2012 ve 2013' Plaketi ile ödüllendirilmiş ender otellerin başında yer alıyor

White House Hotel, son dönemde Sultanahmet bölgesinde başarılarıyla adından en çok söz ettiren otellerden biri. Odalarını 5 yıldızlı otellerden daha pahalıya satıyor, misafirlerinin çoğunu müdavimleri oluşturuyor. Kısacası White House Hotel, Sultanahmet'te butik otelciliğin kitabını yazıyor. Asla tesadüfi olmayan bu başarının mimarı, son dönemin başarılı turizmci Harun Çadircı'dan başkası değil. Ortağı Ümit Gül ile birlikte 2010 yılından bu yana White House Hotel'i işleten Çadircı, turizm sektörünün takdirini kazanan bu başarının sırlarını ve gelecek hedeflerini, Turizm Aktüel okurlarıyla paylaştı.

White House'un temelleri nasıl atıldı?

Bu otelin temelleri resepsiyonistlik yıllarıma, yani 2000'li yıllara dayanıyor. Ümit Gül ile birlikte Sirkeci'de dört yıldızlı bir otelin ön büro departmanında resepsiyonist olarak çalışırken, bu projenin temellerini attık. Sektördeki acemilik dönemini Sultanahmet'te kiraladığımız 10 odalı küçük bir otelde geçirdik.

Bu oteli ne kadar süre çalıştırdınız?

2007 yıllarıydı ve oteli bir, iki yıl kadar çalıştırdık. Bina sahibi ile çeşitli sebeplerden dolayı yollarımızı ayırmak durumunda kaldık. Süreç içinde ortağım ile sürekli piyasa araştırmaları yapıyorduk. Ardından, White House'un henüz inşaat aşamasında olan binasını kiralamaya karar verdik.

O yıllarda ortağım ile İstanbul turizminin gidişatı konusunda gece-gündüz fizibilite çalışmaları yaptık (Doluluk, fiyatlandırma ve ileriki turizm süreci, izlenecek işletmecilik politikaları vs.) Zamanın önde gelen turizmci ile yapmış olduğumuz istişarelerin sonucu bizi büyük hayal kırıklığına itmişti. Çünkü maalesef genel izlenim olumsuz yatırıma olacağı yönündeydi. (Oda sayısı, konum ve sektördeki gençlere güvensiz bakış açısı vs.)

Fikrinizi ne değiştirdi?

Bugün bir marka haline gelen White House Hotel'in hikayesinin başlamasındaki en büyük etken, yakın dostumuz ve turizmci olan Yaşar Çelen'in yön göstermeleri ve motive eden davranışları idi. Çünkü otelin kirası, o yıllara göre bölge fiyatlarının oldukça üstündeydi ve bölge henüz gelişmemişti. Hiç kimse bu işin altından kalkabileceğimize inanmıyordu. Biz tüm bu tavsiyeleri dinlerken, bir yandan da sözleşmeyi yapmıştık. Çelen'in sözleri bana büyük bir moral takviyesi yaptı. Herkes aksini söylerken Yaşar Çelen bana, hiç düşünmeden bu işe girebileceğimizi söyledi.

White House'u bulmak uzun sürdü mü?

Bir arkadaşımız bizi, Sayın Mustafa Horozoğlu ile tanıştırdı. Kendisi, White House'un mülk sahibidir. Anlaşmamız aynı gün içinde bitti. Her şey çok kolay oldu. Mustafa Bey'e bizden daha yüksek kira bedeli teklifi yapılmış olmasına rağmen Mustafa Bey yapılacak otelin işletmeciliğini bizim yapmamızı istedi ve

bize inandı. Hatta bizim yapmamız gereken birçok tadilatı da O yaptı ve oteli bize teslim etti. Otelin açılmasında bizden fazla emeği olan Mustafa Bey her şeyin en iyisinin olması için bizden daha fazla gayret sarf etti. Hatta bazen bana moral vererek cesaretlendirdi. Kendisine ne kadar teşekkür etsek azdır.

Açılıştan sonra işler nasıl gelişti?

White House Hotel inşaatı devam ederken aynı dönemde Adora Hotel'in de işletmesini devraldık. Böylece iki otelle yola çıktık. O dönemde herkes, bu sokağın bir otel için uygun olmadığını söylemişti. Otel 2009 yılı Aralık ayında açıldı. Otel, açıldıktan üç ay sonra da müşteri memnuniyeti bakımından en üst sıralara yerleşti. Sultanahmet piyasasında sıkça otelinizin başarılarından bahsediliyor. Çok kısa bir sürede büyük bir başarıya imza attınız. Bu kadar kısa sürede nasıl bu kadar başarılı olabildiniz? İnsan her şeyden önce kendine güvenmeli. Bu camiayı en iyi bilenlerden birisi de Sayın Faruk Boyacı'dır. O zamanlar kendisini tanıımıyordum. Dışarıdan izledim ve kendime örnek aldım. Ama onun olanakları bizden daha iyiydi. Ben de, 'Faruk Bey'in otelleri başarılı olabiliyorsa, bizim otelimiz neden aynı başarıyı yakalayamam' dedim. Büyük bir azimle, müşteri memnuniyetine odaklandım. Ona uygun çalıştım ve başardım.

Şu dönemde müşteri memnuniyeti deyince herkesin aklına farklı şeyler geliyor...

Müşteri memnuniyeti dediğinizde çoğu insan, bu başarıların sahte yorumlarla yaptırıldığını düşünüyor. Fakat gerçek veriler üzerinden giden oteller ve yöneticiler, hep üst sıralarda kalır. Bunun sırrı, misafire yabancı bir yere geldiğini hissettirmemektir. Misafirin, oteli ikinci evi olarak görmesini sağlamak gerekiyor. En başında dikkat edilmesi gereken nokta budur. Personelinizin buna adapte olması, bunun eğitimini alması gerekiyor. Bizim personelimizin en önemli özelliği, müşteriye patron olarak görmesidir. Ben onlara her zaman, saygı önceliğinin bana değil müşterilere ait olduğunu vurguluyorum. Bir de, müşterinin doğru bilgilendirilmesi çok önemli.

Doğru bilgilendirilme konusunu biraz açar mısınız?

Biz misafirlerimize daha otele gelmeden, otel hakkında bilgi veriyoruz. Öyle ya, müşteri 5 yıldızlı bir otele geldiğini düşünebilir. Halbuki biz ev sıcaklığında, kişiye özel hizmet veren bir oteliz. Artık, müşterilerimizin tavsiyeleri ile otelimize gelen pek çok misafirlerimiz var.

Misafirlerinizin talepleriyle nasıl

ilgileniyorsunuz?

Bana göre bir otelci için misafirlerinin talepleri her şeyden önemlidir. İlk iki sene tüm misafirlerimle kendim ilgilendim. Bu iş kesinlikle personele bırakmadım. Bu süre zarfında personelim bu anlayışla yetişmesi için büyük çaba sarf ettim.

Misafirlerinizden ne gibi talepler geliyor?

Kahvaltı yönünden çok farklı talepler geliyor. Ancak, en iyisini yapmaya çalışsanız bile misafirlerimizi tamamen memnun etmek o kadar kolay olmuyor çünkü misafirlerimizin beklentileri ve talepleri sürekli değişkenlik gösteriyor. Ayrıca otelin fiziki ihtiyaçlarının yenilenmesinin yanında, misafirlerimizin en büyük beklentisi otel çalışanları ve yaklaşımları konusunda belirleyici olmaktadır.

White House ismi nereden geliyor?

Aslında biz otele Blue Eyes ismini koymayı düşünüyorduk. İnşaat çalışmaları bitmek üzereyken bir turizmci arkadaşımız oteli gezmeye gelmişti. Otelin dış cephesi bembeyazdı. 'Ya, burası Beyaz Saray gibi olmuş' dedi. Sultanahmet'te ilk beyaz dış cephe bizde olmuştu sanırım. O an adını 'White House' koymaya karar verdim.

White House'un teknik özellikleri hakkında bilgi verir misiniz?

Otelde 22 oda var. Bunlardan 2 tanesi superior, 4 tanesi family oda, 2 standard triple, 1 tanesi single oda, 13 tanesi de normal oda. İç dizaynı tamamen ben ve

ortağımın kararları doğrultusunda yaptık. İç mimar kullanmadık. Bunun yerine, müşteri önerilerini göz önüne bulundurduk ve odaları müşteri taleplerine göre dizayn ettik.

Başka otel yatırımınız var mı?

Sirkeci'de bulunan Adora Hotel, Tophane'de bulunan Karaköy Port Hotel ve şu anda inşaat aşamasında olan diğer bir otelimiz ile birlikte toplamda 4 otelimiz ile sektörde yerimizi almayı hedefliyoruz. Adora Hotel ve Karaköy Port Otellerimizin işletmeciliğini Ümit Gül yürütmektedir.

Bu kadar yoğun çalışmak sizi yormuyor mu?

Bu tempoda özel hayat diye bir kavramdan söz etmek mümkün olmuyor. Ama daha farklı hareket etmem mümkün değil. Çünkü, bir otelin sisteminin tamamen oluşması için en az iki yıl ihtiyacının olduğunu düşünüyorum. Otel hizmet çitasının daha ileriye gitmesini sağlamak için sürekli işin başında olmak zorundasınız ayrıca otele sürekli yatırım yapılmalı ve odalar ihtiyaca göre yenilenmelidir.

Oda fiyatlarınız oldukça yüksek. Bu fiyatla müşteri bulmakta sıkıntı yaşamıyor musunuz?

White House Hotel hizmet anlayışı ve çitasını sürekli ileriye taşıma çabasıdır ve bulunduğu koşullar itibarıyla asıl kaygı tamamen misafir memnuniyeti üzerine kurulmuştur. Siz de takdir edersiniz ki bu odaklanmış olduğumuz hedef misafirlerimizin de dikkatinden kaçmıyordu.

Otelinize Özel Karşılama Tepsileri



- İsteğe uygun ebat ve model seçenekleri
- Meşe, ceviz, kayın masif ahşap veya lake MDF
- Çalınmaya karşı korumalı su ısıtıcı klipsi
- Bardaklarınıza ve su ısıtıcınıza göre ölçülendirme
- Otelinizin logo veya ismini uygulama

Otel Mobilyalarında Kalite ve Özel Fiyatlar



Üretim, Tasarım, Montaj..

