

# İSTANBUL TURİZM ÇALIŞTAYI

20 OCAK 2020



**iSTANBUL  
SENİN**

**iSTANBUL  
SENİN**

**iSTANBUL  
SENİN**

**iSTANBUL  
SENİN**

**iSTANBUL  
SENİN**

**NBUL  
NiN**

**iSTANBUL  
SENİN**

**iSTANBUL  
SENİN**

**iSTANBUL  
SENİN**

**iSTANBUL  
SENİN**

**iSTAN  
SEN**

**iSTANBUL  
SENİN**

**iSTANBUL  
SENİN**

**iSTANBUL  
SENİN**

**iSTANBUL  
SENİN**

**iSTANBUL  
SENİN**

**NBUL  
NiN**

**iSTANBUL  
SENİN**

**iSTANBUL  
SENİN**

**iSTANBUL  
SENİN**

**iSTANBUL  
SENİN**

**iSTAN  
SEN**

**iSTANBUL  
SENİN**

**iSTANBUL  
SENİN**

**iSTANBUL  
SENİN**

**iSTANBUL  
SENİN**

**iSTANBUL  
SENİN**

**NBUL  
NiN**

**iSTANBUL  
SENİN**

**iSTANBUL  
SENİN**

**iSTANBUL  
SENİN**

**iSTANBUL  
SENİN**

**iSTAN  
SEN**

Yayın Yönetimi ve Editörlük  
**BİMTAŞ Kooperasyon ve İletişim Şefliği**

İdari Koordinatörler  
**İstanbul Turizm Platformu**  
**İstanbul Planlama Ajansı**

Tasarım Konsepti ve Yayın Kimliği  
**Tuğçe Tunç**

Basım Yeri  
**Kültür Sanat Basımevi**  
Sertifika No: 44153

Baskı Yeri ve Tarihi  
**İstanbul, Haziran 2020**

ISBN  
**978-605-7864-78-9**

İstanbul Büyükşehir Belediye İştiraki Kültür A.Ş. Yayınıdır.

# İSTANBUL SENİN

# İÇİNDEKİLER

—	ÖN SÖZLER / 11
—	ÇALIŞTAY İŞLEYİŞ YÖNTEMİ / 19
—	ANKET SONUÇLARI / 27
—	ÇALIŞTAY SONUÇLARI / 33
—	YÖNETİCİ ÖZETİ / 105
—	SONUÇ VE DEĞERLENDİRME / 111
—	KAPANIŞ KONUŞMASI / 115

## Teşekkürler

Dedeman Holding Yönetim Kurulu Üyesi Banu Dedeman ve Dedeman Otel'e katkı ve destekleri için teşekkürlerimizi sunarız.

## Yürütme Kurulu

### **İstanbul Turizm Platformu**

Özcan Biçer  
İTP Direktörü

Cumhur Güven Taşbaşı  
İTP Genel Koordinatörü

Seda Kutluk  
TÜRSAB Koordinatörü

Aylin Ogan  
TTYD Koordinatörü

Esmeray Akar  
İRO Koordinatörü

Vedat Dilber  
TURYİD Koordinatörü

Ayhan Hacıbektaşoğlu  
TÜROB Koordinatörü

Neslihan Göncü  
İTP Koordinatörü

Leyla Acar  
İTP Koordinatörü

### **İBB Kültür Daire Başkanlığı**

Hülya Muratlı  
İBB Kültür Daire Başkanı

Gül Ayşe Eken  
İBB Turizm Müdürü

# ÖN SÖZLER



## **Özcan Biçer**

İstanbul Turizm Platformu Direktörü

## **Firuz B. Bağlıkaya**

Türkiye Seyahat Acentalar Birliği (TÜRSAB)  
Yönetim Kurulu Başkanı

## **P. Oya Narin**

Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği (TTYD)  
Yönetim Kurulu Başkanı

## **Müberra Eresin**

Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB)  
Yönetim Kurulu Başkanı

## **Dr. Sedat Bornovalı**

İstanbul Rehberler Odası Başkanı



Sayın Ekrem İmamoğlu İstanbul Büyükşehir Belediyesi Başkanı seçildiği andan itibaren kentin önemli sorunlarının çözülmesi için ortak aklı, liyakati ve şeffaflığı öne çıkaran bir yaklaşım geliştirilmesi talimatını vermiştir. Bu yönde kapsamlı bir ekip tarafından yapılan çalışmalar çerçevesinde, İstanbul'un güçlü bir ekonomiye sahip, insana ve çevreye duyarlı, sağlıklı kentsel normlara kavuşması için önemli işlemlere sahip yeni organizasyonel yapıların kurulması gerektiği belirlenmiştir. Kentin mekânsal, sektörel, sosyal, kültürel birçok konuda kendine özgün değerlerini geliştirerek; toplumun, profesyonellerin, akademisyenlerin ve sivil toplum örgütlerinin içinde olacağı düşünce tankları ve yeni yönetim organları ile bu gelişmenin sürdürülebilir olarak sağlanabileceği düşünülmüştür.

İstanbul, uluslararası turizm araştırmalarında "önümüzdeki 20 sene boyunca dünyada en çok ziyaretçi çekmesi beklenen 2 kentten biri olarak" anılmakta ancak "turistik işlevleri ve turizm politikalarının yetersizliği nedeniyle bu ziyaretçi talebini karşılayamayacak büyük potansiyeli olan bir kent" olarak da tanımlanmaktadır. Bu bilgiler ışığında turizm sektörüyle birlikte proje geliştiren bir kent yönetimi anlayışının hem kentimize hem de turizm sektörüne büyük yarar sağlayacağı açıktır.

İstanbul'daki sorunların saptanması, değerlendirilmesi ve çözümlerinin bulunması ile eylemlerin planlanması amacıyla İPA (İstanbul Planlama Ajansı)'nın bir çatı organizasyon olarak kurulmasına karar verilmiştir. Ajans bünyesinde kente ait verilerin daha detaylı ve sürekli üretilmesine yönelik olarak İstanbul İstatistik Ofisi'ni, önemli konularda kapsamlı çözümler yapılabilmesi için ise Enstitü İstanbul'u, İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin ürettiği projeleri koordine etmek ve kentsel projeleri toplumun, profesyonellerin ve akademinin katılımına açmak için İstanbul Projeleri Koordinasyon Merkezi'ni ve tüm bu çalışmalara dayanarak İstanbul'u geleceğe hazırlayacak olan Vizyon 2050 Ofisi'ni kuracaktır.

İTP - İstanbul Turizm Platformu bu düşünceler çerçevesinde kurulacak olan kapsamlı katılım ve yönetim yapılarından ilkidir. İBB Başkanı Sayın Ekrem İmamoğlu tarafından verilen talimatla Haziran 2019'da çalışmalarına başlayan platform, 18 Kasım 2019 tarihinde kamuoyuna yapılan duyuru ile aktif olarak çalışmaya başlamıştır. Platformumuza sektörün önemli kurumları ile ilişkilerimizi geliştirmek amacıyla danışmanımız Sayın Cumhur Güven Taşbaşı Genel Koordinatör olarak atanmıştır.

Geçtiğimiz süre içinde sektörün tüm önemli örgütleri, üniversiteler, duayenler ile bilgi alışverişinde bulunarak, turizmin kentimizdeki bekleyen konuları ve çözümleri genel olarak değerlendirilmiştir. Bunun yanı sıra uluslararası, ulusal ve kentimizdeki turizme yönelik tüm kaynaklar İTP bünyesinde incelenmeye başlamıştır.

İstanbul Turizm Çalıştayı, İstanbul'daki kent yönetimi ile sektörün bu yeni dönemde birlikte attığı ilk adımdır. Çalıştay bünyesinde saptadığımız konu başlıkları altında yapılan çalışmalar kısa süre içinde derlenerek size ulaştırılacak, sonrasında İTP bünyesinde kurulacak olan çalışma gruplarında, çalıştay kapsamında yapılan saptamalar üzerinden yeni kurum ve kişilerin katılımıyla genişleyerek projeler olarak geliştirilmeye ve uygulanmaya devam edilecektir.

Bir sonraki adımda İstanbul Turizm Vizyon Belgesi, tüm katılımcı kurum ve kuruluşların ortak imzasıyla geliştirilerek, İstanbul turizminin geleceğine dair temel doküman haline getirilecektir.

Devamında yine tüm kurum ve kuruluşların katılımı ile birlikte İstanbul Turizm Master Planı üretilerek kentteki turizm işlevinin İstanbul'un kendine has doğal, kültürel ve mekânsal niteliklerini koruyacak ve zenginleştirilecek şekilde sağlıklı yapılmasını sağlayacak kararlar turizm sektörü ile birlikte geliştirilecektir.

Çalıştaya katılan tüm İBB yöneticilerimize, konsolosluk temsilcilerine, uluslararası ve ulusal kuruluşların temsilcilerine, akademisyenlerimize, sivil toplum örgütü temsilcilerimize, duayenlerimize, gönüllülerimize turizmin sorunlarının kapsamlı olarak saptanması, çözüm önerilerinin geliştirilmesi konusunda bize verdikleri destek için ayrı ayrı teşekkür ediyorum.

Sevgi ve saygılarımla

**Özcan Biçer**  
Y.Kent Plancı,  
İstanbul Turizm Platformu Direktörü



İstanbul, kıtaları ve medeniyetleri buluşturan, çağlar boyunca farklı uygarlık ve kültürlerle ev sahipliği yapmış benzersiz bir destinasyon. 8 bin yılı aşan tarihi geçmişiyle 3 imparatorluğa başkentlik yapan İstanbul, sahip olduğu tüm değerlerle dünyanın dört bir yanından turist çekiyor.

2019 yılı itibariyle 200 ülkeden yaklaşık 15 milyon yabancı ziyaretçi ağırlayan İstanbul şüphesiz ki dünya turizminde çok önemli bir marka kent konumuna geldi. Bununla birlikte İstanbul'un var olan marka değerini daha da üst noktalara taşıyacak, destinasyon imajımızı güçlendirecek adımların atılması da büyük önem taşıyor. Bu çerçevede İstanbul Büyükşehir Belediyesi tarafından düzenlenen İstanbul Turizm Çalıştay; sağlık turizminden alışveriş turizmine, inanç turizminden kongre turizmine, gastronomi turizminden kültür turizmine kadar İstanbul'u farklı turizm alanlarında geliştirecek projeler için çok önemli bir zemin oluşturdu.

Çalıştay'da İstanbul turizmi için kültür ve sanatın ön plana çıkarılması İstanbul turizmine önemli katkı sağlayacaktır. Zira dünyada adı uluslararası kültür, sanat etkinlikleri ve festivaller ile özdeşleşen ve bu etkinliklerin önemli bir çekim merkezine dönüştürdüğü birçok destinasyon bulunuyor. İstanbul; köklü geçmişi, tarihi, kültürü, genç ve dinamik nüfusu, 24 saat hareketli sosyal yaşamı, gelenekselle modern buluşturan yaşam tarzı ve Türk misafirperverliği ile dünyada eşi olmayan bir destinasyon. Kültür sanat etkinliklerine odaklanan bir yaklaşım ve artan uluslararası festivallerle birlikte İstanbul'un tüm dünyada daha görünür bir kent olacağına inanıyoruz. TÜRSAB olarak İstanbul'un kültür, sanat hayatına ve turizmine her türlü katkıyı vermeye hazır olduğumuzu ifade etmek istiyorum.

**Firuz B. Bağlıkaya**  
Turizm Acentalar Birliği (TÜRSAB)  
Yönetim Kurulu Başkanı



Turizm Türkiye ekonomisinde lider bir sektör konumuna gelmiştir. Bu anlayışla kurulan İstanbul Turizm Platformu, İstanbul markasının bir çatı altında bütüncül olarak yönetilmesi açısından son derece önemlidir. Bu sayede sektör açısından çok önemli olan ve dünyanın da kabul ettiği 'Destinasyon Yönetim Modeli' örneği İstanbul kenti özelinde başlamış bulunmaktadır. Bu platform diğer tüm turizm şehirlerine de örnek olmalıdır.

İstanbul Turizm Platformu sektöre ait STK'ları bir araya getirerek ortak akılla sorunları tespit etmek ve akabinde çözüm üretmek şeklinde bir çalışma şekli benimsemiştir.

Bu bakış açısıyla İTP çatısı altındaki sektörün tüm paydaşları ile birlikte sektöre ve İstanbul markasına büyük bir katkı sunacaktır.

TTYD olarak da bu platformda yer almaktan ve destek olmaktan büyük mutluluk duymaktayız.

**P. Oya Narin**  
Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği  
(TTYD) Yönetim Kurulu Başkanı





Turizm sektörü şüphesiz ki ülkemizin belkemiğidir. Şehrimiz İstanbul ise tarihi, kültürel ve sosyal mirası ve zenginliği ile turizmde en önemli markamızdır. Günümüzde turizmin gelişimi ve sürdürülebilirliğinin tek yolunun doğru bir yönetim ve planlama sistemi olduğunu görüyoruz. Dünyanın en önemli ve başarılı turizm destinasyonlarının arkasındaki güç ise sektörel sinerji ve aktif bir yönetim mekanizması.

Dolayısıyla İstanbul Büyükşehir Belediyesi İstanbul Turizm Platformu'nun bu anlamda bizi ileriye taşıyacak, hızlı ve verimli aksiyon almamızı sağlayacak bir girişim olduğunu düşünmekteyiz. İstanbul Turizm Çalıştay'ı da sektörü bu anlamda bir araya getiren, şehre 360 derece bütüncül bir yaklaşımın gerekliliğini ortaya koyan güzel bir başlangıç olmuştur. Bu platformun, şehrin var olan sorunlarının tespiti ve çözümü konusunda biz turizmciler ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi arasında güçlü bir köprü olacağına inanıyoruz. TÜROB olarak bu platformda yer almaktan ve destek olmaktan mutluluk duyuyoruz.

**Müberra Eresin**  
Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB)  
Yönetim Kurulu Başkanı



İstanbul'unumuzun ve Türkiye'mizin hiç susmamacasına anlatılacak güzelliklerini aktarabildiğimiz bir mesleğin mensuplarıyız. Sıklıkla söylediğim gibi "eğer biz rahat ediyorsak ve mutluyuz turistimiz de rahat ediyor ve mutlu oluyor". Bunu genele yaydığımızda çok iyi bir noktadan başlamış bir kentiz, bir ulusuz.

Toplumsal ana değer ve alışkanlıklarımızla turizm için ne gerekiyorsa her şey hazır aslında. Toplu taşıma araçlarında nezaketle yer vermek, misafirperver olmak gibi.

Turistik semtlerde hanutçu, mesleğini kötüye kullanan taksici ve mağazalar, İstanbullu olmayı turistlerimize her zaman tam uygun görmediğimiz anlar ve yerler yaratabiliyorlar.

İstanbul Rehberler Odasına mensup 5.000 Turist Rehberi olarak her gün yüzlerce turiste hizmet veriyoruz.

Dünya çapında en pahalı markalar bugün veri satıyor. Biz de artık böyle bir platformda turistlerimizin, bizim ve kentimizin her gün yaşadıklarını gerçek ve doğru veriler olarak dolaysız aktarabileceğimiz bir ortam bulmuş durumdayız.

Bunu çok güzel bir başlangıç olarak görüyorum. Çok iyi bir yolda ilerliyoruz. Dile getirilen tahmin ve rakamların çok üstüne çıkacağımızdan eminim.

Sayın Başkanımız Ekrem İmamoğlu'na, böyle bir platform kurmuş olduğu için, gerçekten İstanbul'unuzu turizme birkaç adım daha ileri götürme yolundaki iradesi için şahsım, meslektaşlarım ve kurumum adına şükranlarımızı arz ediyoruz.

**Dr. Sedat Bornovalı**  
İstanbul Rehberler Odası Başkanı

# ÇALIŞTAY İŞLEYİŞ YÖNTEMİ

Çalıştay; bir ana moderatör yönetiminde, tematik olarak sınıflandırılmış toplam 28 masada, 252 masa katılımcısı ile 3 oturumda gerçekleştirilmiştir. Her masada önceden belirlenmiş bir moderatör ve bir raportör görev almıştır.