MOSKOVA SWISSOTEL NAPOLI PALAZZO DECUMANI OTEL PARIS RESIDENCE RABELAIS PARIS MARRIOT-RÖNESANS OTEL YUNANİSTAN THRAKI PALACE HOTEL İSTANBUL
HİLTON PARK-SA İSTANBUL HİLTON HARBIYE KAYSERİ HİLTON İSTANBUL LİMAK EUROASIA LUXURY HOTEL İSTANBUL OTTOMAN PARK İSTANBUL GOLDEN HILL HOTEL
İSTANBUL ARMADA OTEL İSTANBUL RAMADA TAKSİM OTEL EDİRNE HİLLY OTEL İSTANBUL RICHMOND OTEL İSTANBUL SURA DESIGN HOTEL İSTANBUL OTTOMAN IMPERIAL
ÇEŞME PIRIL OTEL KAŞ OTEL PATARA İSTANBUL HYATT REGENCY HOTEL İZMİR HİLTON OTEL İSTANBUL CONRAD HİLTON İSTANBUL ARENA OTEL



Otel mobilyaları konusunda sayısız proje gerçekleştiren firmamız İstanbul Hadimköy'deki tesislerinde müşterilerine keşif, tasarım, üretim ve montaj bir arada olmak üzere, deneyimli kadrosu ve modern teknolojiyle 30 yıldan beri hizmet vermektedir.



Seminere, Almanya Otelciler Birliği (IHA) İcra Kurulu Başkanı Markus Luthe ve TUROB Başkan Yardımcısı Armin Zerunyan'ın konuşmacı olarak katıldı.

ONLINE DAĞITIM KANALLARI TUROB'UN SEMİNERİNDE TARTIŞILDI

TUROB tarafından düzenlenen “Konaklama Sektöründe Online Dağıtım Kanalları: Pariteler ve Öncelikler” konulu seminer, Conrad İstanbul Otel’de gerçekleştirildi.

Moderatörlüğünü Hilton Worldwide İstanbul Bölge Gelirler Direktörü Ceylan Korkmaz'ın üstlendiği seminerde Almanya Otelciler Birliği (IHA) İcra Kurulu Başkanı Markus Luthe ve TUROB Başkan Yardımcısı Armin Zerunyan konuşmacı olarak yer aldı. “Konaklama Sektöründe Online Dağıtım Kanalları: Pariteler ve Öncelikler Semineri’nin açılış konuşmasını yapan TUROB Başkanı Timur Bayındır sözlerine, gücünü her geçen gün biraz daha artıran internet ve online kanallara vurgu yaparak başladı. Dünyada 2,3 milyarın üzerinde, Türkiye’de ise 35 milyona yakın internet kullanıcısının olmasının da bu gücün boyutlarını gözler önüne serdiğine değinen Bayındır, eskinin konaklama tercih ve alışkanlıklarını değiştiren online satış kanallarının, kuşkusuz en verimli gelişimini turizm sektöründe gösterdiğini belirtti. Bayındır; “Artık, zaman sınırlarına takılmadan, günün istenilen her saatinde rezervasyon işlemi yapmak, online bir şekilde bilet satın almak mümkün. Teknolojik gelişmelere paralel olarak, bir araç olmanın ötesine geçen online kanallar sektörümüzün gelecek dönem yönelimlerini de bugünden belirler bir boyuta ulaştı. Bugün, online satış ve pazarlama kanallarını etkin bir şekilde kullanan işletmeler; dünyanın dört bir yanından rezervasyon alırken, bir birimlik yatırımı neredeyse on katı geri kazanabilir duruma geldiler” dedi. Seyahat endüstrisinin ayrılmaz bir parçası haline gelen online teknolojiler sayesinde, otel rezervasyonlarının daha hızlı ve güvenli bir şekilde yapılabilir olmasının, işletmelerde verilen hizmet kalitesini de farklı bir boyuta taşıdığı ifade eden Bayındır, konu

ile ilgili şunları aktardı; “Misafir yorumları, otellere geri dönüşlerin içeriğini oluştururken tanıtımdan satışa, eğitimden kontrole kadar her şeyi internet üzerinden yapabilir duruma geldik. Tüm bu gelişmeler ışığında, online pazarda yaşanan değişime paralel olarak, pazardaki gelişmeleri sektörümüze katkı sağlayacak şekilde kullanabilmemiz büyük önem taşımaktadır. Bu doğrultuda, Birliğimizin gerek yurt içi gerekse yurt dışı platformlardaki çalışmaları hız kesmeden devam etmektedir.

Oteller dağıtım haklarını korumalı

Öte yandan geldiğimiz noktada mobilden erişim masa üzerinden erişimi geçmiş durumda. Orada da bazı boşluklar değerlendiriliyor. Mobil rezervasyondan erişimin iyi bir tercih olmadığını düşünüyorum. Mobil kendi içinde bir dünya ve ona apayrı yaklaşmak gerekiyor. Oteller dağıtım haklarını korumalı ve sözleşmelerde pariteler terk edilmeli. Arama motorları reklam sütunlarına dönüşmemeli. Donanımlı siteler topla tüfele gelip otellerin gelecekteki fiyatlarını tespit etmeye kadar her türlü fikre sahipler. Rekabet zor olsa da, dikkat çeken basit mesajlar verilebilir. Burada da en önemli mesele, otelcilerin bir arada hareket etmesi, ekonomik özgürlüğün kazanılması ve engellerin ortadan kaldırılmasıdır. Otelciler mevcut tabloyu iyi tahlil etmesi ve dikkatli davranmaları gerekiyor.” Seminerin sonunda konukların sorularını yanıtlayan Markus Luthe’ye TUROB Başkanı Timur Bayındır, Markus Luthe’ye teşekkür plaketi takdim etti.



Konaklama Sektöründe Online Dağıtım Kanalları, konulu seminer Conrad Hotel’de gerçekleşti.



Timur Bayındır, sosyal medyanın yönlendirici bir güce sahip olduğunu belirtti.



“MATBAH” WELCOMES EXCLUSIVE
GUESTS AND GOURMETS TO THE STYLISH
“OTTOMAN PALACE CUISINE”
MAINTAINING ITS UNIQUE HERITAGE



Caferiye Sokak No. 6/1 Sultanahmet İstanbul - TÜRKİYE T. +90 212 514 6151 F.+90 212 514 5152
www.matbahrestaurant.com reservation@matbahrestaurant.com



Her detayında modern, şık ve huzur verici bir ortam yaratılan otelde, toplam 119 şehir manzaralı oda bulunuyor.



İstanbul Dora Hotel'de misafirlerini, samimi tebessüm ve sıcak bir hoş geldin bekliyor..

Sadece konaklama değil, konukseverlik mekânı İSTANBUL DORA HOTEL

İstanbul Dora Hotel, konumunun tüm avantajlarını taşıyor. Misafirlerini sımsıcak bir atmosferde, ayrıcalıklı kılan bir misafirperverlikle ağırlıyor.



İstanbul Dora Hotel'in Genel Müdürlüğü görevini Hulusi Çevik yürütüyor.

İstanbul'un en özel konaklama mekanlarından biri olan İstanbul Dora Hotel ; konaklama değil, konukseverlik mekânı olma sloganıyla misafirlerini ağırlıyor. Konuklarını sıcak bir tebessümle karşıladıklarını ve konaklama süresi boyunca kendilerini özel hissetmelerini sağladıklarını belirten İstanbul Dora Hotel Genel Müdürü Hulusi Çevik, "Otelimiz, iş dünyasının merkezlerine, şehrin merkezi, tarihi ve turistik mekânlarına, eğlence ve alışveriş merkezlerine çok yakın bir mesafede konumlanıyor. İstanbul Dora Hotel, konumunun tüm avantajlarını taşıyor. Misafirlerimizi sımsıcak bir atmosferde, bizi ayrıcalıklı kılan bir misafirperverlikle ağırlıyoruz" dedi. İstanbul Dora Hotel ayrıcalığını yalnızca konaklayan misafirlerin değil, herkesin yaşayabileceğini söyleyen Çevik, "Yoğun bir çalışma gününün ardından, otelimizin sıcak renkleri ve rahatlık veren atmosferi günün yorgunluğunu unutturuyor. Günün stresini , piyano eşliğinde lobby barda içeceğinizi yudumlarken atabilirsiniz" diye konuştu.

Odalarda her türlü konfor var

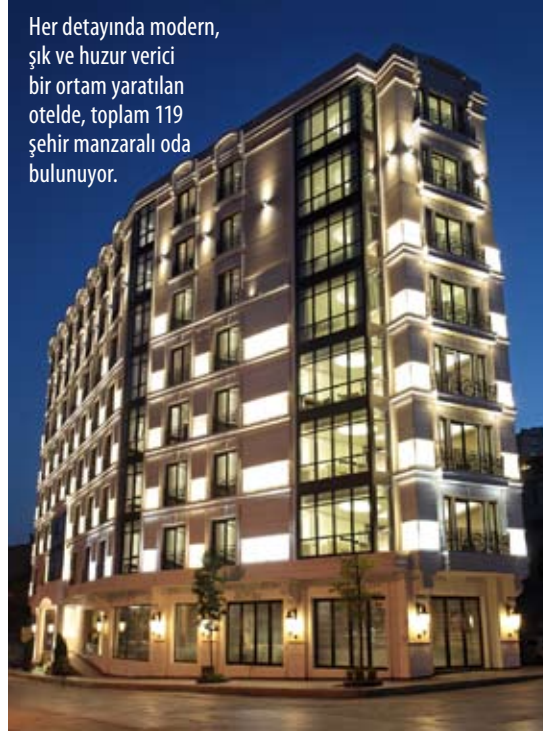
İstanbul Dora Hotel'in odalarında her türlü konforun bulunduğunu vurgulayan Hulusi Çevik, "Misafirlerimiz dilerse ücretsiz mini bar içeceklerini, çay ya da kahvelerini yudumlayabilir, dilerse

rahat bir ortam sunan her türlü donanıma sahip çalışma masasında çalışabilirler. Özel olarak tasarlanan anti-bakteriyel ergonomik yataklarında, mis gibi kokan çarşaf lar ve yumuşak puf yastıkların arasında huzurla uykuya dalabilirler" dedi. İstanbul Dora Hotel'in mutfağıyla da fark yarattığını ifade eden Genel Müdür Çevik, "Ödüllü executive chef'imizin öncülüğünde, yaratıcı ekibinin hazırladığı birbirinden lezzetli, zengin, yerel ve dünya mutfaklarından eşsiz lezzetlerle misafirlerimiz için özenle seçilerek hazırlanan kahvaltılı ile güne merhaba diyebilir, öğle ve akşam yemeklerinizi, 5 çayı atıştırma haklarınızı otelimizde alabilirsiniz. Yaşayan metropol İstanbul'daki dünya ve Türk mutfaklarından yenilikçi ve yaratıcı lezzetlerin tadını Dora Restoran'da çıkarabilirsiniz" diye konuştu.