I.Oturum

II.Oturum

III.Oturum



## I. Oturum

Fikir Tepsisi ve Anket bölümü gerçekleştirilmiştir. Fikir tepsisi için yöneltilen "İstanbul'u bir turizm destinasyonu olarak değerlendirdiğinizde markalaşma vizyonunda yer alması gereken kelimeler neler olmalıdır? İstanbul'un gelecekteki imajı, İstanbul denilince turizm çevrelerinde ve turistlerde oluşması gereken algı hangi kelimelerden meydana gelmelidir?" sorularına cevapların tematik olarak değil, İstanbul Turizmi düşünülerek yanıtlar verilmesi istenmiştir.

### Fikir Tepsisi Yöntemi Nedir?

1. Her masaya "fikir tepsisi" (A3 kâğıtlar) ve katılımcılara post-it'ler verilir.
2. Her katılımcı bir post-it'e 1 veya 2 kelimeyle konuyla ilgili fikrini yazarak masanın ortasında yer alan fikir tepsisine post-it'i yapıştırır.
3. Her katılımcı birden fazla post-it'le birden fazla fikir belirtebilir, fakat her bir fikir için bir post-it kullanmalıdır.
4. Fikir üretme tamamlanıncaya kadar devam eder.
5. Fikir üretme aşamasında katılımcılar birbirleriyle konuşmazlar.
6. Fikir tepsileri masayla ilgilenen personele iletilir.

30 dakikalık sürenin ardından anket bölümüne geçilmiştir.

Ana moderatör anket sorularını açıklayarak katılımcıların keypad aracılığıyla oylama yapmasını talep etmiştir. 4 ana soru başlığı altında 33 maddenin İstanbul turizmi düşünülerek puanlanması istenmiştir. Moderatörün yönlendirmesiyle anket soruları yanıtlanmış ve anında sonuçlar yansızdan takip edilmiştir.

## II. Oturum

Çalıştayın ikinci bölümünde "Tematik Sorunların Tespiti" çalışması yapılmıştır. Masadaki temalara göre sorunlar tartışılmış ve en az 3 en fazla 5 öncelikli sorun belirlenmiştir.

## III. Oturum

Çalıştayın üçüncü bölümünde "Tematik Çözüm Önerilerinin Tespiti" çalışması yapılmıştır. Burada, II. Oturum 'da masalarda belirlenen öncelikli en az 3, en fazla 5 soruna yönelik çözüm önerileri konuşulmuştur.

Masalarda görev alan raportörler konuşulan konuları, tematik sorunları ve çözüm önerilerini raporlamış, masa çalışmaları sonucunda alanda görev alan uzman ekibe notları iletmiştir. Uzman ekip, tematik sorunlar ve çözüm önerileri üzerinden kelime bulutu hazırlamış, çalıştayın kapanış bölümünde İstanbul'da turizme yönelik öncelikli sorunlar ve çözüm önerilerine ilişkin genel değerlendirme yapılarak katılımcılara aktarılmıştır.

20   
TURİZM TEMASI

248   
KATILIMCI

31   
YUVARLAK MASA

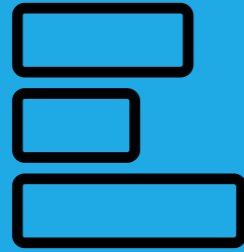
56   
RAPORTÖR

# KELİME BULUTU

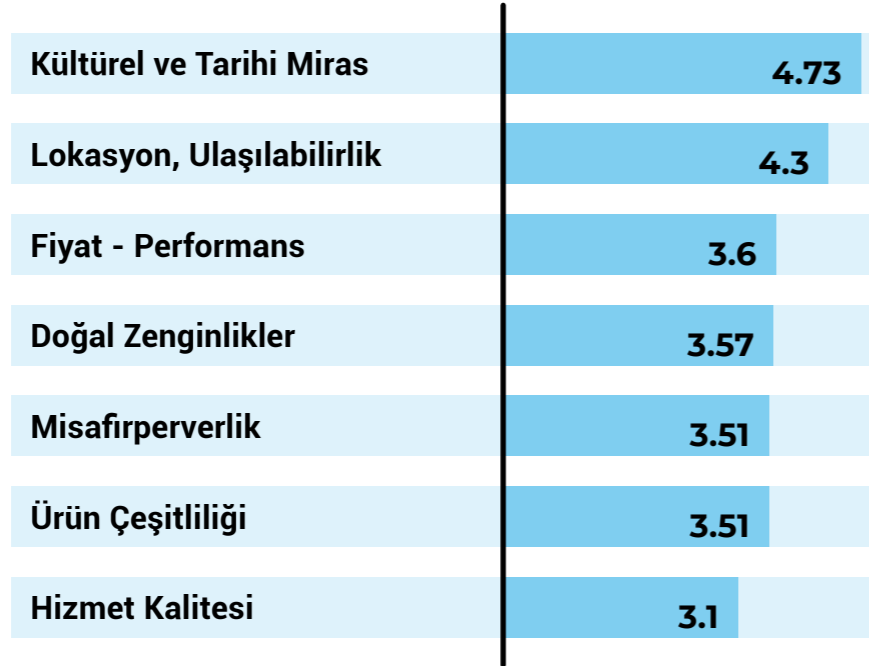




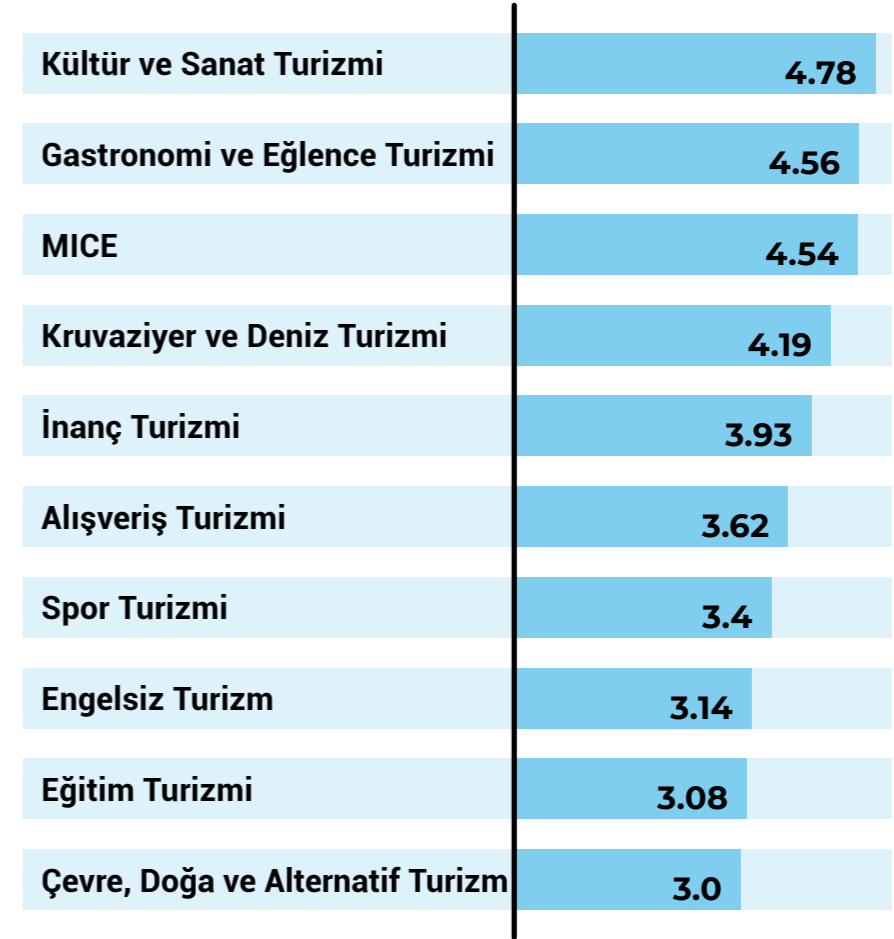
# ANKET SONUÇLARI



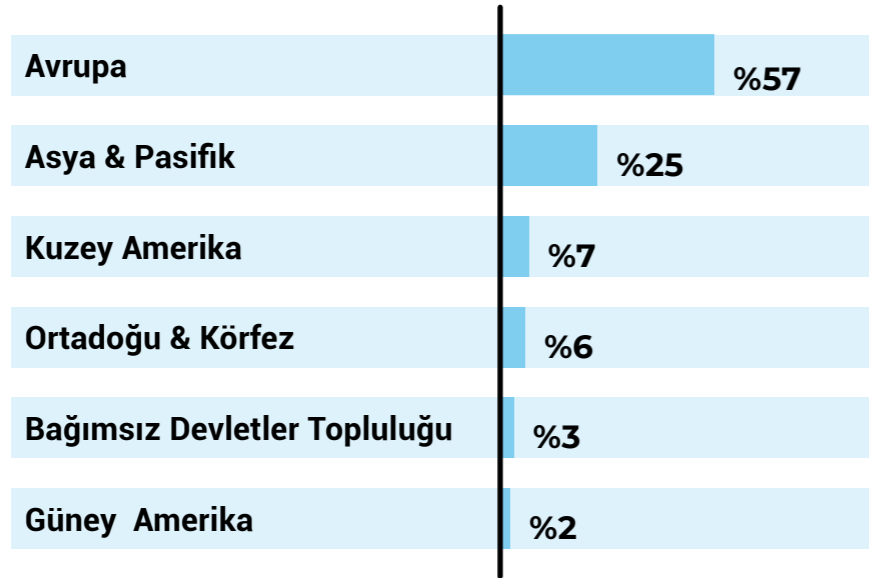
**Sizce İstanbul'un Turizmde Rekabet Açısından  
Dünyadaki Rakiplerine Karşı Sahip Olduğu  
Avantajlar Nelerdir?**



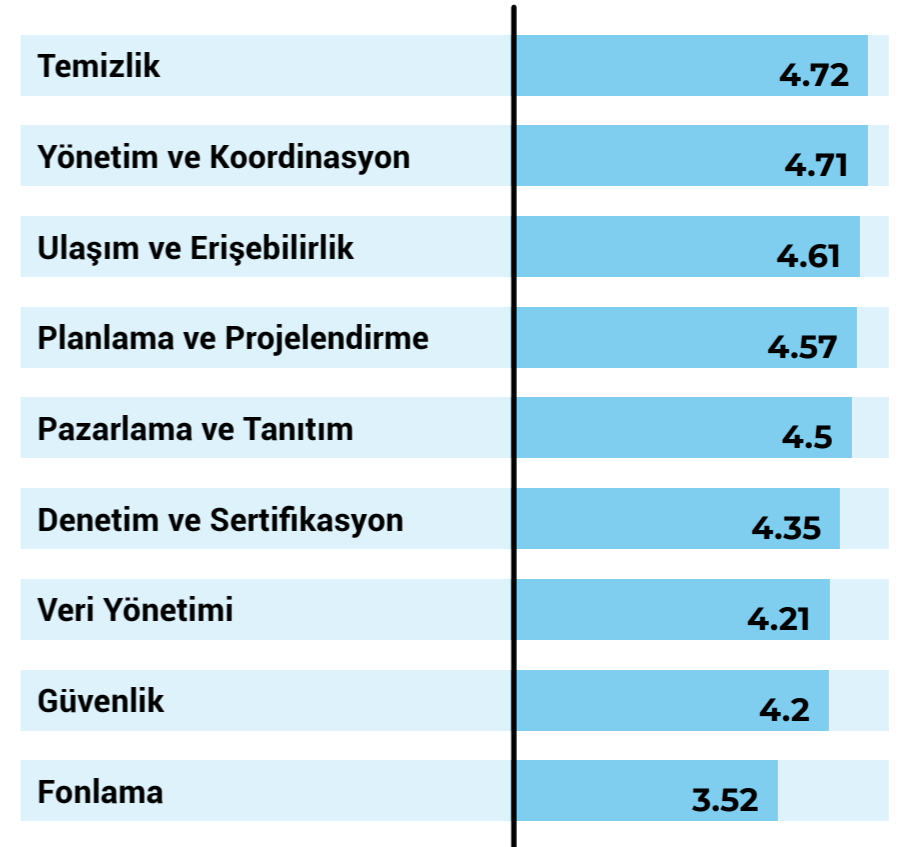
**Sizce İstanbul'da Gelecek 5 Yılda En Öne  
Çıkması Gereken Turizm Tipi Hangisidir?**



**Sizce İstanbul'un Turizm Vizyonunda  
Öncelikli Hedef Kitle Aşağıdaki  
Bölgelerden Hangisi Olmalıdır?**



**Sizce İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin,  
İstanbul'da Destinasyon Yönetimi ve Turizm  
Alanındaki En Önemli Görevi Ne Olmalıdır?**





# ÇALIŞTAY SONUÇLARI



Akıllı Turizm  
Alışveriş Turizmi  
Çevre ve Alternatif Turizm  
Destinasyon Yönetimi  
Eğitim Turizmi  
Engelsiz Turizm  
Event  
Festival  
Fuar  
Gastronomi ve Eğlence  
Güvenlik  
İnanç Turizmi  
İstanbul Rotaları  
Kongre  
Konsolosluklar  
Kruvaziyer ve Deniz Turizmi  
Kültür ve Sanat  
Kültürel Miras  
Pazarlama ve Tanıtım  
Sağlık Turizmi  
Spor  
Tarihi Çarşılar  
Turizmde İnsan Kaynağı  
Yönetim ve Organizasyon



## Akıllı Turizm



Moderatör	Ünvan / Kurum
Erol Özgüner	Bilgi İşlem Daire Başkanı / İBB
Raportör	
Fatmanur Kibar	Şehir Plancısı / BİMTAŞ
Katılımcılar	
Arda Kertmelioğlu	Kurucu Ortak, CEO / PANGEA UNITED LLC
Beste Eserler	Genel Koordinatör / INFLOW Summits
Furkan Varol	Müdür / Istanbul.com
İris Gizem Yücel	Yönetici Ortak / Arcadias Tech
Talat Alkan	Kurucu, Yaratıcı Yönetmen / Muse VR
Tülin Yücel Altaş	Kurucu Ortak, CEO / PİRİ
Ufuk Balcı	Kurucu Ortak / Ayonda Danışmanlık A.Ş.
Zeynep Kantarcı	Müşteri İlişkileri Direktörü / Parlamento Reklam Ajansı

Sorunlar	Çözümler
<p>Global seyahat teknolojilerine (<i>booking.com; uber vb portallara</i>) erişim problemleri olması.</p> <p>Milyarlarca kullanıcısı olan uygulamaların Türkiye sınırlarında içeriklere erişilebilirliğin olmaması.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Medya satın alma.</li><li>▶ Dijital pazarlama.</li><li>▶ Yürüyerek cadde görünümü (<i>Street view</i>).</li><li>▶ İçerik zenginleştirme ve erişim platformlarının artırılması.</li></ul>
<p>Ödeme sistemlerindeki teknoloji problemleri olması.</p> <p>Müze gibi kültürel platformlarda ortak ödeme sistemleriyle ilgili sorunların online ödeme (<i>payment</i>) olarak çözülmemesi: Müzekart ile bütün müzelere girişin olmaması (<i>Yerebatan Sarnıcı ve Galata kulesi gibi</i>).</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Mümkünse İstanbulkart'la mümkün değilse tek bir kart ile entegrasyonun sağlanması.</li><li>▶ İBB turizm iştirakleriyle (<i>Beltur</i>) ve ilgili turizm firmalarıyla entegre olabilmeleri.</li><li>▶ Satın almanın tüketiciye sunulabilmesi.</li><li>▶ Dijitalleşmeye uyum sağlanması.</li></ul>
<p>Gelen turiste çevrimiçi bağlantı ağı (<i>ücretsiz kablosuz bağlantı gibi</i>) sağlanamaması.</p> <p>Turistik bölgelerde yabancı dil eksikliğiyle beraber yönlendirme ve bilgilendirmelerin zayıf olması.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ İnternet altyapısının sağlanması/ iyileştirilmesi.</li><li>▶ Metro ağlarında kablosuz bağlantının kullanılması.</li></ul>
<p>Ortak bir turizm platformunun olmaması; dijital ortamlarda veri yönetiminin yapılamaması ve tanıtım problemlerinin olması.</p> <p>Akıllı tanıtımlarının yapılmaması; pazarlama reklam ve iletişim problemleri; pek çok turistin Ayasofya ve Tarihi Yarımada dışında da şehirdeki kültür, sanat, spor gibi sosyal aktivitelerden haberdar olmaması.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Yıllık kültürel etkinliklerinin yer aldığı takvimlerin hazırlanması.</li><li>▶ İstanbul ana markasının bilinirliğinin artması için tüm teknolojik pazarlama faaliyetlerinin merkezi bir noktadan yönetilmesi.</li></ul>
<p>Dijital navigasyonlarda dil seçeneğinin olmaması ve yönlendirme tabelaların eksikliği.</p> <p>Uluslararası içeriklerin teşvik edilmemesi.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Navigasyon firmalarıyla görüşülerek içerik üretilmesi.</li><li>▶ Üyelik ekonomisiyle sağlanacak indirimli otel gibi fırsatlardan yararlanılabilecek sistemlerin oluşturulması.</li></ul>



## Alışveriş Turizmi



Moderatör	Ünvan / Kurum
Prof. Dr. Hüseyin Altaş	Dernek Başkanı / Alışveriş Merkezleri ve Yatırımcıları Derneği
Raportör	
Funda Kesiciocak	Şehir Plancısı / BİMTAŞ
Katılımcılar	
A. Burak Ünalı	Genel Sekreter / Türkiye Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Federasyonu
Arif Yener	- / Hür Haber Ajansı
Aydın Ağaoğlu	Onursal Başkan / Tüketici Başvuru Merkezi
Didem Aydın	Genel Müdür / Zorlu Gayrimenkul
Günöz Atakan	Genel Sekreter / Alışveriş Merkezleri ve Yatırımcıları Derneği
Murat Yıldız	Başkan / TMD Tescilli Markalar Derneği
Osman Dolapçı	Satış Yöneticisi / İstanbul Akvaryum
Sinan Öncel	Yönetim Kurulu Başkanı / Birleşmiş Markalar Derneği(BMD)
Tankut Tonger	Yönetici Direktör / İstanbul Tema Park
Volkan Yaka	Danışma Kurulu Üyesi / İstanbul Kültür Elçileri Derneği
Yonca Aközer	Genel Müdür / ALKAŞ

### Sorunlar

Sektör çalışanlarının yabancı dil konusunda yetersiz olması ve turistlerin kente girdikten sonra tüm faaliyetlerinde iletişim sorunu yaşaması.

### Çözümler

- ▶ İstanbul'un kültür sanat başkenti olması için bu konuda nitelikli personellerden oluşan birimler oluşturulması ve bu hedef doğrultusunda tüm şehir nüfusunun sahiplenici bir kültürel altyapıya kavuşturulması (*bu doğrultuda eğitim hizmetlerinin sağlanması*).
- ▶ MEB tarafından "Küçük rehberler" adı altında atölye dersleri planlamasının yapılması.
- ▶ Ülke içi öğrenci değişim programları uygulanarak, şehrin kültürel ve tarihsel yapısının ülke geneline anlatılması.
- ▶ Turistlerin ülkeye giriş anında dijital uygulamalar ile karşılanması.
- ▶ Turistlerin acil durumlarda doğrudan iletişime geçebileceği bir hattın belirlenmesi.
- ▶ Üniversite mezunu işsiz gençlere İstanbul'u tanıtmaya üzerine eğitimler verilerek turizm elçisi görevlerinin oluşturulması.
- ▶ Başta Çince ve Arapça olmak üzere yabancı dil eğitimlerinin verilmesi.

İstanbul'un "cazibe merkezi" tanımından uzaklaşmış olması.

- ▶ Turizm sektörüne doğrudan ya da dolaylı etki eden ulaşım, sağlık, iletişim vb. tüm iş kollarının %100 denetlenebilir olması.
- ▶ İmaj yönetimi; İstanbul'un imajının yeniden oluşturulması.
- ▶ Kentin belli caddelerinin ihracat merkezi haline getirilmesi.
- ▶ Yurtdışına çıkan her vatandaşın şehri ve ülkesini tanıtmaya.
- ▶ İstanbul için yapılan tüm hizmetlerin denetlenmesi.
- ▶ Kentin kültürel değerlerinin ve sembollerinin markalaştırılması.
- ▶ Kapalı Çarşı'nın gerçek markalarla alışverişe açılması.

İstanbul'a gelen turist niteliğinin düşmüş olması.

- ▶ Uluslararası pazarlama faaliyetlerinde bulunulması, şehrin tarihi ve kültürel geçmişini anlatan çalışmalara destek verilmesi, kültür elçileri oluşturulması.
- ▶ Başta inanç çeşitliliği olmak üzere sağlık ve spor gibi alanları da dahil ederek alternatif turizm kollarının tanıtımlarının sağlanması.



## Çevre ve Alternatif Turizm



### Moderatör

Ayfer Kuralay

### Ünvan / Kurum

Doğa Gençlik, Spor ve Alternatif Turizm İhtisas Başkanı / TURSAB

### Raportör

Aslı Aygün Öztürk

Şehir Plancısı / BİMTAŞ

### Katılımcılar

Esra Yazıcı Gökmen  
Gökalp Durmaz  
Mehmet Demir Özdemir  
Nadir Kadakal  
Sinan Hatipoğlu  
Timur Uzunoğlu  
Yeşim Yeşiltaç

Bölüm Başkan Yardımcısı / TEMA VAKFI  
Kulüp Başkanı, Öğrenci / MSGSÜ Fotoğraf Kulübü  
Kulüp Başkanı, Öğrenci / MSGSÜ Sörf Kulübü  
İcra Kurulu Üyesi, Genel Müdür / DEDEMAN OTEL  
Kulüp Başkanı, Öğrenci / BİLGİ ÜNİ. Bilgi Güncel Sanat Kulübü  
Incoming Turizm Komitesi Başkan Yardımcısı / AST TURİZM  
Yönetici Ortak, Satış-Pazarlama Müdürü / TARDES TURİZM

Turizm sektöründeki kurumlar arası koordinasyonun yetersiz olması.

- ▶ Sektördeki kurumların tek bir hedefe odaklanarak Turizm Master Planı'nın ve tüm kurumların güncel verileri sürekli paylaşıyor olması.
- ▶ Turistlerin şikayetlerini ve memnuniyetlerini tespit etmek için anketlerin yapılması.

İstanbul alışveriş festivali konseptinin yetersiz kalması.

- ▶ İstanbul alışveriş festivali yerine "şehir festivali" konseptinin getirilmesi ve festivalin şehirde faaliyet gösteren tüm sektörleri kapsayacak şekilde tek bir takvim haline getirilmesi.
- ▶ Türkiye'nin konser takvimine yeniden dahil edilebilmesi ve ünlü isimlerin ülkemizde konser vermelerinin sağlanabilmesi.

## Sorunlar

İstanbul'un doğal ve kültürel kimliğinin korunamaması.

## Çözümler

- ▶ Doğal eşiklerin her ölçekteki plan faaliyetlerinde esas olarak alınması. Örneğin; kent çeperlerindeki tarım alanlarının yeni gelişme alanı olarak gösterilmemesi.
- ▶ Kentin hafıza noktalarındaki mimari kimliğin düzenlenmesi. Bu semtlerin esnafına sürdürülebilir turizmin anlatılması. Esnafın denetlenmesi ve ruhsatsız iş yerlerinin önüne geçilmesi. Beyoğlu gibi tarihi semtlerde kimliği yansıtmayan, tek bir müşteri grubuna yönelik hizmet veren işletmelerin yoğunlaşmasının önüne geçilmesi.
- ▶ İstanbul'un sembolü haline gelmiş değerlerinin sürdürülebilirliğinin sağlanması. Semtlerde tabela standartlarının belirlenmesi ve dükkan yönlendiricilerinin önüne geçilmesi.

Eğitim, bilgilendirme ve altyapı gibi alanların yetersiz olması ve bilgi kirliliği yaşanıyor olması.

- ▶ Var olan karavan kamp alanlarının, yürüyüş rotalarının ve diğer alternatif turizm alanlarının yeterliklerinin yerine getirilmesi ve bu alanların öncelikle İstanbulluya duyurulması. Bu alanların toplu taşıma ile ulaşılabilir ve her kesim tarafından erişilebilir olmasının sağlanması.
- ▶ Okullarda alternatif turizmde çevre bilinci konusunda bilgilendirme yapılması.
- ▶ Alternatif turizm tesislerinin denetimlerinin (*saha yönetimi, kapasite yönetimi, ekipmanların yeterlilikleri, sahanın güvenliği, çevreye ve ekolojik dengeye uygunluğu*) bir standarda bağlanması ve uygulanması. Kullanıcıların bilgilendirilmesi.
- ▶ Şehir içindeki bisiklet yollarının sürekliliğinin sağlanması. Bisikletin bir ulaşım aracı olarak görülmesi ve yolların buna göre düzenlenmesi.
- ▶ İstanbul ve çevresine öğrencilere yönelik şehir ve doğa gezileri düzenlenmesi. Okullarda izcilik faaliyetlerinin eğitim müfredatına ve programlarına yeniden dahil edilmesi.
- ▶ Alternatif turizm alanlarının engelsiz turizme uygun hale getirilmesi.

- ▶ Kent içinde belediyenin belirli bölgelerde alternatif turizm eğitim alanlarını kurması ve bu imkanı koruma ve kollama esas alınarak kentliye bedelsiz sunması.

Doğal çevrenin ve biyolojik çeşitliliğin korunmaması.

- ▶ İstanbul'un biyolojik çeşitlilik envanterinin geliştirilmesi ve güncellenmesi. Bu konuda vatandaşlara yönelik bilgilendirme ve farkındalık çalışmalarının başlatılması. (Örneğin bu sene İstanbul Boğazından geçen pek çok sayıda yelkovan kuşlarının balıkçı oltalarına takılarak ölmesi).
- ▶ İstanbul'a özgü endemik türlerin (özellikle flora açısından) yaşam alanlarının belirlenmesi.
- ▶ Doğal koruma alanlarının korunması ve yapılaşmaya açılmaması.

Karbon salımı denetimlerinin yapılmaması.

- ▶ Kirlilik oranı %100 olan atık sularda biyolojik arıtma sistemlerinin uygulanması.
- ▶ Katı atıklar konusunda kaynağında ayrıştırma ve geri dönüşüm uygulamalarının tüm şehirde yaygınlaştırılması.

Kanal İstanbul Projesi'nin tüm alternatif turizm alanlarını tehdit etmesi.

- ▶ Projenin iptal edilmesi. Böyle büyük projelerin sadece proje bazında değil bölge ölçeğinde bütüncül şekilde değerlendirilmesi.



## Destinasyon Yönetimi



Moderatör	Ünvan / Kurum
Cem Kinay	Başkan / Cem Kinay Experience Design
Raportör	
Erdi Kaya	Şehir Plancısı / BİMTAŞ
Katılımcılar	
Akif Koca	Direktör / PWC
Ali İmdat Uçar	Genel Müdür / Ramada İstanbul Taksim Hotel
Ferda Kertmelioğlu	Yönetim Kurulu Üyesi / Pangea, One İstanbul
Göksenin Kürkçü	Direktör / DİVAN A.Ş.
Hüseyin Baraner	Yurtdışı Temsilciliği / TÜRSAB
İlker Ünsever	Hukuk Başdanışmanı / TÜRSAB
İsmail Taşdemir	Genel Sekreter / TÜROB – Türkiye Otelciler Birliği
Mustafa Kılıç	Başkan Yardımcısı / Laleli Otelciler Platformu

### Sorunlar

Güvenlik ve Güvenilirlik:

- ▶ Hukuki,
  - ▶ Adli,
  - ▶ Standardizasyon,
  - ▶ Kişisel,
  - ▶ Hijyen,
- gibi alanlarda eksikliklerin yaşanması.

### Çözümler

- ▶ Denetim, sınıflandırma ve yetkilendirme belgeleme ile desteklenirken özel sektörün de bu süreçlere dahil edilmesi.
- ▶ Kentin tüm kamusal mekânlarında aydınlatmanın sağlanması.
- ▶ Turizm polisi gibi alışveriş güvenliğini sağlayacak mekanizmanın oluşturulması.
- ▶ Alo 153'ün kentliler dışında turistler tarafından da kullanımının sağlanması ve teşvik edilmesi.
- ▶ İbb'nin, yabancı dil çeşitliliğinin sağlanması, farklı kategorilerde yönerge ve şikayetlerin toplanabilmesi gibi konularda enformasyonu daha etkin kullanabilmesi.
- ▶ Güvenlikle ilgili risk haritasının oluşturulması ve ilgili birimlerle önleyici tedbirler konusunda birlikte çalışılması.

Tanıtım, Markalaşma ve Pazarlama:

- ▶ Strateji,
  - ▶ Marka-logo-ikon,
  - ▶ Dijitalleşme,
  - ▶ Mikro (semt) tanıtım,
  - ▶ Big Data,
- gibi alanlarda eksikliklerin yaşanması.

- ▶ Akılda kalıcı bir kent markası oluşturulması ve özellikle dijital platformlarla yaygınlaştırılması.
- ▶ Hedefi küçültüp daha çok odaklanmış monografik turizmin yaygınlaştırılması.
- ▶ İstanbul adına her ilçe belediyesinin kendi turizm potansiyelini ve yönelimini bulması.
- ▶ Tanıtım fonunun etkin kullanılması.
- ▶ Tanıtımda dijital kanalların daha etkin kullanımının sağlanması.
- ▶ İstanbul'a yönelik tanıtım açısından dijital uygulamaların geliştirilmesi.

Ulaşım ve Trafik:

- ▶ Turistik taşımacılığın genel taşımacılıktan ayrılması (D2),
  - ▶ Taksilerin nitelsiz ve yetersiz olması,
  - ▶ UBER'in ülkemizde olmaması,
- gibi alanlarda eksikliklerin yaşanması.

- ▶ UKOME'de turizme yönelik politikaların oluşturulması.
- ▶ İstanbulKart'ın, MüzeKart benzeri bir formatta turistlere yönelik geliştirilmesi.
- ▶ D2 belgesinden vazgeçilmesi veya taşımacılık ile turist taşımacılığı kavramlarının ayrıştırılması.
- ▶ Taksi şoförlerinin daha kapsamlı eğitime tabi olması ve denetlenmesi (Berlin örneği).



## Eğitim Turizmi



### Moderatör

### Ünvan / Kurum

Yüksel Türemez

Boğaziçi BTK Başkanı / TÜRSAB

### Raportör

Eray Candan

Şehir Plancısı / BİMTAŞ

### Katılımcılar

Ahmet Çelik  
Armağan Yağcı  
Ayla Heyfegil  
Bülend Arıduru  
Bülent Demirci  
Deniz Akar  
Göksenin Atamer İleri  
Recep Sözer  
Servet İtik

Yönetim Kurulu Üyesi / İstanbul Otelciler Odası  
Yönetim Kurulu Üyesi / İRO (İstanbul Rehberler Odası)  
Kurucu / Servotel  
Öğretim Üyesi / İstanbul Aydın Üniversitesi  
Genel Koordinatör / TOSHİD  
Genel Müdür / Yurtdışı Yurtiçi Eğitim Turizmi  
İstanbul Gönüllüleri Üyesi / İstanbul Gönüllüleri  
Başkan / Eğitim Turizm Derneği  
Avrupa Bölgesel Yürütme Kurulu Üyesi / TÜRSAB, Mosttur Seyehat Acentesi

### Kültür ve Sanata Erişim:

- ▶ Günlük yaşamın içerisinde graffiti, sanat ve anıtsal öğelerin eksikliği, kent mobilyalarının sanatsal özellik taşıması,
- ▶ Etkinliklere erişim konusunda takvimlerin ve dijital platformların yetersiz olması.