Fitness&Spa'da kendinizi ödüllendirin

Otelin Fitness&Spa hizmeti hakkında da bilgi veren Genel Müdür Hulusi Çevik, şunları söyledi: "Zamanınızı modern Fitness&Spa merkezinde değerlendirerek kendinizi güne hazırlayabilir, Türk hamamı, sauna veya masajla kendinizi ödüllendirebilirsiniz." İstanbul Dora Hotel'in toplantı ve davet organizasyonlarına da ev sahipliği

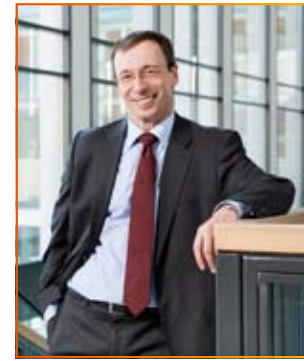
Her detayında modern, şık ve huzur verici bir ortam yaratılan otelde, toplam 119 şehir manzaralı oda bulunuyor.



yaptığını belirten Çevik, " Toplantı, davet, eğitim ve organizasyonlarınız için en modern teknolojik ekipmanlarla donatılmış toplantı salonlarımızda konuklarımızı ağırlamaktan mutluluk duyuyoruz" dedi. İstanbul Dora'nın güler yüzlü, eğitilmiş ve deneyimli personelinin konukların hizmetinde olmaktan her zaman mutluluk duyduğunu ifade eden Hulusi Çevik, otelin standart odalarının genel özelliklerini, "Her detayında modern, şık ve huzur verici bir ortam yaratılan 30 metrekarelik standart odalarda çalışma masası, diz üstü bilgisayarınızı dahi koyabileceğiniz oda içi kasanın yanı sıra, hızlı kablosuz İnternet de dâhil olmak üzere tüm detaylar düşünülmüştür" şeklinde açıkladı. İstanbul Dora Hotel'in suit odalarda ise, " Jakuzi, anti bakteriyel özel tasarım çift kişilik veya iki adet tek kişilik ergonomik yataklar, Fransız balkonu, yansıma önleyici panoramik pencereler, elektronik kapı kartı sistemi,

ses geçirmez ortam, ısk geçirmez black-out perdeler, özel tasarım tekstil ürünleri, özel tasarım seramik kaplı banyolar, yağmur duş, ücretsiz minibar, çay, kahve makinesi, lüks bornoz ve terlikler, saç kurutma makinesi ve makyaj aynası, özel tasarım mobilyalar, 100 farklı uydu kanalı, yangın ve duman dedektörü, direkt telefon, yastık menüsü, yıkama ve kuru temizleme servisi, otopark ve vale hizmeti" hizmetleri yer alıyor. Otelin ücretsiz hizmetleri arasında ise, otel- Taksim Meydanı shuttle servisi, otopark ve vale hizmeti, tüm odalarda ücretsiz minibar, ücretsiz hızlı erişim bulunuyor.


**ITB
BERLIN**

 THE WORLD'S
LEADING TRAVEL
TRADE SHOW®


Dr. Martin Buck
Vice President
Competence Center Travel & Logistics

TELL US, DR. BUCK ...

... In 2014 the ITB Buyers Circle will take place for the third time. What is your recipe for success?

In total over 6 bn euros of sales are generated at ITB Berlin. 700 hand-picked buyers from all over the world take advantage of the optimal working conditions of the ITB Buyers Circle. They can use the Buyers Circle Lounge – with free WIFI-access – for meetings with business partners, making their trade fair visit even more efficient. Not only do they get free entrance to the trade fair, but they're also allowed to enter the fairground an hour before all the other visitors.

... Mobile solutions and social media are among the top topics of the international travel industry. What does ITB Berlin have to offer?

We will be putting an even greater focus on the increasingly important Travel Technology segment. This year, the show will provide space in Hall 5.1 for companies from this market for the first time. Thus, the world's leading travel trade show will create an additional 700 metres of display area for the topic of travel technology in tourism. The lectures and workshops of eTravel World cover topics which deal with new technologies, social media and mobile travel services – and new trends are presented.

... Sustainable travel offers are growing continuously. How important is sustainability to ITB Berlin?

We are engaged in giving ecofriendly, responsible tourism the floor since more than ten years; Corporate Social Responsibility in tourism is one of our key topics. Discussions and lectures at the ITB Berlin Convention and in hall 4.1 about sustain-

able tourism practices give valuable insights and up-dates. ITB actively supports the UNWTO "Global Code of Ethics". Internally, we try to avoid paper waste, recycle and compensate all our business trips.

... How can tourism professionals keep up with the latest travel industry developments these days?

The ITB Academy is the perfect opportunity for people who want to benefit from ITB Berlin's many years of experience and comprehensive industry knowledge. Recognized experts present the latest findings of important tourism-based topics and offer valuable practical tips in lectures, webinars and workshops.

SAVE THE DATE: 5 – 9 March 2014

itb-berlin.com

ITB Berlin – The World's Leading Travel Trade Show®

180 countries from all 5 continents
6,000 media representatives
10,000 exhibitors
21,000 visitors to the congress
110,000 trade visitors
160,000 square meters
6 bn euro sales volume

Official ITB Berlin
Partner Country 2014

México
LIVE IT TO BELIEVE IT
visitmexico.com

FORUM Fairs & Promotions Co. Inc.
Uğur Mumcu Cad. No 78 · 06700 GOP-Ankara
Tel. +90-312-4460822 · Fax +90-312-4460823 · atalay@forumfuar.com

Messe Berlin

Hilton Bomonti hizmete girdi

Hilton İstanbul Bomonti Otel ve Konferans Merkezi, İstanbul'un turizm kapasitesini yeni bir boyuta taşıyor.

İstanbul'un en büyük oteli Hilton İstanbul Bomonti Otel ve Konferans Merkezi, Hilton Worldwide'in ve IC Holding'in üst düzey yetkililerini ağırladı. Açılışta Hilton Worldwide Başkan ve CEO'su Christopher J. Nassetta, IC Holding Yönetim Kurulu Üyesi Serhat Çeçen, IC Holding Yönetim Kurulu Üyesi Salih Çeçen, Hilton Worldwide EMEA Başkanı Simon Vincent ve Hilton İstanbul Bomonti Genel Müdürü Remco Norden bir araya geldi.

Hilton Worldwide Başkanı ve CEO'su Christopher J. Nassetta, otel ile ilgili açıklamasında şöyle konuştu: "Türkiye, özellikle İstanbul, dünyanın en heyecan verici noktaları arasında yer alıyor. Ayrıca Türkiye, Hilton Worldwide'in en hızlı büyüdüğü pazarlardan biri. Yakın gelecekte yapım aşamasındaki oteller ile birlikte Türkiye'deki otellerimizin sayısı 50'ye ulaşacak. IC Holding, üst düzey yeteneklere sahip ekibimizle gücünü birleştirerek, İstanbul'un en büyük, dünyanın da sayılı otel ve konferans merkezlerinden birini yarattı. Otelimiz 829 odaya ve 12.000 metrekarenin üzerinde etkinlik alanına ev sahipliği yapıyor. Bu büyük ölçek, Hilton İstanbul Bomonti'de kişiye özel hizmet kalitesi ve dünyaca tanınmış Hilton Hotels & Resorts markasının gücüyle buluşuyor."

IC Holding Yönetim Kurulu Üyesi ve Bomonti Uluslararası Kongre Turizm Yatırımları Ticaret A.Ş. Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Serhat Çeçen, Hilton İstanbul Bomonti'nin Türkiye'nin ve Avrupa'nın en büyük turizm kompleksleri arasında yer aldığının altını çizerek "IC Holding olarak, 1994'ten bu güne ülkemizde turizm alanında faaliyet göstermekteyiz. Yoğun ve titiz bir çalışma döneminin ardından toplam 700 milyon TL'lik bir yatırımla hayata geçirdiğimiz bu tesisin ülkemize önemli katma değerler sağlayacağına eminiz. İstanbul, bugün dünya kongre turizmi sıralamasında 9'uncu sırada yer alıyor. Projemizin yaratacağı önemli katkı ile İstanbul'un bu alanda büyük bir ivme kazanarak kısa sürede üst sıralara çıkacağına düşünüyoruz" dedi. Yaklaşık 60 yıldır Türkiye'de olan Hilton markasının dünyaca ünlü hizmet anlayışını İstanbul'un en hızlı büyüyen bölgelerinden birine, Bomonti'ye taşıyan otelin Genel Müdürü Remco Norden ise "Misafirlerimiz otelimizden içeri adım attıkları andan itibaren Hilton'un markalaşmış müşteri memnuniyeti hizmetlerinden faydalanabilecek. Amacımız tasarımın, konforun, kalitenin ve kapasitenin bir araya geldiği bu güzel oteli dünya çapında tanınır hale getirmek" dedi.

"İstanbul'un büyüğü" diye tanıtılan 829 oda ve suiti, 3 bin ve bin kişilik iki salonu bulunan Hilton İstanbul Bomonti Hotel & Conference Center törenle açıldı.



Açılışta Hilton Worldwide ve IC Holding'in üst düzey yetkilileri ağırlandı.



Hilton Worldwide Türkiye'de otel sayısını 50'ye çıkarmayı hedefliyor.



Hilton markası yeni açılan otelle birlikte Bomontiye taşındı.

KONFOR, HİZMET, LÜKS BİR ARADA
TEK EKSİK SİZSİNİZ

BLACK BIRD

THERMAL HOTEL & SPA

BLACK
BIRD

YALOVA
BLACK
BIRD
THERMAL HOTEL & SPA
★★★★

BLACK BIRD THERMAL HOTEL & SPA

Adres: Gökçedere Mah. Atatürk Cad
No: 30/A Termal - Yalova - Türkiye
Tel: 444 6 151
Fax: +90 (226) 675 81 52
E-posta: info@blackbirdthermalhotel.com
Web: www.blackbirdthermalhotel.com



Otel binası 150 yıl önce Ermeni bir mimar tarafından han olarak inşa edilmiş.