- ▶ Sanatçılara yönelik fon oluşturulması.
- ▶ Birçok ilçede sanat ve eğlence yolları, meydanları oluşturulmalı.
- ▶ Eğlence ve sanat aktivitelerine özel cadde ve meydanların oluşturulması.

### Destinasyon Yönetim Modeli:

- ▶ Ekosistem koordinasyonu,
- ▶ Standart denetleme,
- ▶ Şikayet mekanizması,
- ▶ Kapasite ve insan kaynakları planlaması gibi konularda yetersiz olunması.

- ▶ İBB'nin ilçe belediyeleri (özellikle turizmin yoğun olduğu ilçeler) ile ortak payda turizm olacak şekilde koordine halinde çalışması.
- ▶ İstanbul'da farklı etkinlik türlerine göre turizm rotalarının oluşturulması.
- ▶ Turizme özgü uygulamaların geliştirilmesi.

## Sorunlar

Yabancı öğrencilerin dil programları, konaklama gibi konularda sorunlarla karşılaşılıyor olması.

## Çözümler

- ▶ Kültür A.Ş. çatısında, eğitim ve konaklama altyapısını araştırmaya yönelik bir departman kurularak, mevcut envanterin dökülmesi ve gelen öğrenci sayısına yeterli konaklama tesisinin sağlanmasına yönelik envanter çalışmalarının yapılması.
- ▶ Altyapı yetersizliği düzenleme çalışmalarında, çalıştayda oluşturulan Eğitim Turizmi masasının etkin olarak rol alması.
- ▶ Ulaşım mekânlarında ve sosyal alanlarda yabancı öğrenciler için anlaşılır dilde yönlendirme ve bilgilendirme tabelalarının artırılması.
- ▶ Yabancı öğrenciler için destek masası kurulması.
- ▶ Yabancı öğrenci alımı yapan akademi kurumlarında çalışan öğretim üyelerinin, dil konusunda yetersiz olmasından kaynaklı sorunların ilgili kurumlar tarafından değerlendirilmesi ve yabancı öğrencilere yönelik İngilizce programların artırılması.

Eğitimde, İstanbul kentinin uluslararası pazarda kendini yeterli şekilde tanıtamaması ve koordinasyon eksikliği.

- ▶ Study in London gibi (*Study in İstanbul*) bir dijital platform oluşturulması.
- ▶ İBB desteğiyle, yabancı öğrenciler için akbil olarak da kullanabilecekleri kimlik kartlarının oluşturulması.
- ▶ Mevcut yabancı öğrenciler ile oluşturulacak bir platform aracılığıyla, eğitim turizmine katkı sağlayacak markalaşma çalışmalarının yapılması.
- ▶ İstanbul'un eğitim turizmine katkı sağlamak amacıyla, gönüllü eğitim turizmi elçilerinin deneyimlerinden faydalanılması.

Eğitim turizminin sadece üniversite ve lise eğitimi olarak değerlendirilmesi, mesleki eğitim ve eğitim tazeleme programlarının yetersiz olması.

- ▶ Yaşam boyu eğitim kapsamında, farklı eğitim programlarının farklı yaş gruplarına sunulması.
- ▶ İSMEK aracılığıyla, yabancı öğrencilere yönelik müzik, sanat ve gastronomi içerikli eğitimlerin verilmesi.
- ▶ Tıp alanında ve teknik konularda uzmanlaşmak isteyenlere yönelik, yüksek katma değerli eğitimlerin çoğaltılması ve İBB'nin dışında ilgili kurumların da sürece dahil edilmesi.

Kentimizin güvenlik imajının yetersiz olması.

- ▶ Güvenli kent imajının oluşturulması için gerekli altyapı çalışmalarının yapılması.
- ▶ Yabancı öğrencilerin sağlık, barınma, eğlence mekânları, ulaşım ve etkinlik alanlarında güvenli bir şekilde yaşayabilmelerinin sağlanması.

Kamu kurumları ve turizm sektörü aktörlerinin, eğitim turizmine yönelik perspektiflerinin yetersiz olması.

- ▶ Eğitim turizminin gelişmesi için İstanbul'daki tüm paydaşların birlikte hareket ettiği bir platformun oluşturulması.
- ▶ Önümüzdeki yılların önemli konularından olacak olan Eğitim Turizmi sektörünün gelişiminin sağlanması için, paydaşların ve aktörlerin birlikte çalışması.





## Engelsiz Turizm



### Moderatör

### Ünvan / Kurum

Nejat Şardağı Türkiye Temsilcisi / European Network for Accessible Tourism (ENAT)

### Raportör

Ebru Cılız Şehir Plancısı / BİMTAŞ

### Katılımcılar

Adem Kuyumcu Eğitimci, Danışman / İBB, Beylikdüzü Belediyesi  
Cemil Çelik Genel Başkan / AVTED/Avrupa Türk Engelliler Derneği  
Ceren Anadolu Yönetim Kurulu Üyesi / TÜRSAB  
Günnur Diker Kurucu Ortak / Eurasia Tourism  
İpek Esen Müdür / BB Engelliler Müdürlüğü  
Merve Biçer Şehir Plancısı / İlke Planlama  
Nezih Gürkan Akün İhtisas Başkanı / Engelsiz Turizm ve Spor Derneği  
Tuğçe Kurtaran Rehber (İşitme Engelli Lisanslı Eğitimci)  
Yusuf Bener Kurumsal Seyahatler Direktörü / Vista Turizm

### Sorunlar

Kültür-sanat, gastronomi ve konaklama tesislerinin erişilebilir olmaması.

İletişim, eğitim ve koordinasyon eksikliklerinin yaşanması.

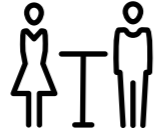
Bilinirliğin ve farkındalığın eksik olması.

### Çözümler

- ▶ 5378 sayılı Engelliler Kanunu, 5393 ve 5216 sayılı Belediyeler Kanunu'nda erişilebilirlik kanunlarına uygun düzenlemeler yapılması.
- ▶ İBB çatısında 'erişilebilirlik denetleme komisyonu'nun kurulması.
- ▶ Erişilebilirlik konusunda uygulamaların geliştirilmesi (*Erişilebilir mekânlar harikasının çıkarılması, Erişilebilir taksi hizmeti*).
- ▶ Erişilebilir mekân ve işletmelere teşvik sağlanması.
- ▶ Tren, havalimanı, otogar gibi ulaşım merkezi olan alanlardan, kente erişilebilir transfer sistemlerinin sağlanması.

- ▶ Tüm işletmelerde, farklı engellere sahip bireyler ve aileleri ile doğru iletişimin sağlanmasına yönelik eğitimlerin verilmesi ve buna yönelik sertifikaların oluşturulması.
- ▶ Tüm işletmelere erişilebilirlik eğitimi verilmesi.
- ▶ Kurumlar arasında koordinasyonu sağlayacak bir üst kurulun oluşturulması.
- ▶ İşaret dili öncelikli olacak şekilde, farklı engellere sahip bireylerimize yönelik İstanbul'un tanıtımının sağlanması.

- ▶ Toplu taşıma araçlarında engelliler ile birlikte yaşam ve farkındalık kamu spotlarının yayınlanması.



## Event



### Moderatör

Arhan Kayar

### Ünvan / Kurum

Kurucu Ortak / DDF (Dream Design Factory)

### Raportör

Büşra Nur Babal

Şehir Plancısı / BİMTAŞ

### Katılımcılar

Ata Eremsoy

Başkan / SKAL

Burak Güde

Yönetim Kurulu Üyesi / Güneş Hotel

Ceren Türkben Kaya

Pazarlama ve İletişim Başkan Yardımcısı / Mastercard

Göksü Bağlan

Başkan / I-MICE

Halil Tuncer

Turizm Fotoğrafçısı, Üye / Turizm Yazarları Derneği

Hüseyin Kurt

Başkan / Uluslararası MICE Endüstrisi Derneği (I-MICE)

Meltem Tepeler

Etkinlik Planlayıcısı, Turizm / Satış Sorumlusu / KM EVENTS

Mustafa Devrim Yalçın

Yönetici Ortak / Universal DMC

Pınar Kartal Timer

Kurucu Ortak / Next Phase Danışmanlık ve Turizm Ltd Şti

Şebnem Mardini

Başkan / YEPUB

### Sorunlar

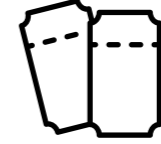
İstanbul Turizm Master Planı'nın eksikliği.

### Çözümler

- ▶ İstanbul'daki turizm verilerinin toplanması, veri tabanı oluşturulması ve konularına göre analiz edilmesi; konuya ilişkin büyük veri setlerinin (*Big Data*) oluşturulması.
- ▶ MICE sektöründe Türkiye'deki önemli Multinational firmaların, Türkiye'de uluslararası iş yapan distribütörlerin listesinin çıkarılması.
- ▶ Turizme ilişkin bütün kapasite envanterinin çıkarılması.
- ▶ Dünyadaki benzer ve rakip etkinliklerin yakından izlenmesi, yeni takvimlerin oluşturulması.
- ▶ 5 yıllık ve 10 yıllık vizyonların belirlenmesi.
- ▶ Bu doğrultuda gerekli planların yapılması, İstanbul için 5N1K'nın belirlenmesi.
- ▶ İstanbul için turizm bağlamında sorun-potansiyellerin belirlenmesi.

İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin şehir tanıtımı, kriz yönetimi ve paydaşlarla İstanbullularla iletişimi sağlayacak ve yurtdışında lobicilik faaliyetleri yapacak ICVB dışında bir kurumun olmaması.

- ▶ "İstanbul Turizm Ajansı"nın kurulması.
- ▶ Belediyeden ve turizm sektöründen kişiler ile birlikte bu ajansın oluşturulması.
- ▶ İstanbul'un Türkiye'den bağımsız bir şekilde markalaşmasının hedeflenmesi.
- ▶ İstanbul'u tanıttak etkinliklerin yapılması.
- ▶ Uluslararası spor organizasyonlarının (*Formula 1, Dünya Ralli Şampiyonası*) yeniden İstanbul'a kazandırılması.
- ▶ Sektörel uluslararası etkinliklerin İstanbul'a kazandırılması.
- ▶ İstanbul'un potansiyellerinin dünyaya tanıtılması, tanıtım faaliyetlerine influencerlerin, marka temsilcilerinin, meslek birliklerinin ve komitelerin dahil edilmesi.
- ▶ Tüm sektörler arasındaki eşgüdüm ve eşzamanlılığın sağlanması, geri bildirim ve raporlamaların yapılması.
- ▶ Meydanlara özel tanıtım noktalarının oluşturulması ve her gün düzenli etkinliklerin yapılması (*örneğin dijital alanlar, ışık gösterileri ve informatif etkinlikler*).
- ▶ Sosyal medyada reklam ve tanıtımın İstanbul genelinde Instagram köşeleri oluşturularak tek bir ana hashtagin kullanılması.



## Festival



### Moderatör

Kasım Zoto

### Ünvan / Kurum

Yönetim Kurulu Üyesi / TÜROB – Türkiye Otelciler Birliği

### Raportör

Melek Ünver

Şehir Plancısı / BİMTAŞ

### Katılımcılar

Canan Zehir  
Deniz Ova  
Derya Bigalı  
Emre Yıldızlar  
İris Cıngı  
Sarper H. Suner  
Sırma Güven  
Murat Baytaş  
Tamer Ocak  
Uluç Dündar  
Yasemin Pirinççioğlu

Yönetici / Pozitif Production, Babylon  
İstanbul Tasarım Bienali Direktörü / İKSV İstanbul Kültür Sanat Vakfı  
Müdür / Akbank Sanat  
Sanat Yönetmeni / İstanbul Fringe Festival  
Proje-Organizasyon ve İletişim Danışmanı / Event by İris  
Genel Müdür / Merlin Entertainments  
The Kitchen Project / "Medita Türkiye"- "Delice Network İzmir" Temsilcisi  
Dernek Başkanı / Uluslararası Kültür Sanat Etkinlikleri Derneği  
Genel Müdür Yardımcısı / Zorlu Performans Sanatları Merkezi  
CEO / VIP Tourism Travel and Event Management

Kentteki, altyapı ve infrastructure (*sinyalizasyon, yönlendirme, kaldırım, hijyenik tuvalet, ulaşım, yabancı dil*) alanlarında eksikliklerin olması.

- ▶ Tarihi Yarımada'daki ulaşım problemlerinin çözülmesi; Yenikapı otoparkından Tarihi Yarımada'ya non-stop bir ring hattının oluşturulması.
- ▶ Taksim-Talimhane, Nişantaşı, Beşiktaş vb. önemli merkezlerin civarındaki trafiğin akar hale getirilmesi, bunun için gerekli yerlerde tünellerin inşa edilmesi.
- ▶ Ordu caddesinin Pazar günleri trafiğe açılması.
- ▶ Çalışma saatlerinin yeniden düzenlenmesi.
- ▶ Yeni otopark ve yaya alanlarının oluşturulması.
- ▶ Mesleki denetimlerin yapılması, sorunlu alanların saptanması.
- ▶ Meydanlarda tanıtım noktalarının oluşturulması.
- ▶ Kalifiye servisin (*hizmetin*) sağlanması (*taksicilerin dil bilmesinin sağlanması*).
- ▶ UKOME'de TURSAB ve diğer ilgili STK'lerden temsilcilerin bulunması.
- ▶ Deniz ulaşımı trafiğinin sağlanması.
- ▶ İstanbul genelinde özellikle merkezi noktalarda (*Taksim, Beşiktaş, Üsküdar, Boğaz hattı, Sultanahmet, Bağdat Caddesi, Adalar*) wifi altyapısının sağlanması.
- ▶ Sektörel eğitim altyapısı ve standardının kontrolünün sağlanması.

Büyük etkinliklerin (*Design Week, Fashion Week, Gastronomi Festivali, Büyük İstanbul Festivali vb.*) yapılabileceği alanların yetersiz olması ve eskiden kullanılan yerlerin kaybedilmiş olması.

- ▶ Turizme ilişkin bütün kapasite envanterinin çıkarılması.
- ▶ Bu envanter doğrultusunda İstanbul uluslararası festival ve event merkezinin oluşturulması.
- ▶ Büyük katılım için etkinlik binaları ve alanlarının oluşturulması.

İstanbul'da yapılacak uluslararası etkinlikleri destekleyecek ve tanıttak fon kaynağının olmaması.

- ▶ İstanbul turizm tanıtma fonunun oluşturulması.
- ▶ Yenilikçi etkinliklerin İstanbul'a kazandırılması.
- ▶ Toplantı, etkinlik, festival ve spor organizasyonlarının İstanbul'a kazandırılması için desteklerin sağlanması.
- ▶ Sponsorluk gelirlerinden bir havuz oluşturulması.
- ▶ AB, UNESCO gibi uluslararası fonlar ile işbirliğinin sağlanması ve İstanbul için kullanılması.



## Fuar



### Moderatör

### Ünvan / Kurum

Bülent Ünal

Yönetim Kurulu Başkanı, Genel Müdür / TÜYAP

### Raportör

Hazal Dinç

Şehir Plancısı / BİMTAŞ

### Katılımcılar

Cemal Kızıltan  
Elif Tuğba Avşar  
Hacer Aydın  
Hakan Gençoğlu  
Mine Güneş Kaya  
Nergis Aslan  
Selçuk Nazilli  
Tülin Başaran

Yönetim Kurulu Başkanı, Şirket Sahibi / Turismo  
Danışman / CNR Holding A.Ş.  
Etkinlik Müdürü / EMITT TOURISM EXHIBITION  
Danışman / Messe Stuttgart Ares Fuarçılık  
Başkan Danışmanı / İzmir Ticaret Odası  
Genel Müdür / Tureks Fuarçılık  
Genel Koordinatör / TÜRSAB Fuarçılık A.Ş.  
Üye / İstanbul Gönüllüleri

### Sorunlar

İletişim ve pazarlama probleminin olması:

- Sosyal medya,
- Ulusal ve uluslararası tanıtım,
- Dijital pazarlama,
- Ana arterlerde bilgi merkezleri (*etkinlik danışma merkezleri*),
- Hedef kitlelerin belirlenmesi.