MODERN ÇAĞDA GEÇMİŞİ YAŞATAN OTEL

DaruSultan Hotel, misafirlerini zaman tüneline yolculuğa çıkarıyor. Durmak, düşünmek, keşfetmek, geçmişi hissetmek ve yaşamak, rutine biraz ara vermek, kendini özel hissetmek için eşsiz bir mekan.



Otelin Genel Müdürlüğü Cem Aksoy: Otel tarihçiler birlikte yaptık.



Otelde birbirinden farklı dizayn edilmiş 35 oda bulunuyor.



Otelin her bir katı farklı bir Osmanlı sultanına ithaf edildi.

Galata, son yıllarda sayısı hızla artan, tarihi dokusuyla konuklara Osmanlı'nın hikayesini yansıtan otellerle öne çıkıyor. Beyoğlu'nda, bir yüzü Galata'ya, bir yüzü Haliç'e dönük olan DaruSultan Hotel, İstanbul'da Levanten mimarının son iki örneğinden biri. Gerek tarihle iç içe geçmiş olan konumu, gerek Osmanlı sultanlarından esinlenerek tasarlanan odalarıyla DaruSultan Hotel, modern çağda geçmişi yaşıyor. Her katında zamana yön veren bir sultanın dünyasını yansıtan DaruSultanHotel'i, Genel Müdürü Cem Aksoy ile konuştuk.

DaruSultanHotel'in hikayesini anlatır mısınız?

DaruSultanHotel'in aslında çok eski bir hikayesi var. Bundan 150 yıl önce Ermeni bir mimar tarafından yapılmış olan bina, senelerce iş hanı olarak kullanılmış. Bir dönem de konut olarak yararlanılan yapı, 2009 yılında Süper Grup tarafından satın alınmış. 2011 yılında da, otele dönüştürülmek üzere çalışmalar başlatılmış. DaruSultan Hotel, kısa bir süre önce hizmete giren ve dekorasyonu konuklarını saray yaşamına taşıyan özel bir işletme. İstanbul'da Levanten mimariye örnek olacak son iki binadan biri olan DaruSultanHotel'e adım atar atmaz lobide misafirleri, Osmanlı Sarayları'nda rastlayacağınız bir taht karşılıyor. Her katında zamana yön veren bir sultanın dünyasını teneffüs edebileceğiniz, 'Vakanüvis'lerden sızan olayların paylaşıldığı, sultanları sultan yapan hikayelerin öne çıktığı DaruSultan Hotel, modern zamanda geçmişi yaşıyor. Misafirlerini zaman tüneline yolculuğa çıkarıyor. Bence bu, eşsiz bir konaklama deneyimi.

DaruSultanHotel'in odaların özelliklerinde bahseder misiniz?

DaruSultan Hotel'in iç mimarisi, tamamen Osmanlı saraylarından örnek alınarak dizayn edildi. Konsept bir otel olan DaruSultanHotel'de hepsi birbirinden farklı 35 oda bulunuyor. 5 katlı otelin her katında 7 oda yer alıyor. Otelin her katı, farklı bir Osmanlı padişahına ithaf edildi. Doğal olarak da odaların her biri birbirinden farklı tarzda dizayn edildi. Fatih Sultan Mehmet, Kanuni Sultan Süleyman, Yavuz Sultan Selim, 4. Murat ve Yıldırım Bayezid katlarının her birinde sultanın adıyla anılan bir suite ve o sultan döneminde yaşamış önemli kişilere ithaf edilen bir deluxe ve 5 superior oda bulunuyor. Odaların, kime ithaf edildiyse o kişinin özelliklerini ve dünyasını yansıtıyor. Kısacası, her oda adıyla anılan kişinin üslubuna göre döşendi ve o padişahın sevdiği renkler tercih edildi. Bu nedenle de dekorasyon

aşamasında Osmanlı tarihi uzmanlarıyla birlikte çalışıldı. Her kata sultanların yaşadığı döneme ait olayların ve hatıraların yer aldığı bir 'Vakanüvis' kitabı yerleştirildi. İngilizce-Türkçe olarak hazırlanan kitaplarda konuklara padişahlar hakkında bilgiler veriliyor.

Otelin ismi neden DaruSultan?

Otelin ismi, "Sultanların mekanı" anlamına geliyor. Otelimizin mottosu ise: "Sultanların mekanının sırrını keşfetmeye davet ediyoruz." Gerçekten de herkesin bu otelde bir kere bile olsa, konaklama deneyimi yaşamasını tavsiye ederim. DaruSultan; durmak, düşünmek, keşfetmek, geçmişi hissetmek ve yaşamak, rutine biraz ara vermek, kendini özel hissetmek için eşsiz bir mekan.

Bu tarihi otelde konuklarınıza hangi teknolojik imkanları sunuyorsunuz?

Otelimizde, tarihi unsurların yanı sıra teknolojik unsurlar da öne çıkıyor. Odalarda son teknoloji kullanıldı. Üç boyutlu televizyonlar, kablosuz internet, otelin bütününde kullanılan Led teknoloji, teknolojik açıdan öne çıkaran unsurlar. Yani teknoloji ve tarihi, yeni ile eskiyi harmanladık. Bunu yaparken de, iç içe geçmesine dikkat ettik. Evet burası tarihi yansıtan bir mekan ama, teknolojinin kolaylıklarından da yararlandık.

Otelinizde yer alan toplantı salonları ve spa hakkında da bilgi verir misiniz?

Otelimizde üç toplantı salonu ve bir de spa merkezi yer alıyor. Konukların rahatlamaları için oluşturulmuş olan Spa merkezimiz, oldukça kapsamlı bir hizmet sunuyor. Hamam, sauna ve buhar banyosunun yanı sıra, özel bir masaj odamız da var.

Tarih ve lüks, bu otelde nasıl birleşti?

DaruSultan Hotel, lüks konseptte bir mekandır. Otelde kullandığımız kumaşların tamamı Vakko, buket malzemeleri Bvlgari marka ürünler. Otelimizde kullandığımız sabit koku da yine Bvlgari. Konaklayan bayan misafirlere otelden ayrılırken Bvlgari'nin parfümünü hediye ediyoruz. Böyle farklılıklarımız var. Luxury sınıf, bizi ayrıcalıklı kılıyor. Mobilyalara da çok önem verdik. Koltuklar, yataklar, yatak başları, lobideki mobilyaların her biri özel tasarım. Hepsinde altın varak kullanıldı. Tavan süslemelerimizde ve avizelerimizde bile altın varak kullanıldı. Lobimizde bir sultan koltuğumuz ve çok özel bir kütüphanemiz var. Kütüphanemizde bulunan koleksiyonda tamamen İstanbul'un tarihi ve Osmanlı'nın hikayelerini anlatan kitaplar yer alıyor. Onun hemen arkasında bulunan duvardaki tablo, Galata'nın üç farklı halini yansıtıyor. Konum olarak eski İstanbul'un ortasındayız. Konseptimizle bir bütünlük oluşturmaya açısından, personel kıyafetlerinde de Osmanlı motifleri yer alıyor.

Alanya'nın toplam
yatak kapasitesi 150
binie yaklaştı.

Örnek turizm kenti ALANYA

Alanya, alternatif turizm olanakları ile, turizm sektörünü mevsimsellikten 12 aya yayma ve turizmi çeşitlendirme çalışmaları üzerinde örnek oluyor. **HALİL ÖNCÜ**

Alanya bir kıyı kasabası iken turizme 1950'lerde ev pansiyonculuğu ile başlayan günümüzde bakanlık belgeli (1*,2*,3*,4* ve 5*lı) otel, tatil köyleri ve apart otellerde toplam 97.000, belediye belgelilerle birlikte 150.000 yatak kapasitesiyle bugün 40'ın üzerinde ülkeden 3 milyonu aşkın ziyaretçiyi konuk eden, Almanya, Danimarka, Hollanda, İngiltere, İrlanda, Norveç, Rusya Federasyonu, Finlandiya uyruklu olmak üzere 47 ülkeden toplam 26.843 kişinin taşınmaz edindiği yaz/kış sezonunda değişmekle birlikte yaklaşık 12.000 ailenin ikamet ettiği önemli bir destinasyondur. Bakanlık Belgeli tesis yatak kapasitesi Alanya, Antalya'nın % 21'i, Türkiye'nin de % 9'u teşkil etmektedir.

Ağırlıklı deniz, kum, güneşin ön plana çıktığı kıyı turizminde Alanya'nın örnek plaj sahil düzenlemesi, 2013 itibarıyla 58 mavi bayraklı plajı, 1 marina ve 1 yat ile 70 km. sahil bandında her noktadan denize girilebilmesi, şehir merkezi ile bütünleşmiş eğlence mekanları, yeme içme, alışveriş olanakları ile şehir ve turizm olanakların iç içe sunulması; Yaşayan Şehir hayatı ve halkla birlikte bir arada turizm olgusu özelliğine sahiptir. Alanya, alternatif turizm olanakları ile, turizm sektörünü mevsimsellikten 12 aya yayma ve turizmi çeşitlendirme çalışmaları üzerinde durmaktadır.

"Engelsiz Alanya konsepti" çalışmaları, dalga sörfü, 10.000 metrekaare alana sahip, 5 adet 200 kişilik salon, 1 adet 300 kişilik salon, 1 adet 1500 kişilik çok amaçlı salon, 10 adet 20 kişilik çalışma odası, otoparkı, genel kullanım ve fuaye alanları ve bahçesi ile Akdeniz Üniversitesi Konaklı Kongre Merkezinde önemli kongre ve seminerlere ev sahipliği yapmayı hedefliyor. 15 bin kişilik stadyum, 1000 seyirci kapasiteli 10 kulvarlı kapalı olimpik yüzme havuzu, spor alanlarıyla yıl boyunca önemli takımları ağırlıyor ve önemli müsabakaları gerçekleştiriyor. Gazipaşa Havalimanı ile gelen misafirler artık çok daha kısa sürede Alanya'ya rahatlıkla ulaşabilmekteler. Tahsis sürecinin akabinde Alanya'da, Emişbeleni (Baltepe), Mahmutlar (Gökçebelen), Kargıcak, Okurcalar (Ortaören) ve Türkler (Akyar) de yapılacak olan Golf alanları ile Golf turizmi hedeflenmektedir.

Alanya'yı geçen yıl 3
milyon kişi ziyaret etti.

Alanya aynı zamanda
yaz kış 12 bin yabancı
ailenin yaşadığı bir ilçe.