### Çözümler

- Belediyeye ait outdoor reklam alanlarının bir kısmının sanat kurumlarına indirimli olarak tahsis edilmesi.
- Belediye'nin bunlara yönelik bir web sitesi oluşturması ve etkinliklerin herkes tarafından farklı dillerde dinlenebilir olması.
- Güncellenen yıllık kültür sanat etkinliklerinin yer aldığı bir dijital platformun tutulması.
- Kültür sanat etkinliklerine yönelik iletişim stratejisi kampanyasının oluşturulması.
- 'İstanbul Yatırım Kenti' ünvanının kullanıldığı yaratıcı şehirler kapsamında yaygınlaştırılması.
- Hedef kitlelerin belirlenmesi ve yüksek segmentlere göre uygulamalar yapılması.

Fon ve kaynak yaratma ile erişim probleminin olması.  
Şeffaf bir bütçenin olmaması.

- Fon yaratmada, belediye eğlence vergilerinin (*Rüsum vergisi*), otoparklardan (*İSPARK vb.*) sağlanan gelirlerin belli oranlarda (*%50 gibi*) etkinlik, kültür, sanat, tanıtım ve festival bütçesine ayrılması (*Yurtdışı örneği City Of London*).
- Bu kaynakların sürdürülebilir olmasının esas alınması.

Kamusal alan yaratma probleminin olması (*Festivaller adına özgür mekânların olmaması*).  
Data bilgisinin ölçülememesi ve verilerin değerlendirilmemesi (*Nitel ve nicel veri analizi*).

- Kamusal alanların envanteri hazırlanarak, bu alanların festival alanlarına yönelik tahsis edilmesi. Bunu yaparken kavramsal konuların göz önünde bulundurulması (*Tekfur Sarayı'nın yanlış tasarımı gibi*).
- Uluslararası örnekler göz önüne alınarak bir sistem kurgulanması.
- Kültür-Sanat etkinliklerinin kente olan katkılarını görebilmek adına gerekli verilerin toplanması.
- Amaç-Değer-Etki analizini görebilmek ve talebi açığa çıkarabilmek adına verilerin toplanması ve analizlerin yapılması.

Erişim ve ulaşım probleminin olması.  
Sosyal faydanın sağlanmasına yönelik problemlerin yaşanması.

- Tüm etkinlik, kongre ve festivaller için gelen yabancılara, tüm taşıma araçlarında (*havaalanı hariç*) ücretsiz ulaşım imkanı sağlanması için gerekli yöntemlerin oluşturulması.



## Gastronomi ve Eğlence



### Moderatör

Cem Selcen  
Vedat Başaran

### Ünvan / Kurum

-  
İşletmecisi / Vedat Başaran Gastronomi Turizm Danışmanlık İşletmecilik Şirketi

### Raportör

Aziz Murat Dinçer  
Seçil Bak

Şehir Plancısı / BİMTAŞ  
Şehir Plancısı / BİMTAŞ

### Katılımcılar

Aydın Kalaycı  
Ebru Köktürk Koralı  
Doç. Dr. Kevser Ertürk  
Dr. Öğr. Üyesi İlkay Gök  
Elif Edes Tapan  
Gökmen Sözen  
Gürkan Boztepe  
İlkay Kanık  
Mansur Karakoç

Başkan / BEYDER  
Kurucu / MarkaSokak Interactive, Sade Lisans Şirketi  
Öğretim Üyesi / Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi  
Gastronomi Bölüm Başkanı / İstanbul Okan Üniversitesi  
Bein Iz tv & Bein Gurme, Öğretim Görevlisi / Digturk, Okan Üniversitesi  
Genel Yayın Yönetmeni / FoodinLife Gastronomi Yayınları  
Başkan / Türkiye Gastronomi Turizmi Derneği  
Medya ve İletişim Sistemleri Bölümü Öğretim Üyesi / Beykent Üniversitesi  
Öğretim Görevlisi / Yönetim Kurulu Başkanı / İstanbul Aydın Üni.,  
İnteraktif Yayıncılık

Marian Veres  
Ömer Kartın  
Serdar Balta  
Vedat Dilber

-  
Gastronomi Başkanı / TÜRSAB  
Genel Müdür / Ottoman Hotels Group  
Genel Koordinatör / Turyid (Turizm Restoran Yatırımcıları ve Gastronomi İşletmeleri Derneği)  
İşletme Sahibi / Desert Turizm Yatırımları ve Ticaret A.Ş

Yücel Özalp

### Sorunlar

İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin İstanbul fuarlarını yeterince sahiplenmemesi.

### Çözümler

- ▶ Fuarların tanıtımında belediyenin tanıtım imkanlarının kullanılması.
- ▶ Festivallerin, kültürel faaliyetlerin ve benzeri etkinliklerin, takvimlendirilmiş fuar dönemleri ile ilişkilendirilmesi ve buna yönelik planların yapılması.
- ▶ İstanbul fuarcılığının yurtdışında belediye tarafından tanıtılması, markalaşmasına destek verilmesi.
- ▶ Belediye tarafından uluslararası misafirler için İngilizce yönlendirmelerinin artırılması.
- ▶ Belediyenin kullanım hakkı olduğu kentim stratejik noktalarında fuar takvimlerinin gösterilmesi.

Fuar alanları, havalimanları ve şehir merkezleri arasında konforlu toplu ulaşım bağlantısının olmaması.

- ▶ Fuar dönemlerinde fuar alanlarına havaalanı, şehir otogarı ve şehir merkezlerinden kaliteli ulaşımın sağlanması konusunda belediyenin destek vermesi.

1/100.000 planda fuar alanlarının işlenmemesi ve kongre/fuar alanlarının envanterlerinin bulunmaması.

- ▶ Şehirde mevcut fuar alanları için bir envanter çalışması yapılarak, bu çalışmanın 1/100.000 şehir planına işlenmesi ve fuar alanlarının geleceğinin ve büyümelerinin planda kesin olarak belirtilmesi.

Fuarcılık konusunda nitelikli eleman bulunamaması.

- ▶ İSMEK eğitim modeli içerisinde fuar endüstrisinin ihtiyaç duyduğu mesleki eğitimlerin verilmesi.

Sorunlar	Çözümler
Hukuki yükümlülükler bağlamında işletmeler arasında uyumsuzlukların bulunması.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Denetim yetkilerinin belirlenip standartlaştırılması.</li> <li>▶ Gıda güvenliğinin ve tüketicinin korunması.</li> <li>▶ Sokak yemekleri (<i>street food</i>) uygulamacılarının mevcut mevzuatlara göre disipline edilmesi.</li> <li>▶ Belgelendirme kriterlerinin ve standartlarının güncellenmesi.</li> <li>▶ Vergi sistemi uygulamasında işletmeler arası farklılıkların ortadan kaldırılması.</li> <li>▶ Büyükşehir ve ilçe belediyelerinin uygulamalarının uyumsuzluğunun çözülmesi.</li> <li>▶ İstanbul Mutfak Kültürü ve Araştırma Merkezi kurulması.</li> <li>▶ Merkezin kuruluş aşamasında ilgili kurumların birlikte çalışması.</li> </ul>
İstanbul mutfak kültürünün tanımlanmamış olması.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ İstanbul'un gastronomik değerlerinin belirlenmesi, güncellenmesi ve korunması.</li> <li>▶ İstanbul gastronomi kültür kılavuzunun hazırlanması (365).</li> <li>▶ İGM amacı dahilinde, kültürün yaşatılması amacıyla, belediyelerin sosyal tesislerinde projelerin geliştirilmesi.</li> <li>▶ Kültürler arası eğitim projelerinin düzenlenmesi.</li> <li>▶ Gastronomi sektöründeki insan kaynağının bilgi ihtiyacının karşılanması.</li> </ul>
Gastronomik değerlerin zaman içerisinde yok olması.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ İstanbul özelinde coğrafi malzemelerin envanterinin çıkarılması, koruma politikalarının uygulanması.</li> <li>▶ Tarladan sofraya değerlerin tanımlanması, korunması, cazibeli hale getirilmesi.</li> <li>▶ İstanbul'u tanımlayan geleneklerin gündelik hayata dahil edilmesi.</li> <li>▶ Geleneksel restoranlarda unutulmaya yüz tutmuş yemeklerin hatırlatılması.</li> </ul>
Gastronomik markalaşma sorunu bulunması.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ İstanbul gastronomisinin vadinin ve özgün markasının tanımlanması.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Geleneksellik, sağlık, mutfak sanat, tarih vaatlerinin offline ve online olarak hedef kitleye tanıtılması.</li> <li>▶ Hedef kitlenin (<i>ulusal-uluslararası</i>) belirlenmesi, vaade uygun mesajların ulaştırılması.</li> <li>▶ Tanıtımı sağlamak ve arttırmak adına uluslararası festivallerin desteklenmesi.</li> <li>▶ Marka birliği için gastronomi festivallerinin bir komite tarafından onaylanması.</li> </ul>
Gastronomi alanında sürdürülebilirliğin sağlanamaması, başlanan projelerin yarım kalması ve emek ve paranın boşa harcanması.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Sürdürülebilirlik politikalarının uygulanması.</li> <li>▶ Şimdiye kadar yapılmış olan çalışmaların sonuçlarının değerlendirilmesi.</li> <li>▶ Yok olan restoran kültürünün, yemek malzemelerinin ve tariflerinin, insan faktörlerinin değerlendirilmesi ve yaşatılmasının sağlanması.</li> </ul>
Gastronomi turizmi için tüm paydaşların ( <i>STK'lar, acenteler, rehberler, mekânlar, küçük esnaflar vs.</i> ) katılacağı aktif bir platformun olmaması.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Tüm paydaşların katılabileceği aktif bir platformun kurulması ve dijital ve reel ortamda kullanılabilecek altyapı sistemlerinin geliştirilmesi.</li> <li>▶ Sürdürülebilir olmasının sağlanması.</li> <li>▶ Paydaşların katılımları ile sanal forumların kurgulanması ve geliştirilmesi.</li> <li>▶ Gastronomi turizmi alt segmentlerinde çalışma gruplarının oluşturulması.</li> <li>▶ Gastronomi ve gastronomi turizm tanımları ve içeriklerinin net bir şekilde tanımlanması.</li> <li>▶ "Gastronomi turizm rehberi" hazırlanması.</li> <li>▶ Gastronomi turizmini oluşturan tüm katmanların standartlarının belirlenmesi.</li> </ul>
İstanbul gastronomi festivaline ihtiyaç duyulması.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Festival için alt komisyon kurulması.</li> <li>▶ İBB'nin altyapı ve moderasyon sorumluluğu alıp, sektör profesyonellerine zemin sağlanması.</li> <li>▶ Uluslararası gastronomi destinasyonlarından biri olmanın hedeflenmesi.</li> <li>▶ Uluslararası festivallerin, organizasyonlar ile işbirliği yapılabilmesi için İBB'nin güven ilişkisi kurması.</li> <li>▶ Tarihi mekânların canlandırılması.</li> </ul>

Gastronomi turizmi profesyonellerine yönelik dikey uzmanlaşma eğitimlerinin olmaması.

- ▶ Profesyonele yönelik dikey uzmanlaşma eğitimlerinin sağlanması ve buna ilişkin İBB'nin altyapı ve fon sağlama alanlarında destek vermesi.
- ▶ İBB nezdinde kalite sertifikasyon modeli (beyaz zambak gibi) oluşturulup, eğitim alan kişi ve kurumların sertifika ile ödüllendirilip, denetlenmesi.
- ▶ Gastronomi turizmi odaklı üniversiteler ile işbirliği yapılması ve kurumlara düşük bütçeli personel eğitimi (*ISMEK gibi*) sunulması.
- ▶ Yöresel ürünlerin ve mekânların denetimi ve güvenilirliğinin sağlanması.
- ▶ Şık ve düzgün yemek servisi yapan mekânların çoğaltılması.

İstanbul'un neşesinin kalmamış olması.

- ▶ İBB'nin, bölgesel festivalleri desteklemesi, yok olanları canlandırması ve yeni festivalleri organize etmesi.
- ▶ Yerel temalar geliştirilerek, sadece müzik alanında değil, tüm sanat alanlarında ve yaşama yönelik alanlarda festivallerin düzenlenmesi ve sadece azınlıkların değil tüm yaşayanların katılmasının sağlanması.
- ▶ Yerli ve yabancı turistlere yönelik yöresel tarifler içeren mutfak workshoplarının yapılması.

İstanbul'da eğlence işletmelerinin, yeni vergiler ve kasıtlı uygulamalar sebebi ile zor durumlar yaşaması.

- ▶ İşletmeleri destekleme yöntemlerinin geliştirilmesi, yerel yönetimlerin de katkısıyla işletmeleri desteklemek için projelerin geliştirilmesi, telif şirketleri ile işletmeler arasında yeni sözleşmelerin oluşturulması.
- ▶ İstanbul'un eğlence ve kültür hayatını tekrar canlandırmak için "Beyoğlu Projesi" geliştirilmesi ve İstiklal Caddesi ve Pera Bölgesi'nin tamamını içeren alandaki işletmelerin geniş bir platform oluşturması.

İstanbul gastronomi ve eğlence rotalarının yetersiz olması.

- ▶ İstanbul gastronomi ve eğlence rotalarının belirlenmesi ve rotalara ilişkin doğru bilgilendirmeleri sağlamak adına hangi bölgede hangi restoranlara gidilir (*neler yenilir, içilir, yöresel mutfaklar, yerli şaraplar, yerli ve milli ürünler vb.*) içerikli bilgilerin oluşturulması.
- ▶ Türkçe ve İngilizce dillerinde, şeffaf ve adil bir 'restoran rehberi'nin hazırlanması.
- ▶ Hazırlanan rotaların ve rehberlerin, İBB'nin sayfalarında yayınlanması ve müşteri yorumlarına açık olması.
- ▶ Kafeler, gece kulüpleri, barlar ayrı bir "eğlence rehberi" olarak İBB tarafından organize edilip internet sitesinde erişilebilir olması.
- ▶ Bütün büyük şehir belediyelerinde duyuru ve ilanların yapılabileceği hem dijital hem de fiziksel ortamların oluşturulması.



## Güvenlik



Moderatör	Ünvan / Kurum
Nilgün Ç. Erkan	Öğretim Üyesi / Yıldız Teknik Üniversitesi
Raportör	
Tuğba Fırat	Şehir Plancısı / BİMTAŞ
Katılımcılar	
Ali Kemal Ceylan	Güvenlik Uzmanı, Üye / ICORP TURKEY
Erol Beşe	Denetim / TÜRSAB
Ferda Şule Kaya	Sosyal Psikolog / Bilim Üniversitesi
Mehmet Esmer	AKOM Müdür Yardımcısı / AKOM
Pelin Pınar Giritlioğlu	Öğretim Üyesi / İstanbul Üniversitesi
Tuba Koca	Şehir Plancısı / BİMTAŞ
Zehra Paçalman	Turizm Zabıta Amiri / İBB-Zabıta Daire Başkanlığı

### Sorunlar

Ziyaretçilerin İstanbul'un güvensiz olduğuna dair algısının olması.

Turizmi ilgilendiren suçlara (adli suçlar, terör suçları, adi suçlar, bilişim suçları) ait verilerin olmaması.