Turizmi çeşitlendirmek
adına golf turizmine de
yatırım yapılıyor.

Alanya'da 58 mavi
bayraklı plaj yer alıyor.

Ev turizmi yasal altyapı bekliyor

Turizm sektörünün paydaşları TUYED ile birlikte “Ev Turizmi”ni masaya yatırdı. Tarafları ile birlikte son zamanların önemli tartışma konularından “Ev Turizmi”ni masaya yatırdı.



Levent Erdoğan



Işıl Karababa



Ufuk Arslan



Mücella Tarhan



Kerem Köfteoğlu



Mehmet Ülkü

TUYED’in Taksim Eresin Otel’de düzenlediği ve moderatörlüğünü TUYED Başkanı Kerem Köfteoğlu’nun üstlendiği “Ev Turizmi” konulu panele konuşmacı olarak; Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) Ev Turizmi Komitesi Başkanı Mücella Tarhan, Turistik Otelciler, İşletmeciler ve Yatırımcılar Birliği (TUROB) Genel Sekreteri Levent Erdoğan, Özel Belgeli, Özel Nitelikli Butik Otelciler Birliği (ÖZBİ) Başkanı Ufuk Arslan, Alternatif Konaklama Derneği Başkanı Mehmet Ülkü ve Ev Turizmi Derneği Genel Sekreteri Işıl Karababa katıldı.

başladı. Alternatif konaklamada amaç daha nitelikli turisti çekmek. İnternet tüm dünyada hızla büyüdü. İnternette gideceğiniz sokağa kadar her yeri görebiliyorsunuz. 2009’da 1700 kiralama varken, bu rakam 10 kat büyüyerek 10 binlerin üzerine çıktı” dedi.

Erdoğan: Rekabet eşit koşullarda olmalı

Panelde konuşan TUROB Genel Sekreteri Levent Erdoğan da kıyı bölgeleri ve kentlerdeki ev turizmi arasındaki farklılığa dikkat çekti.

Erdoğan, “1 hafta 10 günlük konaklamanın otel odasında maliyetli olacağını kabul ediyoruz ama bu işi yapanlar eğer yapmaya devam edeceklerse eşit koşullarda rekabet etmek gerekecek. Tek binada, donanımlı daireler yapabilirsiniz. Onlardan da yangın tertibatı, kimlik kaydı gibi gereksinimlerin yerine getirilmesi istenecek. Konut alanı içinde muvafakat olmadan bunları ticari alan olarak kullanamazsınız. Bu konuda bilgi eksikliğinin olduğunu düşünüyoruz. Biz bu konaklama şeklinin müstakil binalarda apart otel veya rezidans başlığı altında yapılmasına karşı değiliz” dedi.

Aslan: Ev turizmi, turizmin bir rengidir

ÖZBİ Başkanı Ufuk Aslan da bu konuda sorunun kaynağının mevzuat eksikliği olduğuna işaret ederek, “Bu alanda ilk başta bir mevzuat oluşsaydı bu

sorunlar olmazdı. Bu iş olumsuz yapanlar da var. Ancak bu tamamı için geçerli değil. Resmi makamlar bu noktada ağır kaldılar. Ev turizmi aslında turizmin bir rengidir. Ancak hep birlikte gri olan bu rengi pembeye çevirmek için çalışmalıyız” dedi.

Karababa: Kimsenin ekmeğinde gözümüz yok

Ev turizminin oluşan taleple birlikte kendiliğinden geliştiğine dikkat çeken Ev Turizmi Derneği Genel Sekreteri Işıl Karababa ise kendi seyahatini düzenleyen gezginlerin kısa süreli ev kiraladıklarını, ev turizminin daha çok kültür turizmi odaklı seyahat edenlerin talebi olduğunu dile getirdi. Ev Turizmi Derneği’nin 2 günden kısa kiralama yapmadığının altını çizen Karababa “Dönem dönem sektöre yönelik yüz kızartıcı suç suçlamaları yapıldı. Ev turizminin güzel ve daha çok tanınması gereken bir model olduğunun bilinmesini istiyoruz. Biz yasal bir alanda faaliyet göstermek için can atıyoruz. Bunun için çaba harcamaya devam edeceğiz. Bu noktada en büyük sorun ise ruhsatlandırma” dedi.

Tarhan: Otellere rakip değiliz

Panelde konuşan TÜRSAB Ev Turizmi Komitesi Başkanı Mücella Tarhan, dünyada 95 milyar dolarlık bir sektör haline gelen ev turizminin Avrupa’da 60 yılı aşkın bir süredir var olduğunu, Türkiye’de de yaklaşık 20 yıldır uygulandığını dile getirdi. Türkiye’de yaklaşık 1 milyon evin ev turizmi çerçevesinde kiralandığını tahmin ettiklerini belirten Tarhan, sadece araştırma yaptıkları Balıkesir ve çevresinde 200 bin civarında evin bu amaçla kiralandığını, bunun da yaklaşık 15 milyon dolarlık bir pazar anlamına geldiğini kaydetti.

Ülkü: Değişen trendler ev turizmini geliştirdi

Ev turizminin bölgesel ve mevsimsel olarak farklı tanımlandığını belirten Alternatif Konaklama Derneği Başkanı Mehmet Ülkü ise “ev turizmi” tanımının bu alan için en doğru tanım olduğunu dile getirdi. Ev turizminin dünyadaki genel eğilimlerdeki değişimlere paralel olarak geliştiğini ifade eden Ülkü, “Her şey dahil sistemi sıkıntı yaratmaya



TUYED’in düzenlediği ‘Ev Turizmi’ konulu toplantıya yoğun ilgi vardı.



Sultanları
Sultan
yapan
‘sırr’ın
yaşandığı mekân

Evliya Çelebi Mahallesi
Merkez Apartman No:108
Şişhane, Beyoğlu-İstanbul

T: 0 212 252 32 32
0 212 243 04 04
F: 0 212 243 88 88

info@darusultan.com
www.darusultan.com



'BLACK BIRD' KALİTESİ YALOVA'YA TASINDI

Mükemmel tatil keyfine kısa sürede ulaşma ayrıcalığını yaşatan Black Bird Thermal & Spa Hotel, Beyaz Saray tarzındaki mimarisi ile fark yaratıyor.



SPA Center'de konuklar masaj, terapi ve cilt bakımı hizmetleri veriliyor.



Otelde her türlü toplantı ve davet kusursuz bir şekilde gerçekleştirilebiliyor.

Otel Yalova şehir merkezine 13 km. uzaklıkta yer alıyor.



Topaloğlu Turizm Yatırım ve Ticaret A.Ş.'nin son otel yatırımı Black Bird Thermal & Spa Hotel, 'Black Bird' kalitesini Yalova'ya taşıyor. 2013 yılı haziran ayında hizmete giren otel, Beyaz Saray tarzındaki mimarisi ile fark yaratıyor. Bin 100 metrekarelik bir alan üzerinde kurulu olan Black Bird Thermal & Spa Hotel, Yalova'nın Termal ilçesinde yer alıyor. Yalova şehir merkezine 13 km, Atatürk Havalimanı'na Feribot ile 1.5 saat, Bursa'ya 70 km, Kocaeli'ye 45 km uzaklıkta bulunan otel, mükemmel tatil keyfine kısa sürede ulaşma ayrıcalığını yaşıyor. Bu özelliğiyle, küçük çocuklu aileler için avantaj sağlayan Black Bird Thermal & Spa Hotel, Beyaz Saray tarzındaki mimarisi ile konuklarını konforlu ve sık odalarında ağırlıyor. Tüm odalarında ücretsiz kablosuz internet imkanı bulunan tesis, alışılmışın dışında bir tatil için ideal bir adres olma özelliği taşıyor.

Mutfağıyla da oldukça iddialı

Mutfağıyla da oldukça iddialı olan otel, zengin açık büfesinin yanı sıra, A la Carte servisi ile de dünya mutfaklarından lezzetler sunuyor. Mimarisiyle tarihin gizemini, konforuyla günümüz modernizmini yansıtan Black Bird Thermal Hotel & Spa'nın teras katında bulunan English Pub ve spor salonu, her yaştan misafirin eğlenceli zaman geçirmesini sağlıyor. Termal otel olmanın tüm farklılığını, konuklarına sunduğu hizmetlerle hissettiren otelin SPA Center'ında yorgunluğunu atmak isteyen konuklar için çeşitli masajlar, terapi ve cilt bakımı uygulamaları yer alıyor. Bunun yanı sıra, tesiste kadın ve erkekler için olmak üzere Kapalı Thermal Havuz, Türk Hamamı, buhar odası, tuz odası, sauna ve özel terapi odaları, özel jakuzi odaları kullanıma sunuluyor. Otelin konukları, oldukça modern ve rahatlatıcı konseptte hazırlanmış olan Türk Hamamı, sauna, buhar banyosu, açık ve kapalı termal havuzlarından oluşan kolektif üniteler ile rahatlığın ve dinlenmenin keyfini doyasıya çıkarıyor.

Black Bird Thermal Hotel & SPA' odalarında, konfor, zarafet, ergonomi ve işlevsellik standart özellikler olarak öne çıkıyor. Otelin tüm odalarında, elektronik anahtar-kilit sistemleri, split klima, duman dedektörleri ve yangın alarmı bulunuyor. Spa Merkezi, misafirleri hem fiziksel, hem de zihinsel olarak yenilemek ve rahatlatmak için her türlü konforu barındırıyor. Geleneksel Türk Hamamı'ndan Thai masajına, cilt bakımından terapi programlarına kadar birçok hizmet, klasik tatilden farklı olarak yalnızca bedenin değil, ruhun da dinlenmesini sağlıyor. Black Bird Thermal Hotel & SPA' nın masaj hizmeti, konuklara sağlanan en dinlendirici hizmet olarak öne çıkıyor. Uzman masörler, vücuttaki enerji noktaları üzerinde yaptıkları etkili baskılarla, masajın yumuşak vuruşlarla ve gerekli gerinme hareketleri ile yüzeydeki kas dokusunu geçerek çok daha derinlere kadar etki etmesini sağlıyor. Bu masaj, vücuttaki tüm enerji merkezlerinin dengelenmesini ve tüm iç sistemlerin birbiriyle bütünleşmesini mümkün kılıyor. Masaj sırasında kullanılan doğal yağlarla kaslarda oluşan gerginlik gideriliyor, enerji seviyesi yükseliyor, dengeleniyor, tüm vücut ve zihinde olağanüstü bir rahatlama sağlanmış oluyor.