Düzensiz / denetimsiz mekânlar ve afet risklerinin bulunması:

- ▶ Aydınlatma sorunları,
- ▶ Metruk ve terk edilmiş yapılar,
- ▶ Vandalizm,
- ▶ Çöküntü alanları,
- ▶ Tasarım güvenliği,
- ▶ Deprem,
- ▶ İklim değişikliği,
- ▶ Yangınlar,
- ▶ Hava/su kirliliği,
- ▶ Salgın hastalıklar.

Hizmet ve koordinasyon alanlarında eksikliklerin yaşanması:

- ▶ Denetim eksikliği,
- ▶ Kurumsal entegrasyon eksikliği,
- ▶ Güvenli ziyaretçi rotalarının eksikliği.

Suçluluğu önleyecek sosyal politikaların yetersiz olması:

- ▶ İşsizlik,
- ▶ Göç,
- ▶ Eğitim,
- ▶ Evsizlik,
- ▶ Sosyal etkinliklerden yoksunluk.

### Çözümler

- ▶ Güvenli kent vurgusu ile tanıtım yapılması.
- ▶ İstanbul içindeki sorunların tespiti ve ileriye dönük takibinin yapılması.
- ▶ Güvenlik önlemlerine ilişkin akıllı telefon uygulamalarının geliştirilmesi.

- ▶ Turizmi ilgilendiren suçların yerlerinin ve niteliğinin saptanması (*turist indirme – bindirme ve toplanma*), işbirliği içerisinde (*Emniyet Müdürlüğü ve zabıta birimleri ile*) denetimlerin artırılması.

- ▶ Turizm yönetim planının yapılması, alan yönetim planlarının güvenlikle ilgili kararlarının hayata geçirilmesi.
- ▶ Güvenli bölgelerin tanımlanması ve ilan edilmesi.
- ▶ Aydınlatma, temizlik ve vandalizm gibi sorunların hızlı bir biçimde çözülmesi.
- ▶ Görme ve görülmeyi artıracak çözüm önerilerinin geliştirilmesi (*ayna, aydınlatma ve gece gündüz nüfusu- karma kullanımı artırmak*).
- ▶ Kentsel dönüşüm projelerinin suçu önleyici bir araç olarak değerlendirilmesi.

- ▶ İstanbul Sit Alanları Başkanlığı'nın, Bakanlık ve İBB işbirliği ile işler hale getirilmesi ve yönetim planının İBB eli ile uygulanmasının sağlanması.
- ▶ Güvenli ziyaretçi rotalarının artırılması ve denetimin sağlanması.
- ▶ Kurumlar arası entegrasyonun sağlanması.
- ▶ Turizm zabıta sayısının artırılması.
- ▶ Yerel yönetim ve konsoloslukların koordinasyonunun sağlanması.

- ▶ Gençler ve çocuklara yönelik kültürel ve sportif etkinliklerin artırılması.
- ▶ Sektörde istihdam yaratıcı eğitimlerin verilmesi.
- ▶ Toplumsal yapı içerisindeki dezavantajlı grupların (*eğitime erişimi ve istihdama katılımı*) topluma kazandırılması.





## İnanç Turizmi



### Moderatör

Deniz Tüfekçi

### Ünvan / Kurum

Genel Müdür / Seventur Turizm Seyahat Acentası

### Raportör

Nazlı Ceren Sual

Şehir Plancısı / BİMTAŞ

### Katılımcılar

Ebru Göktepe

Turist Rehberi / İRO

Kürşat Demirci

Dinler Tarihi Profesörü / Marmara Üniversitesi

Mois Gabay

Turizm Yöneticisi / Euro Marmara

Muhammed Masum Bedük

Rehber / İstanbul Rehberler Odası

Mustafa Topaloğlu

Yönetim Kurulu Üyesi / Türkiye Otelciler Birliği

Ruşen Dizdaroğlu

Rehber / Anadolu Turizm

### Sorunlar

Kentteki inanç turizmine yönelik tarihi noktaların, ibadethanelerin envanterinin ve haritalarının bulunmaması.

Mekânların gezilmesi sırasında karşılaşılan, ulaşım, güvenlik, standardizasyon, fiziki yapının iyileştirilmesi ve tanıtım sorunlarının çözülmesi.

Tarihi Yarımada'nın içerisinde turizm faaliyetlerini etkileyen kenti ilgilendiren etkinliklerin yapılması, (örneğin İstanbul Maratonu, bayram).

Avrupalı turistlerin yeme içme ihtiyaçlarına yönelik içki içilebilen mekânların Tarihi Yarımada içerisinde yer almasını önleyen uygulamaların olması.

İnanç turizmi açısından binlerce doküman olmasına karşın bunların sergileneceği bir kent tarihi müzesinin olmaması.

### Çözümler

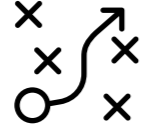
► İnanç turizmine yönelik, bütün dinler özelinde portallar oluşturulması.

► İstanbul'un kültürel hafızasında yer alan farklı dinleri kapsayan kutlamaların, meşhur şahsiyetlerin anıldığı etkinliklerin belediye eliyle yapılması.

► Müftülük, hahambaşılık vakfı, patrikhane, kiliseler, alevi dernekleri, azınlıkların dini anlamdaki en üst düzey temsilcileri, turist rehberleri ve turizm acentaları yapılarının yer aldığı bir toplantı düzenlenerek şikayet ve önerilerin alınması.

► Camilerdeki imamlara ve çalışanlara, hijyen ve turistlere olan yaklaşıma ilişkin bir turizm eğitiminin verilmesi.

► Yurtdışındaki fuarlarda, yeni rotaların ve envanterin yer aldığı haritaların paylaşılarak, belediyeler ölçeğinde reklam yapılması. Fuara giden kişilerin arasında farklı inanç temsilcilerinin yer alması.



## İstanbul Rotaları



Moderatör	Ünvan / Kurum
Şerif Yenen	Rehber / İRO
Raportör	
Salime Benan Kaya	Şehir Plancısı / BİMTAŞ
Katılımcılar	
Aslı Çakın Dağlı	Temsilci / UNDP
Atilla Tuna	Genel Müdür / Antonina Turizm
Emine Çaykara	Danışman, Proje Yürütücüsü, Kurucu Müdür / Faydalı İşler Yayıncılık İletişim Yapım
Ersin Kalkan	Gazeteci, Yazar / -
Gila Benmayor	Yazar / Hürriyet Gazetesi
Gül Ayşe Eken	Turizm Müdürü / İBB
Sedat Bornovalı	Yönetim Kurulu Başkanı / İRO
Sevinç Akdoğan	Yönetici Ortak / TÜRSAB, GeziciYAK Seyahat Acentesi
Tuncer Gül	İstanbul Kültür Turları Departman Sorumlusu, Sanat Tarihçi, Yönetici / Antonina Turizm, Antonina Sanat Galerisi

### Sorunlar

İstanbul'un sahip olduğu tarihi, kültürel ve gastronomik ürün çeşitliliğinin yeterince tanıtılmaması ve bu konuda ortak bir platformun bulunmaması.

Bu ürün çeşitliliğinin ziyaretçilerin anlayacağı basitlikte güzergâhlara dönüştürülmemiş olması, buralarla ilgili yeterli tanıtım materyalinin bulunmaması, dijital ortama aktarılmamış olması.

Şehrin yönetiminin Osmanlı öncesi dönemlerle barışık olmaması, örneğin Tekfur Sarayı'nın dönemsel bir vurguyla sadece çini müzesi olarak açılmış olması.

Ulaşım ile ilgili sorunlar  
İstanbul'da kendi başına gezmek isteyen ziyaretçilerin, çeşitlendirilmiş rotalara ulaşabilmesi için yeterince sağlıklı bir taksit sistemi olmaması (*taksi sorunu, dolandırıcılık, güven eksikliği*).

İstanbul içi ve dışına araçla gidecek olan ziyaretçilerin kullandığı buluşma noktaları (*Taksim Meydanı'ndaki yaya noktaları gibi yerlerde yoğunlaşmış*) olan alanların, ulaşım ağının bulunduğu alanda oluşturacağı rahatsızlıklar düşünülmeden tanımlanmamış olması ve deniz ulaşımının yeterince etkin kullanılmaması.

Belli mekânların ziyareti özelinde, Suriçi bölgesinde otobüslerin bekleme, indirme ve bindirme faaliyetleri için yeterli alanların bulunmaması.

### Çözümler

► İstanbul'un sahip olduğu tarihi, kültürel ve gastronomik ürün çeşitliliğinin artırılması yönünde çalışmalar yapılması ve yapılan bu çalışmalar sonucunda oluşan çeşitliliğin, dijital uygulamalar ve basılı haritalar üzerine aktarılması.

► Herhangi bir döneme ayrıcalık tanımaksızın, kentin tarihi geçmişinde iz bırakmış olan tüm kültürel mirasın eşit şekilde öne çıkarılması (*Örneğin önemli bir Bizans Sarayı olan Tekfur Sarayı'nın çini müzesi olarak değil de, bir Bizans eseri olarak ele alınması*).

► Taksici sorununun ele alınması. Denetim, belgelendirme, eğitim, standartların yükseltilmesi, standartlara uymayanların elenmesi ve caydırıcı ceza sistemi gibi uygulamaların etkin hale getirilmesi.  
► İstanbul içi ve dışına araçla gidecek olan ziyaretçilerin, ulaşım ağına yakın yerlerde, çevreyi rahatsız etmeyecek buluşma noktalarının belirlenmesi.  
► Deniz ulaşımından daha fazla ve daha etkin yararlanabilmek için deniz taksilerinin yeniden etkin hale getirilmesi.  
► Süleymaniye Camii, Kapalı Çarşı, Mısır Çarşısı, Fener-Balat gibi popüler turistik yerlerin yoğunlaştığı bölgelerde, tur araçlarının indirme ve bindirme yapabileceği yerlerin belirlenmesi, ziyaretçiler araçlarına geri dönene kadar araçların bekleme yapabileceği alanların oluşturulması.  
► Yoğun ziyaretçi ilgisi gören bölgelerin özellikle yoğun günlerde araç trafiğine kapatılması (*Cumartesi ve Pazar günleri Balat sokaklarının trafiğe kapatılması gibi*).  
► Yurtdışı örneklerde olduğu gibi bisikletin altyapısı ile birlikte ulaşımına dâhil edilmesi.



## Kongre



### Moderatör

Handan Boyce

### Ünvan / Kurum

Genel Müdür / İstanbul Lütfi Kırdar Uluslararası Kongre ve Fuar Merkezi

### Raportör

İlknur Özgen

Şehir Plancısı / BİMTAŞ

### Katılımcılar

Armin Zerunyan  
Ayla Bilgiç  
Deniz Aslan  
Ferzan Çelikkat  
Hasan Eker  
Sertaç Güreş  
Taner Eraslan

Bölge Müdür / Hilton Worldwide Türkiye  
Fuarlar Koordinatörü / İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu  
Kurucu Ortak / DS Mimarlık  
Genel Müdür / Er Yatırım  
Yönetim Kurulu Üyesi, Sayman / TÜRSAB  
Eski İşletmecisi / Binbirdirek Sarnıcı  
Müfettiş / Esenyurt Belediye Başkanlığı

► Engelliler için kolay ulaşım alternatiflerinin oluşturulması.

Rotalar üzerindeki tarihi mekânların kapalı ve ulaşılamaz olması (*Surların üzerine çıkılmaması, Sinagoglar vb.*).

► Belediyenin yetkisindeki tarihi ve kültürel mekânların ziyarete açık hale getirilmesi, ziyaretlerin kolaylaştırılması (*kara surlarının tamamı, Altın Kapı'nın önü, su kemerleri, maksemeler, sarnıçlar gibi*).  
► Belediyenin yetkisi dışındaki yerler için diğer ilçe belediyeleri ve cemaatlerle (*kilise, sinagog vb.*) iş birliği geliştirilerek, kapalı yerlerin ziyarete açılması ve ziyaretlerin kolaylaştırılması konularının sağlanması.

İstanbul'da, turizm konusunda sorumlu kurumların, sürdürülebilir anlamda kapasite, sinerji ve bilinç eksikliğinin olması.

► Belgelendirmelerde sürdürülebilirlik, otantiklik ve yüksek standartların sağlanması gibi ilkelerin esas alınması:  
▷ Ayvansaray'dan Tahtakale'ye ana arterlerdeki tarihi yapıların cephe düzenlemelerinin yapılması.  
▷ İstanbul'un bugün için gündemde olan İstanbul köy rotalarının belirlenmesi, köyler için projeler geliştirilmesi.  
▷ Turistik ticari mekânlardaki otantik ve doğal olmayan malzeme kullanımının estetik kayı güdülerek kısıtlanması.  
▷ Tabela kirliliği sorununun giderilmesi.  
► Turizm ekonomisinin demokratikleştirilmesi.  
► Bütün tarihi çeşmelerin suyunun içilebilir hale getirilmesi ve böylece plastik şişe kullanımının azaltılması.  
► Turistik işletmelerinin standartlaştırılması.  
► Turizm paydaşlarının sürdürülebilir turizm bilincinin geliştirilmesi amacıyla çalışmalar yapılması.

## Sorunlar

İstanbul'un destinasyon (*alan*) yönetimini ve pazarlamasını yapan tek bir çatı örgüt olmaması.

Bunun için kongre sektörünün öneminin, şehir ekonomisine ve diğer tüm turizm dallarına katkısının kamu, yerel yönetimler ve kurumlar tarafından çok iyi anlaşılması ve uzun vadeli yerel yönetim turizm planlaması içerisinde ele alınması.

Yapı eksikliği sebebi ile kongre pazarı gibi spesifik dinamikleri olan niş bir sektörde strateji oluşturulamaması, marka ve kriz yönetiminin yapılamaması, soluklu ve sürdürülebilir pazarlama faaliyetleri ve uluslararası network ve lobinin yapılamaması, bütçe ve yetkin profesyonellerden oluşmuş ekiplerin oluşturulamaması.

## Çözümler

- ▶ Uluslararası organizasyonların ve benzeri destinasyon pazarlama örgütlerinin muhatabı olacak, kongre sektörüyle etkileşim ve iletişim içinde çalışacak kamu, özel sektör ve STK işbirliğiyle yasal dayanağı olan bir kuruluşun kurulması.
  - ▷ İstanbul turizminin yerelden yönetilmesi
- ▶ Tek bir kurum tarafından yönetilmelidir. Kurumun yapısal kurgusu:
  - ▷ Kurumların başkan veya en üst düzeyde temsil edildiği, kamu ve özel sektör kurum ve kuruluşları birlikteliğinde kurulması.
  - ▷ Yasa ve yönetmeliklerinin düzenlenmesi.
  - ▷ Başkanlığın 2 yıl süreli olması ve kurumlar arasında değişimin sağlanması.
  - ▷ Bütçesinin sürdürülebilir olması.
  - ▷ Ekibinin kurulması.

- ▶ Bu yapının kurulması sürecinde aktif olarak pazarlama yapabilecek ICVB gibi kurumlara destek verilmesi.
- ▶ Uluslararası muadil kurum ve kuruluşlarla, dernek ve birliklerle, kongre basınıyla, medyasıyla, doğrudan alıcı ve etkileyicilerle, karar vericilerle ulaşılabilecek etkinliklerin ve lobi faaliyetlerinin yapılması.
- ▶ Kongre fuarlarında İstanbul'un destinasyon olarak kapsamlı katılımının sürdürülebilir kılınması (*IMEX Policy Forum- İBB Başkanının katılımı*).
- ▶ Yurtdışı lobi faaliyetlerinin yapılması.
- ▶ Uluslararası kongre sektörü kuruluşlarının aktif temsilciliklerinin ve etkinliklerinin İstanbul'a alınması.
- ▶ Yerel yönetimin kongre kazanması ve kazanılmış kongrelere destek sağlaması (*aynı teşvik, İstanbul kart, etkinlik mekânı sağlanması, resepsiyon, ulaşım kolaylığı, alıcıların daveti, kongre delegelerine eşlik eden kişilere özel refakatçi programlarının hazırlanması*).
- ▶ Yerel yönetimin sürdürülebilir kongreler noktasında kongre merkezlerine alt ve üst yapı desteği sağlanması.

Güvenlik ve istikrar gibi konularda algı problemlerinin yaşanması.

Sertifikasyon ve eğitim olanaklarının eksik olması.

Kongre sektörüne ait istatistiki verilerin olmaması, dolayısıyla sektörün ölçülemeyerek, öneminin doğru anlatılamaması.

- ▶ THY ile ortak proje ve tanıtım paketleri oluşturarak, kongre alıcılarının ve medyasının önümüzdeki 2 sene içerisinde ağırlanması.
- ▶ İstanbul'un güvenilir bir şehir olduğu algısını güçlendirmek üzere yüksek profilli devlet etkinliklerinin, kongrelerin, etkinliklerin, konserlerin, spor, sanat ve kültürel etkinliklerin şehre kazandırılması için ilgili kurum ve kuruluşlarla işbirliği yapılması.
- ▶ Bu etkinliklerin uluslararası mecralarda basılı, dijital veya görsel olarak duyurulması.
- ▶ Sigorta şirketleri, kongre konuşmacı ve katılımcıları için Türkiye'de kendi ülkeleri tarafından koyulan warning uyarısına karşı sigorta yapmamaktadırlar. Dışişleri Bakanlığımızın Türkiye'ye seyahat tehlikesi uyarısı koyan ülkelerle müzakerelerde bulunup bu uyarıların kaldırılması noktasında çalışmalar yürütmesi.

- ▶ Kongre sektöründe ve sektöre hizmet veren, çalışan insan kaynağının eğitimi, sertifikasyonu ve global trendlerin takibine yönelik faaliyetlerin oluşturulması.
- ▶ Kongre sektörünün gelişimi ve hizmet kalitesinin artırılması için standartların oluşturulması ve sürekli takip edilerek geliştirilmesi.
- ▶ Şehir halkından oluşacak turizm gönüllülerinin kongre ve etkinliklere destek vererek katılımının sağlanması.

- ▶ Kongre ve toplantı sektöründe Dünyanın önde gelen uygulamalarından Economic Impact – Ekonomik Etki istatistiki veri çalışmaları gibi uygulamaların, kongre bürosu, üniversiteler, kongre merkezleri ve sektör paydaşları ile işbirliğinde yürütülmesi.
- ▶ Sektörün ekonomik, sosyal ve akademik katkı ölçümünün siyasi ve yerel yönetimlerle paylaşılması.
- ▶ Mevcut kongre verilerinin online olarak paylaşılması.



## Konsolosluklar



Moderatör	Ünvan / Kurum
Hülya Aslantaş Timur Bayındır	Başkan Vekili / Universal Turizm Sahibi / Harem Otel
Raportör	
Emre Karahan Nur Kardelen Öztürk	Şehir Plancısı / BİMTAŞ Şehir Plancısı / BİMTAŞ
Katılımcılar	
Anna Bıharı	-
Ayumi Takeda	-
Bassem Abdelhadi	-
Brahim Achoutal	Başkonsolos / Kanada İstanbul Başkonsolosluğu
Ehud Eitam	-
Fatamah Alghalabi	-
Giovanni Turturiello	-
Hammadi Louati	-
Mazen Kabbara	-
Mohammad Almohammad	-
Mr. Apostolos Digbasasnis	-
Ms. Maria Rachmanidou	-
Nurdan Üstman	Yönetim Kurulu Başkanı / UTS UNITED Travel Services Seyahat Acentası
Paulo Roberto Franca	-
Oleksandr Gaman	-
Tavit Köletavitoğlu	-

### Sorunlar

Dil probleminin olması.

Turistin havalimanında inişinden, gümrükten geçişi ve konaklaması dahil uçağa tekrar binmesine kadar geçen tüm süreçlerde kalite ve tecrübenin yetersiz olması.

Vatandaşın, turistleri yanlış yönlendirmesi ve dolandırma eğiliminde olması, turizmin bu kent için önemini yeterince anlamamış olması.

Beşiktaş gibi merkezi semtlere ve havalimanlarına ulaşım sorunlarının yaşanması.

İstanbul tanıtımlarının yetersiz olması.

Kentin düzgün bir şekilde yönetilememesi ve kent yönetimindeki farklı birimler arasında koordinasyon eksikliğinin olması (*otorite eksikliği, denetim eksikliği, kentin çocuk ve engellilere uygun olmaması, çöplerin ayrıştırılmaması vb.*).

Ulaşımın birçok alanında eksiklerin olması *deniz ulaşımının az olması*).

### Çözümler

- ▶ Dil kurslarının ilkokuldan itibaren verilmesi, bedava İngilizce eğitimlerinin sağlanması, okul öğretimi sonrasında o dil ile alakalı yabancı bir firmada ya da ülkede geliştirme imkanı sunulması, İngilizce TV kanallarının artırılması, eğitim öğretim yaşı geçmiş 30-40 yaş üzeri kişiler için alternatif öğrenme imkanlarının yaratılması.
- ▶ Ses rehberi hizmetlerinin her dilde sunulması.

- ▶ Havalimanı çalışanlarından başlayarak tüm sektör çalışanlarına devamlı küçük seminerler ile güler yüzlü olmaları konusunda eğitimlerin verilmesi.
- ▶ Kandırılmalara karşı halkın bilinçlendirilmesi, şehrin temizliğine önem verilmesi ve yaya dostu yürünebilir bir kent için çalışmalar yapılması.

- ▶ Turistleri dolandıran iş kollarının tespit edilmesi ve buna yönelik denetleme çalışmalarının yürütülmesi.

- ▶ Otel servislerinin havalimanına yönlendirilmesi.
- ▶ Havalimanına özel tek bir metro ya da hızlı tren hattının oluşturulması, kent içi mevcut metro ağlarının ve hızlı tren hatlarının artırılması.

- ▶ Turizm sektörünün hedef ülkeri belirlenerek, o ülkelerde İstanbul'un pazarlama ve reklam çalışmalarının yapılması.

- ▶ İBB, İlçe Belediyeleri, Valilik, Emniyet güçleri ve diğer ilgili birimlerin bir araya gelerek koordineli çalışması ve gerektiğinde üniversite, STK'lar, meslek odaları ve ilgili kurumların da yönetim sürecine dahil edilmesi.
- ▶ Gerekli durumlarda yaptırımların uygulanması, kurallar konulması ve cezai işlemlerin uygulanması.

- ▶ Deniz ulaşımının ve boğaz hatlarının sefer sayılarının artırılması.

Eğlence sektöründe mekânların ve etkinliklerin eksikliği (*uluslararası festivaller, konserler, yeme-içme mekânları, mekânların alkol lisansı almakta zorlanması ve pahalı fiyatlar, yerel kültüre özgü aktivitelerin az olması*).

Özellikle yerel görevlilerin, kamu çalışanlarının ve hizmet sektöründe çalışanların dil bilmiyor olması.

- ▶ Servis araçlarının çalışma sistemlerinin düzenlenmesi, metro hattı üzerinde olmayan okullar hariç diğer servislerin kaldırılması, gün içinde servis araçlarının istediği yere park etmesinin önlenmesi, servisi sunan şirketin otopark alanı sağlaması.
- ▶ Şehrin merkezi noktalarına giren araçlara farklı ücretli etiket sistemlerinin uygulanması.
- ▶ Trafiğin pik saatlerinde 60 yaş üstü ücretsiz ulaşım kartlarının kullanılmaması.
- ▶ Sultanahmet Bölgesi'nin yaya trafiğine açılması, araçların ve tur otobüslerinin Yenikapı'da park etmesi ve turistlerin servisler ile taşınması.
- ▶ İstiklal Caddesi'ndeki araç trafiğinin düzenlenmesi.
- ▶ Kaldırımlara park eden araçların denetlenmesi.

- ▶ Restoranların mutfak, tuvalet, otopark kapasitesi ve temizliğinin denetlenmesi.
- ▶ Turistik bölgelerde ve Beltur'larda alkol sınırlandırmasının kaldırılması.
- ▶ Eğlence mekânlarına verilen izin ve ruhsatların kolaylaştırılması.
- ▶ Belediyelerin festivallere öncü olması..
- ▶ Eğlence sektöründeki vergilerin azaltılması
- ▶ Tarihi mekânların etkinlikler için kullanılabilmesi ve kiralanabilmesi.
- ▶ Uygun tarihi mekânların sanatsal faaliyetler için kullanılması ve en az bir yıl önceden etkinlik takviminin duyurulması.

- ▶ "Tourist Hot Line" – Turistlere özel 7/24 ulaşabilecekleri bir acil durum ve bilgi alma hattının kurulması. Bu hatta ulaşıldığında farklı dillerde sözlü olarak veya Whatsapp üzerinden canlı destek sağlanarak turistlere yardımcı olunabilmesi.
- ▶ "Tourist Hot Line" için ayrıca telefon kabinlerinin oluşturulması.
- ▶ Turistlerin yoğun olduğu bölgelerde turizm info noktaları ve/ veya "Ask Me" gönüllülerinin çalıştırılması.

Kentin emniyetli ve güvenli olmaması.

- ▶ Turizm polisinin daha görünür ve aktif çalışması.
- ▶ Turizm polisinin üniformasının ve silahlı görünümünün korku verici olmayacak şekilde yeniden düzenlenmesi.
- ▶ Sorunlu bölgelerde güvenliğin artırılması; örneğin Aksaray, Harbiye, Kapalı Çarşı, Sultanahmet, Beyoğlu.
- ▶ Taksicilerin denetlenmesi, şoförlerin eğitime tabi tutulması, ulaşım sektöründe çalışanlara yol bilgisi, davranış, temizlik, mekanik gibi konularda eğitimlerin verilmesi bu alanlarda denetimlerin ve yaptırımların sağlanması.



## Kruvaziyer ve Deniz Turizmi



### Moderatör

Fuat Çimen

### Ünvan / Kurum

Genel Müdür Yardımcısı / West İstanbul Marina

### Raportör

Gülşay Çapar

Şehir Plancısı / BİMTAŞ

### Katılımcılar

Akın Arıkan	İş ve Ürün Geliştirme Direktörü / Tura Turizm Holding
Derya Saka	Turizm Pazarlama Müdürü / DENTUR Avrasya
Fatih M. Sarıoğlu	Genel Müdür / ARKAS Turizm Ticaret A.Ş.
Figen Ayan	Cruise Operasyonlarından Sorumlu Başkan Yardımcısı / Galataport İstanbul
İzzet Uğurlu	Genel Sekreter / Deniz Turizmi Birliği Derneği
Mehmet Akif Şener	Genel Müdür / Galatasaray Gayrimenkul Geliştirme A.Ş.
Melek Gözübüyük	Genel Müdür / CTC Turizm
Mesut Kara	Yönetim Kurulu Üyesi (Turizm) / DENTUR Avrasya
Sinem Dedetaş	Genel Müdür / Şehir Hatları A.Ş.
Tolgar Bıyıklı	Genel Müdür / Princess Cruises

### Sorunlar

Pazarlama ve imaj faaliyetlerinin yetersiz olması.

### Çözümler

- Geminin önemli bir bölümü mürettebattan oluşmakta. Mürettebata yönelik olarak; şehirden memnun kalmalarının sağlanması için mürettebatın ihtiyaçlarının uygun fiyatlı karşılanacağı bir sosyal tesis alanının oluşturulması (İndirimli ulaşım, indirimli alışveriş imkanı, telefon ve wifi imkanı sağlanması.)
- Kruvaziyer turizmin, deniz festivali (1-5 Temmuz) kapsamında ele alınması. Festivalle kruvaziyerin entegre olması için gerekli çalışmaların yapılması.
- Yurtiçi ve yurtdışı fuar ve organizasyonlar konusunda İBB'nin destek sağlaması. Yurtdışındaki kruvaziyer fuarlarına İstanbul markası altında, şehir olarak katılım sağlanmalı.
- Sosyal medyada deniz sektörüyle ilgili blog yazarlarının İstanbul'a davet edilmesi, onlar aracılığıyla tanıtımın sağlanması.
- Medya faaliyetlerini artırılması, İBB'nin bu konuda farklı mecralarda dahili ve harici destek vermesi.
- İstanbul turizm haritasının güncellenmesi, yolcunun indiğinde harita ve tanıtım broşürlerine erişiminin sağlanması.
- İBB destekli bir turizm haritası uygulamasının oluşturulması.
- İstanbul için yapılmış tüm uygulamaların yerli ve yabancı kişilere tanıtımının sağlanması.
- Sektörü imaj olarak kötü etkileyen tuvaletlerin hijyen olarak yeterli hale getirilmesi ve genel tuvaletlerin sayısının artırılması

Kruvaziyerle gelen yolcunun transferinin ve şehir içi ulaşımının düzensiz olması, günübirlik teknelerin kalkış yerlerinin belirli olmaması.

- Elektrikli bisiklet rotalarının oluşturulması. Örneğin; Tarihi Yarımada etrafında bisiklet yollarının düzenlenmesi.
- Deniz ulaşımında paralel hatlarla kolay ulaşımın sağlanması, Galataport'tan yolcu transferi yapıldığı takdirde, turistik aksiyonlara bağlı olarak turistlerin transferi için Boğaz'daki istasyonların belirlenmesi, tekne tipine göre iskelelerin altyapısının düzenlenmesi
- Transfer yapılacak iskelelerin ve teknelerin standardının oluşturulması. (Can simidi, bariyer güvenlik vs)
- Günübirlik turist teknelerinin kalkış noktalarının tek bir yerde toplanması.



## Kültür ve Sanat



### Moderatör

Görgün Taner  
Hülya Muratlı

### Ünvan / Kurum

Genel Müdür / İKSV  
Kültür Daire Başkanı / İBB

### Raportör

Hale Baysan  
Sacide Sultan Akkuş

Şehir Plancısı / BİMTAŞ  
Şehir Plancısı / BİMTAŞ

### Katılımcılar

Ali Güreli  
Aydın Bağardı  
Ayşegül Kumova  
Elçin Önder  
Eran Tapan  
Esra Erişkin Tüzün  
Faruk Pekin  
Günseli Kato  
İlkay Baliç  
Levent Çalikoğlu  
Özalp Birol  
Özlem Ece  
Sabahattin Özbakır  
Sertaç Ersayın  
Yekta Kopan  
Yeşim Özsoy

Yönetim Kurulu Başkanı / Contemporary İstanbul  
İletişimci, Yapımcı, Yönetmen / Filmistan Film Yapım ve İletişim  
Kurumsal İletişim Müdürü / Zorlu Performans Sanatları Merkezi  
Kültür ve Sosyal İşler Müd. / Şişli Belediyesi  
Firma Sahibi / İDE Proje Strateji ve İş Geliştirme Danışmanlık Hizmetleri  
Meclis Üyesi / GLG-Gerson Lehrman Group  
Yönetim Kurulu Başkanı / FEST TRAVEL  
Sanatçı, Öğretim Üyesi / Bahçeşehir Üniversitesi  
İletişim Direktörü / Vehbi Koç Vakfı / Arter  
Müze Genel Direktörü / İstanbul Modern  
Genel Müdür / Suna ve İnan Kıraç Vakfı  
Kültür Politikaları Çalışma Direktörü / İKSV  
Yönetici, Pazarlama Uzmanı / PERA Güzel Sanatlar  
Başkan / ETMK, YEKON  
Yazar  
Genel Sanat Yönetmeni / GalataPerform Tiyatrosu

Hudut kapılarında eğitimli personelin ve şehir içinde turizm görevlilerinin eksikliği, yönlendirici görevlilerin olmaması.

► Gününbirlik teknelerin park alanının arkasında taksi noktalarının, otobüs ve küçük araç otopark alanlarının oluşturulması.

► Hudut kapılarındaki çalışan ekibin, turizm eğitimli personelden oluşması. Bu konudaki eğitimlerin aldırılması konusunda gerekli birimlerle iletişim kurulması.  
► Kruvaziyer gemilerin geldiği dönemde belediyenin yönlendirici elemanlarının (*genç ve aktif personel*) alanda bulunması ve belediyenin bu konuda ek hizmetler sağlaması.  
► İBB'nin, İstanbul'un her yerinde turizmde kalifiye elemanları görevlendirmesi.