İş toplantıları vazgeçilmez adresi

Black Bird Thermal Hotel & SPA Hotel, iş toplantılarına ve unutulmaz davetlere de ev sahipliği yapıyor. Konumu ve kolay ulaşılabilirliğiyle Black Bird Thermal Hotel & SPA, son teknoloji ses ve görüntü sistemleriyle donatılmış 1 balo salonu ve 1 adet toplantı alanıyla, her türlü davet, toplantı ve organizasyonun kusursuz gerçekleştirilmesi için mükemmel ortamlar sunuyor. Black Bird Thermal Hotel & SPA'da düzenlenen etkinlik ve toplantılarda, özgün Türk lezzetlerini günümüze taşıyan Black Bird mutfağından da yararlanmak mümkün. Toplantı aralarında çay ve kahvenin yanı sıra, geleneksel Türk atıştırmalıklarından simit ve kaşar, taze kurabiye ve poğaçalar da sunuluyor.



DİNLER HOTELS

www.dinler.com



DİNLER HOTELS
ÜRGÜP
★★★★★



DİNLER HOTELS
ALANYA
★★★★★



DİNLER H.V.
NEVŞEHİR
★★★★★



clubnena.com.tr

www.clubnena.com.tr



Club NENA
★★★★★

Kızılağaç Tourism Center Manavgat - Antalya - Türkiye
Tel : +90 242 748 70 70 - 748 70 60 (pbx) Fax : +90 242 748 70 54 748 70 55
info@clubnena.com.tr





İngiltere'deki lezzet elçisi KAZIM AKKUŞ

Efes Restaurant'ı kuran ve Londra'nın en çok tercih edilen lezzet duraklarından biri haline getiren Kazım Akkuş ile İngiltere'de çıktığı başarı yolculuğunda kendisini yalnız bırakmayan ortağı İbrahim Akbaş, zorlukları birlikte göğüslemiş, başarıların mutluluğunu birlikte yaşamışlar.



Yıllar önce daha güzel bir yaşam umuduyla yurtdışına açılan Türkler, bulundukları ülkelerde elde ettikleri başarılarla, ülkemizin gururu olmaya devam ediyor. 38 yıl önce Londra'da hizmete giren ve zengin Türk mutfağını İngiltere'de temsil eden 'Efes Restaurant'ın serüveni, tam bir başarı hikayesi olma özelliği taşıyor. Londra'da en sevilen Türk restoranlarından biri olan ve İngiltere Parlamentosu'nda düzenlenen "Kebap Endüstrisine Emsalsiz Katkı" ödülüne layık görülen Efes Restaurant'ın yeni şubesi "Efes Commercial Road" da, yoluna başarıyla devam ediyor. Efes Restaurant'ı kuran ve Londra'nın en çok tercih edilen lezzet duraklarından biri haline getiren isim ise, Kazım Akkuş'tan başkası değil. İngiltere'de çıktığı başarı yolculuğunda kendisini yalnız bırakmayan ortağı İbrahim Akbaş'la birlikte zorlukları birlikte göğüslemiş, başarıların mutluluğunu birlikte yaşamışlar. Sonunda da çabalarının karşılığını almışlar ve binbir emek ve zorlukla kurdukları Efes Restaurant'ı markla haline getirmeyi başarmışlar. Ortağı, can yoldaşı İbrahim Akbaş'ın vefatının ardından yoluna yeni ortağı iş adamı İbrahim Uzun ile birlikte devan eden Kazım Akkuş, yeni başarılarına imza atmaya, Türkiye'nin İngiltere'deki gururu olmaya devam ediyor. Londra şehir merkezindeki 'Efes 2 Restaurant, Great Portland Street'in yanı sıra, Doğu Londra'da hizmete giren "Efes Commercial Road" da kısa sürede, aralarında İngilizler'in, İngiltere'de yaşayan Türkler'in, Arap ve Rumlar'ın da bulunduğu farklı kültürlerce iyi bilinen birer marka haline geldi. Tabii bu başarıda, Kıbrıs Türkleri'nin de ayrı bir yeri bulunuyor.

Londra'nın lezzet durağı Efes Restaurant

Efes Commercial Road'ın resmi açılışına, Türk iş adamları yoğun ilgi gösterdi. Açılış kurdelasını ise, Türkiye'nin Londra Konsolosu Fatih Topçu ve Konsolosluk Mali İşler Sorumlusu Faruk Boztepe, birlikte kesti. Enfield Belediye Meclis Üyesi Ahmet Karahasan'ın da yer aldığı davetin konukları arasında, İngiltere'nin uluslararası tekstilcilerinden Select Yönetim Kurulu Başkanı Cafer Mahiroğlu, ağabeyi Hasan Mahiroğlu, Bi City Tekstil'in sahibi Mehmet Sar, Londra'nın ünlü Türk emlak yatırımcısı Kerem Yavuz, işadamı Ali Köroğlu, Alpino Cash and Carry'nin sahibi Erol Gülşen, Özdiller Toptancı ve Süpermarketler zinciri yöneticisi Cabbar Temmur,

Nazar Süpermarket sahibi Mustafa Has, Moss Kuaför Salonu sahibi Biral Alagöz, emlak ve bina kiralama işleri yöneticisi Hasan Şahin ve Elvan Baransel de yer aldı. İngilizler'in, Türk yemeklerini lezzetli bulduğunu ve birbirlerine önerdiklerini belirten Türkiye'nin Londra Konsolosu Fatih Topçu, krize rağmen Londra'da Türk mutfağının yükselişe geçtiğini ifade etti. Restoran yöneticileri Kazım Akkuş, İbrahim Uzun ve Sanjeen Chawla de, 38 yıllık Efes deneyimiyle büyük bir müşteri potansiyeli yakaladıklarını ve hedeflerinin bu potansiyeli daha da artırmak olduğunu vurguladılar.

Kebap Endüstrisine Emsalsiz Katkı" Ödülü

İngiltere'deki başarısını ödüllerle de perçinleyen Efes 2 Restaurant, İngiltere Parlamentosu'nda düzenlenen "Birinci Britanya Kebab Ödülleri" töreninde, gecenin en prestijli ödülünün sahibi oldu. Muhafazakar

Partili milletvekili Nadhim Zahawi'nin ev sahipliğinde yapılan törende, gecenin en prestijli ödülü olan "Kebap Endüstrisine Emsalsiz Katkı" ödülüne, EFES 2 restoranı layık görüldü. Efes 2 restoranın sahibi Bolulu şef Kazım Akkuş ve ortağı İbrahim Uzun, ödülleri Nadhim Zahawi'den aldı. Ünlü Türk şeflerinin çıktığı Bolu'nun Sazak Şeyhler Köyü'nden olan Akkuş, 1972 yılında İngiltere'ye geldi. 1974 yılında da kendisi gibi iyi bir şef olan

arkadaşı İbrahim Akbaş ile birlikte Londra'nın merkezinde Efes 1'i açtı. Daha sonra yine merkezde Efes 2'yi açan Kazım Akkuş, başta BBC ve ITV gibi yayın kurumları olmak üzere, Westminster Belediyesi ve İngiltere polis teşkilatı Scotland Yard gibi birçok kurumdan 10'a yakın ödül aldı. Akkuş, 40 yıldır Türk mutfağını en iyi şekilde temsil etmeye çalıştıklarını belirterek, "Efes 2, Londra'da artık bir marka haline geldi. Bunun takdir edilerek ödüle layık görülmesi beni çok mutlu etti" dedi. Ödül töreninde, 50'ye yakın İngiliz milletvekili de hazır bulundu. Muhafazakar Parti milletvekili Zahawi, böyle bir organizasyona ev sahipliği yapmaktan duyduğu mutluluğu dile getirerek, kebab endüstrisinin İngiltere'ye yıllık katkısının 2 Milyar Sterlin olduğunu ve İngiltere genelinde 17 bin kebab dükkanı bulunduğunu söyledi. Britanya Kebab Ödülleri için, başta milletvekilleri ve Lordlar Kamarası üyeleri olmak üzere çok sayıda kişi aday gösterdi. Ödül alanlar, sektör temsilcileri ve halk oylamaları neticesinde belirlendi.





KESDER Yönetimi ve Kemerli esnaflar sorunlarını iletmek amacıyla Anexur, Pegas Turistik, Natta Travel, DSC Managemet, Novum Turistik, Kenba Turizm, Tez Tur, Agne Tur, Miramis Turizm, Neva Travel, Sheakspeare Travel acentelerinin yetkilileri ile bir araya geldiler

Kemer Esnafları ve Turizmcileri Derneği

Ülkemizin turizm politikası sadece hanutçulara yarıyor

Kemer bölgesinde ticaret yapan orta ve küçük ölçekli işletmeler, turizmden yeteri kadar yararlanamıyor. Turizmdeki gelirlerin tabana yayılması, pozitif projelerle turizm sezonlarının uzaması ve çarşıların cazibe merkezi haline getirebilmesi konularında çalışmalar yapacağız. **HALİL ÖNCÜ**



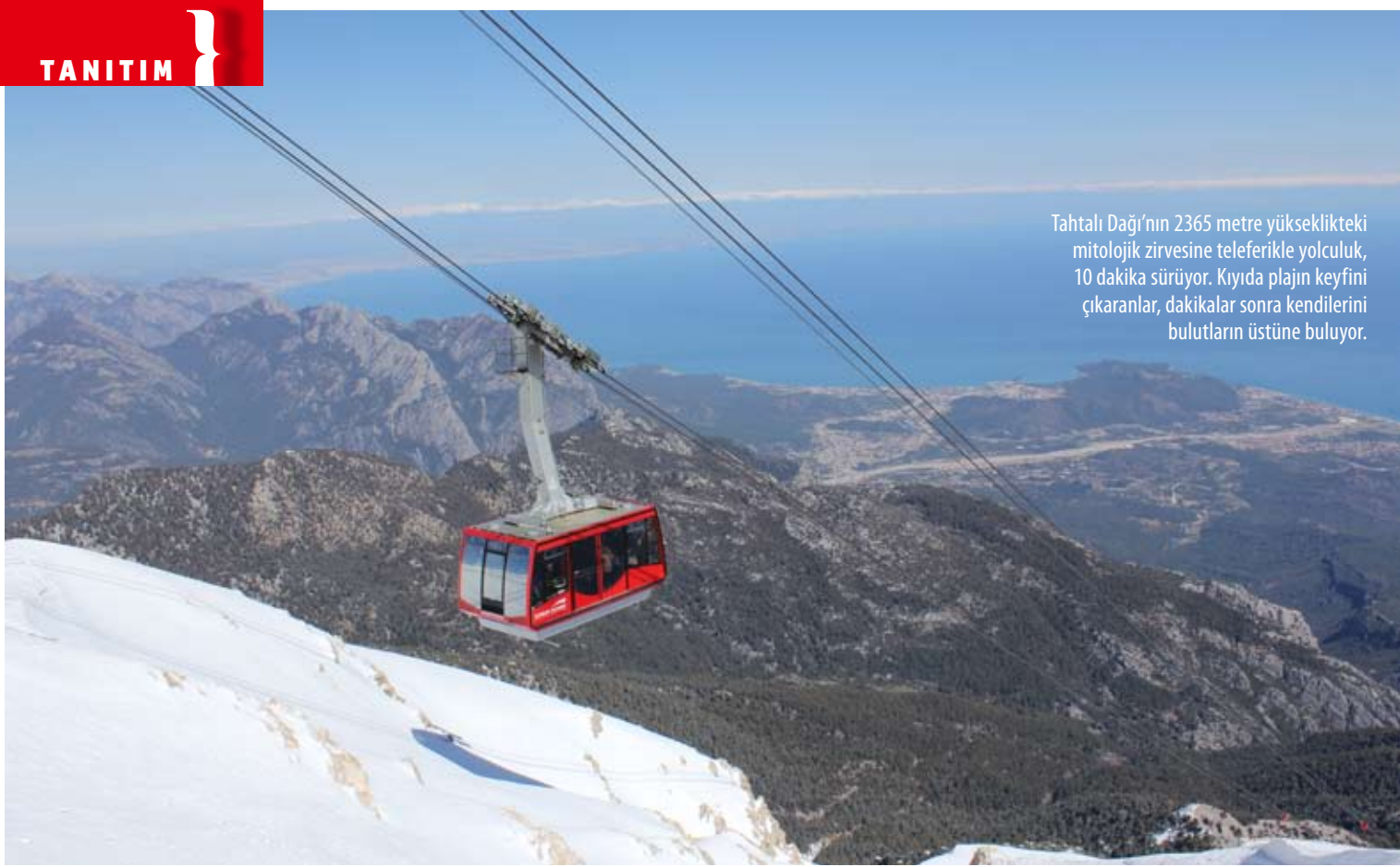
Kuruluşunun üzerinden kısa bir süre geçmesine rağmen, ses getiren çalışmalarıyla dikkat çeken Kemer Esnafları Ve Turizmciler Derneği (KESDER), kuruluş amacına uygun bir şekilde Kemer'de esnafın ve turizmcinin sesi olmaya devam ediyor. Üye sayısını her geçen gün arttıran KESDER Yönetimi, özellikle hanutçuluğa karşı verdiği mücadeleyle takdir topluyor. Bu konuda verdikleri mücadelenin sorun çözülünceye kadar devam edeceğini belirten dernek yetkilileri, Kemer bölgesinde ticaret yapan orta ve küçük ölçekli işletmelerin turizmden yeteri kadar yararlanamadığını vurguladı. Her şey dahil sisteminin turizmdeki kaliteyi düşürdüğünü, kişi başı döviz girdisini azalttığını ve çarşı merkezlerini yaşam merkezi olmaktan çıkardığını açıklayan KESDER, yaptığı açıklamada; "Ülkemizde uygulanan turizm politikasından yararlanan grup, sadece hanutçular. Seyahat acenteleri, otelciler ve çarşı esnafları ile yaptığımız toplantılarda, turizmin yeniden yapılanması ve turizmdeki tüm unsurların kendi işlerini yaparak para kazanabilir hale gelmesi şeklindeki temenni öne çıktı. Ülkemizi ziyarete gelen turistlerin köle muamelesi gördükleri tespit edildi. Hanutçular, belgeli-belgesiz rehberler ülkemizi, insanlarımızı ve çarşılarımızı değişik karalama kampanyaları ile kötüleyerek, Türk turizmine büyük zarar veriyor. KESDER Yönetim Kurulu olarak, özellikle ve öncelikle turizmdeki gelirlerin tabana yayılması, pozitif projeler ile turizm sezonlarının uzaması ve çarşıların cazibe merkezi haline getirebilmesi konularında çalışmalar yapacağız. Bölgemizde yaptığımız çalışmaların tüm turizm beldelerine örnek olmasını temenni ederiz" vurgusunu yaptı.

SeatoSky

Türkiye



OLYMPUS TELEFERİK
Tahtalı 2365m • Kemer • Antalya



Tahtalı Dağı'nın 2365 metre yükseklikteki mitolojik zirvesine teleferikle yolculuk, 10 dakika sürüyor. Kıyıda plajın keyfini çıkaranlar, dakikalar sonra kendilerini bulutların üstüne buluyor.

Önce gökyüzü seyri, ardından zirve keyfi Olympos Teleferik-Sea To Sky

Kıyıda plaj keyfi yaparken, birden kendini bulutların üzerinde bulmak. Denizden çıkıp, kartopu oynamaya başlamak. Ardarda sıralayınca sıkı bir hayal gücünün ürünü gibi görünüyor değil mi? Ama değil. Tüm bunları Antalya'da, on dakika arayla yapabilirsiniz. Nasıl mı? Olympos Teleferik'le Tahtalı Dağı'nın zirvesine çıkarak. **HALİL ÖNCÜ**

Antalya'nın turistik beldesi Tekirova'da bulunan Olympos Teleferik, kurulduğu günden bu yana binlerce insanı zirveye taşıdı. Dünyanın hemen her ülkesinden ve her yaştan turiste seyir keyfi yaşatan Olympos Teleferik, ünlü tur operatörlerinin de seyahat paketleri arasında yer alıyor. Yerli ve yabancı turistlerin tatillerini ayrıcalıklı kılan, onlara özel bir macera yaşatan ve tatil anılarının en güzellerinden biri olarak hafızalarda yer eden Olympos Teleferik, Antalya'nın en önemli turizm değerleri arasındaki yerini aldı.

Tahtalı Dağı'nın 2365 metre yükseklikteki mitolojik zirvesine teleferikle yolculuk, on dakika sürüyor. Kıyıda plajın keyfini çıkaranlar, dakikalar sonra kendilerini bulutların üstüne buluyor. Hava açıksa Antalya'nın hemen bütün kıyıları, dağları ve uçsuz bucaksız Akdeniz seyredilebiliyor. Bazen de zirvede, kar sürpriziyle karşılaşabiliyor. Özel günleri daha da özel kılmak isteyenler, Sevgililer Günü, Anneler Günü, bayram, evlilik yıldönümü, hatta nişan ve nikah törenleri bile teleferik içinde ya da zirvede kutlayabiliyor. Müzik, resim, fotoğraf gibi sanatlarla ilgili olanlar da dağın verdiği özgürlük duygusunu yerinde yaşamak için, Olympos Teleferik'i tercih ediyor.

Tabii Olympos Teleferik'le seyir keyfi, bununla sınırlı kalmıyor. Yolculuğun ardından, seyir keyfi yerini zirve keyfine bırakıyor. 360 derecelik açıyla panoramik seyir keyfi yaşatan Shakespeare Mountain Restaurant,



Dünyaca ünlü İsviçreli Teleferik firması Garaventa&Doppelmayr ortaklığıyla yapılan Olympos Teleferik'te, 80 kişilik iki kabin bulunuyor

konuklarına zirvede lezzet şöleni sunuyor. Tesis, misafirlerine zirvede her türlü yemek ve içecek hizmeti en iyi şekilde veriyor. En son teknolojiler kullanılarak inşa edilen tesis, güvenlik açısından endişe yaratmayacak şekilde oluşturulmuş.

Dünyaca ünlü İsviçreli Teleferik firması Garaventa&Doppelmayr ortaklığıyla yapılan Olympos Teleferik'te, 80 kişilik iki kabin bulunuyor. Kabinler kış sezonunda her gün sabah 10:00 ile akşam 17:00 saatleri arasında her saat başı karşılıklı olarak hareket ediyor. Olympos Teleferik aynı zamanda, Avrupa'nın en uzun ve dünyanın ikinci en uzun teleferiği olma özelliğini taşıyor. Kemer'den her gün ve Antalya'dan her çarşamba, cumartesi ve pazar günü transfer hizmeti veren işletme, ana yoldan her saat başı shuttle servisi uyguluyor.



Biz inandık, güzel günler gelecek...
Esnaf ve turist yeniden buluşacak



Kemer Cad. No:10 Kemer / ANTALYA
Tel: 0 530 069 49 58 www.kes-der.org.tr
kesder@kes-der.org.tr



Fuar'da, Türkiye'nin yanı sıra Fransa, İngiltere, İspanya, Yunanistan, Kıbrıs, Malta, İsrail, İspanya gibi ülkelerin sektör temsilcileri yer aldı.

Uluslararası Utrecht Turizm Fuarı'nda TÜRKİYE'YE BÜYÜK İLGİ

Lahey Kültür ve Tanıtma Müşaviri Tataroğlu: "Ziyaretçilerin Türkiye ilgisi bizi memnun etti"
"Hollanda'dan bu yıl yaklaşık yüzde 3 oranında artışla 1 milyon 400 bin turist bekliyoruz."



Kültür ve Turizm Bakan Yardımcısı Abdurrahman Arıcı, Tanıtma Genel Müdürü İrfan Önal, Lahey Kültür ve Turizm Müşaviri Enis Tataroğlu ile birçok turizmci fuarda hazır bulundular.



Avrupa'daki başarılı turizm operasyonlarıyla dikkat çeken Corendon, Hollanda'da düzenlenen Uluslararası Utrecht Turizm Fuarı'nda ilgi odağı oldu.

Avrupa'nın en önemli turizm fuarlarından biri olan ve Hollanda'nın Utrecht kentinde 14-19 Ocak 2014 tarihleri arasında düzenlenen Uluslararası Vakantiebeurs Utrecht Turizm Fuarı'nda Türkiye, büyük ilgi gördü. Türkiye'nin Lahey Kültür ve Tanıtma Müşaviri Enis Tataroğlu, Türkiye standının ziyaretçi akınına uğradığını belirterek, bu ilginin çok memnun edici olduğunu vurguladı.

Türkiye'nin, Hollandalı turistlerin tatil tercihlerini belirlemede önemli bir yere sahip olan fuardaki en büyük beş katılımcı ülke arasında yer aldığını belirten Tataroğlu, bu yıl Hollanda pazarından artış beklendiğini ifade etti. Geçen yıl Hollanda'dan Türkiye'ye 1 milyon 300 bin turistin gittiğini, 2014'te bu sayının 1 milyon 400 bine yükselmesinin beklendiğini ifade eden Tataroğlu, "Bu yıl 43'üncüsü düzenlenen fuarda, aralarında tur operatörleri, oteller, seyahat acenteleri ve tanıtma bürolarının da bulunduğu 1500'e yakın katılımcı yer aldı. Yüz binden fazla kişinin ziyaret ettiği fuarda, Türkiye'ye gösterilen ilgi dikkate değerdi. Bu, Hollandalı turistlerin bu yıl tatil tercihlerini hangi ülkelere kullanacaklarının da göstergesi olarak değerlendirilebilir. Son 6 yıldır Hollanda pazarındaki payımız sürekli artıyor. Bu rakamlar ve tahminlere bakıldığında, Hollanda'dan bu yıl yaklaşık yüzde 3 artışla, 1 milyon 400 bin turistin Türkiye'ye gelmesini bekliyoruz" dedi.

Şu ana kadar yapılan 2014 yılı rezervasyonlarının oldukça iyi seviyede olduğunu kaydeden Enis Tataroğlu, "Hollanda pazarında rakip birçok ülke ekside olmasına rağmen, Türkiye'ye yönelik talepte yüzde 2 artış var" diye konuştu.

Edelstaal Group Yönetim Kurulu Başkanı Turgut Torunoğulları ile Thomas Cook müdürlerinden Joachim Seip ve İlhan Özmen uzun vadeli işbirliğini içeren metne imza attılar.



Hüseyin Baraner, Çanakkale'den fuara katılan Troya Hotel Sahibi Volkan Kansu ve Genel Müdürü Salih Yüksel ile birlikte



Fuarda ÖZBİ'yi Ufuk Arslan temsil etti. Standı Şenol Öztürk, Ali Öztürkmen, Yavuz Aslan ve Çağatay Vural ziyaret ettiler.



TÜROB Standı turizmciilerin ilgi odağı oldu.





OZBI

ASSOCIATION OF
HISTORICAL & BOUTIQUE
HOTELS OF TURKEY

TÜRKİYE ÖZEL BELGELİ, ÖZEL NİTELİKLİ VE BUTİK OTELCİLER
TURİSTİK İŞLETMECİLER BİRLİĞİ DERNEĞİ

Aksakal Sok. No: 2 Daire: 2 (Küçükayasofya Mah.) Sultanahmet 34400 Istanbul Turkey
Tel: +90 212 516 28 37 • Fax: +90 212 518 25 11
www.historicalhotelsofturkey.org • www.historicalandboutique.org • www.ozbihotels.org



İstanbul otellerindeki doluluk oranlar düştü

Dünyanın önde gelen veri ve analiz şirketlerinden STR Global'in otel doluluk oranları ile ilgili 2013 yılsonu raporu açıklandı. Raporda 2013 Ocak-Aralık döneminde, İstanbul ve Antalya otellerindeki doluluk oranları düşerken, Ankara'da artış gösterdi. İstanbul ve Antalya otellerinin doluluk oranlarında yaşanan düşüşe rağmen, her üç destinasyonda da ortalama günlük satılan oda bedeli geçen yıla göre artış gösterdi. Raporun ülke ve destinasyon sonuçlarına göre, Türkiye'nin 2013 yılı otel dolulukları, 2012 yılı aynı dönemine oranla %2,2'lik bir düşüş ile %63,3 olarak gerçekleşti. Türkiye, Finlandiya'nın ardından (%3,7) Avrupa'daki en büyük düşüşü yaşayan ikinci ülke oldu.

Ela Quality Resort Otel'in tamamı Özak Grubu'nun oldu

ÖZAK Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı, Aytur Turizm'in elinde bulunan yüzde 32'lik

hisseye 27,5 milyon dolar ödeyerek, Ela Quality Resort Otel'in yüzde 100'üne sahip oldu. ÖZAK Grubu, bağlı ortaklığı Aktay Turizm'in diğer ortağı Aytur Turizm'e ait yüzde 32 hisseyi 27,5 milyon dolara satın alarak Akdeniz'in en prestijli tesislerinden ve aile oteli konseptinin öncüsü Ela Quality Resort Otel'in tek patronu oldu.



Kendi toplantı odanızı kendiniz yaratın!

Mart ayında kapılarını açmaya hazırlanan İstanbul Marriott Hotel Şişli, lüks ve konforlu konaklama arayanlar kadar, iş buluşmalarına yeni bir soluk getirmek isteyenlerin de buluşma noktası olacak. Yenilikçi toplantı salonlarıyla geleceği bugünden yaşatmaya hazırlanan İstanbul Marriott Hotel Şişli, en yeni teknolojilerle donatılmış toplantı odalarıyla görsel zenginliği yüksek ve sosyal mecraların etkin olarak kullanılabildiği iş buluşmaları gerçekleştirme imkanı sağlıyor.

YÜKSEK KURUN TURİZME FAYDASI YOK



Ege Turistik İşletmeler ve Konaklamalar Birliği (ETİK) Başkanı ve Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜROFED) Başkan Yardımcısı Mehmet İşler, süregelen kur artışlarının

sanılının aksine turizmcilerin menfaatine yarayan çok olumlu bir gelişme olmadığını belirtti. Döviz değerlerinin 2013 yılı sonunda gösterdiği hızlı yükselişi ve piyasalardaki istikrarsız tabloya dikkat çeken İşler, "Turizmciler bu dönemde dövizle satış yaptıkları için toplumdaki genel kanı turizmcilerin kar edecekleri algısıdır. Ancak bu çok da doğru değildir. Bu dönemlerde sektörümüz maalesef avantajdan çok dezavantajlarla karşılaşılıyor" dedi.



GOLDEN CROWN HOTEL

Hotel Golden Crown get the delicious taste of Turkish hospitality with the services of our experienced and friendly personnel. You will be at home and comfortable in Hotel Golden Crown.

Hotel Golden Crown 34 full air conditioning standart rooms and 1 suit room. Mini bar, T.V. foreign and local music channel, central heating system, private bathroom, hair dryer, and direct phone in our all rooms. Hotel Golden Crown get the delicious taste of Turkish hospitality with the services of our experienced and friendly personnel. You will be at home and comfortable in Hotel Golden Crown. Open buffet breakfast (07:00 a.m. untill 10:00 a.m.) Restaurant capacity 60 pax, Room service, exchange Hotel Golden Crown get the delicious taste of Turkish hospitality with the services of our experienced and friendly personnel. You will be at home and comfortable in Hotel Golden Crown. In our lobby bar you can find all local and imported drinks, reception and room service is open 24 hours. Also we have got safe boxes at the rooms. It is possible to check your e-mails or send an e-mail from our internet line. We are arranging all the sightseeing tours, night shows and anatolian tours from door to door.



Lufthansa'dan yeni bir satış rekoru

Lufthansa Grubu geçtiğimiz yıl yolcu taşımacılığı alanında rekor sonuçlar elde etti. Yolcu kilometre olarak ölçülen yolcu taşımacılığı performansı 2013 yılında 209 milyar düzeyini aştı. Bu rakam bir önceki yıla göre yüzde 2.3 puanlık bir artışa denk geliyor. Böylelikle Lufthansa Şirketler Grubu 2011 yılına ait 207 milyar yolcu kilometrelik rekorun da üzerinde bir performans elde etmiş oldu.



Best Western
CITADEL
HOTEL & RESTAURANT



Best Western Citadel Hotel Leaning against the historical city walls of Istanbul, Best Western Citadel Hotel offers its pink and white colored facade to the fluorescent blue of the Marmara Sea. A wonderful location, the hotel is situated at Sultanahmet, the heart of Istanbul (Old City), 5 walking minutes from Blue Mosque, Topkapi Palace, St. Sophia. You will have a pleasant stay in our authentic, yet well-equipped 25 rooms and 6 suites. In these rooms with air-conditioning, minibar, cable TV, Wireless, direct dial phone, hair dryer, you will feel at home. An additional restaurant with 90 persons capacity continues in the millennia old building tradition of Anatolia. Marmara Cafe, with a stained glass roof and facade, offers a beautiful view of the Marmara Sea. Here you can enjoy the view while listening to the music of water splashing down from a magnificent fountain. The Best Western Citadel Hotel welcomes you with traditional Turkish hospitality



Kennedy Caddesi Sahil Yolu 32 34122 Ahırkapı - İSTANBUL / TÜRKİYE Tel.: (90) 212 - 516 23 13 Fax.: (90) 212 - 516 13 84
www.citadelhotel.com e-mail:office@citadelhotel.com



Best Western Empire Palace hotel has been awarded for excellence in service and standards. This S-Class boutique hotel offers comfort and pleasure for all travelers. Its perfect location is within walking distance of all major historical, cultural and touristic attractions of magical Istanbul like Hagia Sophia, Blue Mosque, Topkapi Palace, the Egyptian Spice Bazar, the Golden horn and many others. No matter if for a business trip or a family holiday, the loveliest and most convenient place to stay.

Adress: Hocaspa Mah. Hudavendigar Cad.
No:19 / Sirkeci - Sultanahmet / Istanbul
Phone: 0090 212 514 54 00
Fax: 0090 212 514 54 10
E-mail : info@hotelempirepalace.com

DAILY CITY TOURS



www.klashotel.com.tr



KNOWS WHERE TO GO IN ISTANBUL



Istanbul: the most inspiring city in the world




Hotel klas

www.shetours.com
shetours@shetours.com

Tel: +90 212 638 50 64
Fax: +90 212 638 50 65

www.istanbulshetour.com
info@istanbulshetour.com

Küçük Ayasofya Mh. Nakilbent Sk. Sönmez Apt. No:29/A Sultanahmet - İSTANBUL / TÜRKİYE



P R E M I U M C A V E S
C A P P A D O C I A

WWW.KAYAKAPI.COM



“ PREMIUM CAVE HOTEL OF CAPPADOCIA ”



🏠 Kayakapi Mahallesi, Kuşçular Sokak No:43, 50400, Ürgüp / Cappadocia / Türkiye

☎ +90 384 341 88 77

📠 +90 384 341 25 77

✉ contact@kayakapi.com

🌐 www.kayakapi.com



/KayakapiPremiumCaves



/Kayakapi



is a subsidiary of



DINLER HOTELS
www.dinler.com