Ören yerlerinin ve müzelerin açık olduğu zaman diliminin kısa olması ve tatil günlerinde kapalı olması.

► 12 ay boyunca müze ve ören yerleri ziyaret saatlerinin uzatılması ve tatil günlerinde açık olmasının sağlanması.

Taksi esnafının turizme verdiği zararların ve güvenlik sorununun olması.

► Taksi duraklarına ve taksilere bir standart getirilmesi ve bu konuda düzenlemelerin yapılması.  
► Taksiciler komisyonunda standart oluşturulması, taksicilerin GBT'sinin çıkarılması, taksicilerin gündelik İngilizce konuşabilecek kadar dil eğitimi alması, taksi duraklarının tarifelerinin belirlenmesi, belirli varış mesafelerine göre fiyat tarifesinin oluşturulması. Bütün çözüm önerilerinin, ilgili diğer kamu kuruluşlarıyla koordinasyon sağlanarak gerçekleştirilmesi.  
► Taksiciler için mesleki sertifikasyon sistemlerinin geliştirilmesi.



Sorunlar	Çözümler
Gerçekleştirilen çeşitli çalıştay ve toplantılarda, yapılan anketlerde kültür-sanatın birinci öncelik olarak oy çokluğuyla öne çıkmasına rağmen pratikte bunun karşılığında olması beklenen ilgi ve odaklanmayı görmemesi.	<ul style="list-style-type: none"> <li>► İl ve ilçe bazındaki yerel yöneticilerin kültür-sanata olan ilgi ve odaklarının geliştirilmesi için kültür kurumlarıyla bir arada çalışılması; kültür-sanatın şehirler için yarattığı değer öneminde ilişkin somut raporlama ve eğitim çalışmalarının yapılması (örnek şehirlerin incelendiği vaka çalışmaları vb.).</li> </ul>
Kentte halihazırda faaliyet göstermekte ve dünya standartlarında içerik üretmekte olan kurumları ortak hedefler etrafında bir araya getirecek bir yapının olmaması.	<ul style="list-style-type: none"> <li>► Yerel yönetim çatısı altında, kültür alanındaki mevcut aktörleri bir araya getirecek bir birimin oluşturulması ve işbirliğine son derece açık olan tüm bu kültür kurumlarının birikimlerinin ve tecrübelerinin değerlendirilmesi için bir "İstanbul Şehir İnisiyatifi"nin oluşturulması.</li> </ul>
İstanbul'u uluslararası alanda bir kültür-sanat kenti olarak öne çıkaracak bir iletişim stratejisinin olmaması.	<ul style="list-style-type: none"> <li>► İstanbul'un uluslararası alanda bir kültür-sanat kenti olarak yeniden konumlanması için 2 numaralı çözümde önerilen birimin genel bir iletişim ve pazarlama stratejisi geliştirmesi ve uygulamaya koyması (örneğin, "İstanbul Weekend" adı altında bir uluslararası etkinliğin kültür kurumlarıyla bir arada oluşturulması ve pazarlanması); belediyenin yerel ve uluslararası tanıtım olanaklarından kültür-sanat kurumlarının eşit şekilde yararlandırılması; bir kent müzesinin ve bir İstanbul veri tabanının oluşturulması; İstanbul etrafındaki araştırmalara fon sağlanması ve bu çalışmaların kentin tanıtımında etkin biçimde kullanılabilmesi için stratejiler geliştirilmesi.</li> </ul>
Kültür-sanat içeriklerinin sıklıkla yerel yönetimlerin siyasi çizgileri doğrultusunda belirlenmesi ve kültürel çeşitliliğin yeterince yansıtılmaması.	<ul style="list-style-type: none"> <li>► Yerel yönetimin kültür-sanat alanında üretilen içeriklerle eşit mesafede konumlanması ve hem farklı görüşlerden aktörleri hem de farklı çizgilerde üretilen nitelikli içeriği bir araya getirmek yönünde gayret sarf etmesi.</li> </ul>
Kültür-sanat kurumlarının belediye tarafından rüsum vergisine tabi tutulması ve kültür-sanata belediye bütçelerinden yeterince kaynak ayrılmaması.	<ul style="list-style-type: none"> <li>► Rüsumun kaldırılması ve Avrupa'nın birçok şehrinde örneği görülen ve otellerde yatak başına tahsil edilen şehir vergisi uygulamasının kültürel miras ve güncel kültürel faaliyetlerin</li> </ul>

	desteklenmesi amacıyla hayata geçirilmesi ve bu yolla kültür alanı için ilave kaynak yaratılması.
8.000 yıllık kültürel mirasa sahip İstanbul'da kültürel çeşitliliğin yeterince teşvik edilmemesi. Bu konuda özellikle kültür turizmine yönelik politika ve strateji geliştirilmemiş olması.	<ul style="list-style-type: none"> <li>► Çok kültürlülüğün günlük hayata (<i>gastronomide ve etnik yaşam tarzında</i>) yansımaları.</li> <li>► Özel sektörün desteklenmesi (<i>kamu-özel sektör işbirliği</i>).</li> <li>► Yerel yönetimlerin kültürel havuz oluşturması.</li> <li>► Dijitalleşmenin sağlanması.</li> <li>► Önyargısız ve toleranslı İstanbul'un oluşması (<i>Uzlaşmanın sağlanması</i>).</li> <li>► İstanbul'un erişilebilir olması.</li> <li>► İstanbul'un kendi kültürünü oluşturması.</li> <li>► Yaratıcı sektörlerde bir yer edinilmesi ve kültürel ifadelerin çeşitliliğinin sağlanması.</li> <li>► İfade özgürlüğü temelinde, bir arada yaşamının ortamının hazırlanması.</li> <li>► Yerel yönetimlerin çok kültürlülüğü kabul etmiş, eşitlikçi bir dil kullanması.</li> <li>► Yerel yönetimler tarafından girişim koridorlarının, kültürel haritaların oluşturulması.</li> <li>► Kültürel okur-yazarlık programı oluşturulması. <ul style="list-style-type: none"> <li>▷ Kültür ve sanat yönetiminde liyakata önem verilmesi.</li> </ul> </li> <li>► Belediyenin (<i>yerel yönetimlerin</i>) kardeş şehirlerle proje başlatması.</li> <li>► Küçük ölçeklerde (<i>mahalle gibi</i>) uzlaşma sağlanması.</li> <li>► Kültürel envanterin çıkarılması.</li> </ul>
7/24 yaşayan bir metropol olan İstanbul'da gençlere yeterince alan açılmaması. Gençlerin dinamizminin turizme yansımaması. Bunun sonucunda İstanbul'un yaratıcı şehirler arasında cazibe merkezi olamaması.	<ul style="list-style-type: none"> <li>► Üniversitelerle ortak proje yapılması.</li> <li>► Gençlerle yakın ilişkiler kurulması.</li> <li>► Kültür sektörünün bileşenleri arasında eşgüdüm olması.</li> <li>► Özellikle çeperlerde yerel yönetimin kapsayıcı bir dil oluşturması.</li> <li>► Kentin yaşayanlarıyla ve ziyaretçileriyle ortak bir dil oluşturması.</li> <li>► Yerelde ortak bir şekilde hareket edilmesi.</li> <li>► Yerel yönetimin sanatçılarla işbirliği yapması.</li> <li>► Değişim programının yerel yönetimler tarafından yapılması.</li> <li>► Genç işsizliğe çözüm getirilmesi.</li> </ul>

İstanbul'un kültürel okuryazarlığının kent ölçeğinde gelişmiş olmaması.

- ▶ Üniversitelerle, belediye ve özel sektör işbirliğinin kurulması.
- ▶ Tanıtım dilinin oluşturulması.

Yaratıcı sektörün farklı bileşenleri ile (*moda, tasarım, gastronomi, kültür sanat vb.*) yerel yönetimler ve özel sektörler arasında eşgüdümün olmaması.

- ▶ Kültürel eğitim programlarının oluşturulması.
- ▶ Her bölgeye özgü mikro ölçekten başlayarak iletişim ve eğitim ağının sağlanması.
- ▶ Turizm ve insan kaynağına yönelik bilinçlendirme programı oluşturulması.
- ▶ İstanbul'da kültürel bir kimliğin oluşturulması.
- ▶ Gençlerin şehir kültürünü benimseyerek turizm hareketliliğinde bizzat rol alması.

İstanbul'da kültürel altyapının kapsayıcı, bütüncül ve şeffaf, uluslararası standartlarda düzenlenmiş politikalarla yeterince desteklenmemesi.

- ▶ Dünya örneklerinin incelenmesi.
- ▶ Yaratıcı sektörler açısından bir yönetim modeli (*bir meclis gibi*) oluşturulması.
- ▶ Eşgüdüm için farklı tarafların birbirinin dinamiklerini anlaması.
- ▶ Eğlence vergisinden vazgeçilmesi.
- ▶ İstanbul için yapılan araştırmalara fon sağlanması.
- ▶ Belediyelerin, farklı sektörleri bir araya getiren bir arayüz görevi görmesi.
- ▶ STK-kurumlar-belediye-kardeş şehirler ortaklığı ile İstanbul şehir müzesi kurulması.
- ▶ Yaratıcı sektörün tanımı değişiyor. Belediyeler ve merkezi yöneticiler yarının yaratıcıları ile iletişim halinde olması, yeni yaratıcı sektörün aktörleri ile buluşması.
- ▶ Sorumlu üretim ve sorumlu tüketim anlayışının benimsenmesi.
- ▶ İstanbul'da bir tasarım haftası (etkinlikler, festivaller, fuarlar gibi) oluşturulması.
- ▶ Yeni bir vizyon geliştirilmesi (*amblem, yayınlar*).

- ▶ Kültürel mekânların buluşma yeri olarak (*özellikle gençlerle*) kullanılabilmesi.
  - ▷ Vizyon oluşturulması (*amblem, İstanbul kitapları gibi*).
- ▶ İstanbul'u mekân olarak seçen filmlerin (*yerel yönetimler*), dizilerin yapılması.
- ▶ Kentle yaşayanlar arasındaki etkileşimi üst seviyeye çıkaracak dijital platformlar oluşturulması.

- ▶ Kentin tarihsel kültürünü tanınması.
  - ▷ Yerel yönetim çatısı altında kültür sanat platformu oluşturulması.
- ▶ Kenti besleyen, değer katan festivallere, bianallere vb. altyapı desteği sağlanması ve iletişim ve strateji desteği verilmesi.
- ▶ Turizm sektörünün cazip hale getirilmesi.
- ▶ Yurtdışından gelen ziyaretçilerin sanat atölyelerine gitmesinin sağlanması ve sanat politikalarına dahil edilmesi.
- ▶ Kültür sanat sektörünün sürdürülebilir gelir kısmının turizmcilere iyi anlatılması.
- ▶ Turizmcilere kültür ve sanatın anlatılması.
- ▶ Kültürel ürünlerinin orijinalliğinin ve kalitesinin sağlanması.
- ▶ Her alanda zengin içerik ve kalitede yetkinlik sağlanması.
- ▶ Kültür sanat sektörünün halka yayılması.
- ▶ Belediyelerin ve ilçe belediyelerin şehirde bulunan tüm kültürel mekânlarının envanterini çıkarması ve iç turizmin oluşturulması.



## Kültürel Miras

BELEDİYESİ



Moderatör	Ünvan / Kurum
Dilek Erbey	Doç.Dr., Öğretim Üyesi / MSGSÜ
Raportör	
Ayşe Birtane	Şehir Plancısı / BİMTAŞ
Kübra Özbay	Şehir Plancısı / BİMTAŞ
Katılımcılar	
Ahsen Erdoğan	Etkinlik Yöneticisi / Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık
Asu Aksoy	Öğretim Üyesi / Bilgi Üniversitesi
Ebru Kerimoğlu	Öğretim Üyesi / İTÜ Mimarlık Fak. Şehir ve Bölge Planlama Bölümü
Engin Baran	Kurucu / Unicorn Travel
İclal Dinçer	Prof.Dr., Öğretim Üyesi / Yıldız Teknik Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi
Mustafa Yıldırım	Genel Müdür / Tüm Otobüsçüler Federasyonu - TOF
Korhan Gümüş	Mimar / -
Sebahattin Yenihayat	Öğretim Üyesi / İstanbul Üniversitesi
Selçuk Erdoğan	Mimar / Armada Grup, Otan Otelcilik A.Ş.
Serhan Ada	Öğretim Üyesi / Bilgi Üniversitesi
Volkan Akoluk	Yönetim Kurulu Başkanı, Rehber / Dünya Mirası Rehberleri Derneği
Zeynep Enlil	Prof.Dr., Öğretim Üyesi, Şehircilik Anabilim Dalı Başkanı / Yıldız Teknik Üni.

### Sorunlar

Kültürel miras alanlarında farklı kurumların sorumluluk alanlarının çakışması, yasal yetersizlikler ve tüm aktörlerin sürece katılamaması.

Ziyaret edilen destinasyonların belirli alanlarda yoğunlaşması ve bu durumun baskılar yaratması.

Kültürel miras alanlarındaki anıtsal yapılar, somut olmayan kültürel mirasın bütün olarak ele alınmaması, kültürel peyzaj olarak görülmemesi.

### Çözümler

- Tüm paydaşların söz sahibi olacağı bir yapının oluşturulması, yeni bir İstanbul miras alanları yönetim yapısının oluşturulması, çok aktörlü, katılımcı bir yönetim modelinin oluşturulması. Bu yeni yapının misyon ve eylem odaklı, bağımsız ancak İBB'nin kolaylaştırıcı rol oynadığı bir yapıda kurgulanması.
- Kültürel miras ile ilgili yapılan tüm çalışmaların envanterlerinin bütüncül bir yapı ile ele alınarak şeffaf bir şekilde kamu ile paylaşılması.
- Kültürel miras ile ilgili değerler, öğeler, paydaşlar ve ilişkiler sisteminin interaktif bir şekilde haritalandırılması.

- Alternatif rotalar ve destinasyonların oluşturulması, kültür üçgeninin çek-dağıt yöntemiyle geliştirilerek İstanbul bütününde yaygınlaştırılması.
- Daha az bilinen destinasyonların ve kültür odaklarının tanıtılması, kitapçıkların hazırlanması, yeni rotaların keşfedileceği interaktif internet sitelerinin oluşturulması, dijital araçların kullanımının artırılması.
- İşlevini yitirmiş endüstri mirası yapılarının kültürel destinasyonlar haline getirilmesi.
- Kültürel miras değerlerinin görünürlüğünün ve paylaşımının artırılması için festivaller, sergiler, yayınlar, etkinlikler ve bilimsel çalışmalar ile desteklenmesi.
- Kültürel mirasın somut ve somut olmayan miras olarak ikiye ayrılmaması, somut olmayan kültürel mirasın bulunduğu yerle birlikte ele alınması.

- Anıt eserlerin mekân bütünü, fonksiyon ilişkileri, taşıma kapasitesi göz önünde bulundurularak bütüncül olarak planlanması.
- Tarihi dokunun bütün olarak kültürel peyzaj yaklaşımı içinde ele alınacağı yeni yaklaşımlar geliştirilmesi.
- Kültürel miras alanlarının (*bölgede yaşayanlar ve miras öğeleri ile*) bir deneyim alanı olarak ele alınması ve tanıtılması.



## Pazarlama ve Tanıtım



### Moderatör

Necati Özkan

### Ünvan / Kurum

Kurucu / FikriMühim

### Raportör

Erdoğan Can

Şehir Plancısı / BİMTAŞ

### Katılımcılar

Fügen Toksü

Medya ve İletişim Meclisi Başkan Yardımcısı /  
TOBB Türkiye Medya ve İletişim Meclisi

Rasim Zaimoğlu

Filipinler Fahri Başkonsolosu / Filipinler Başkonsolosluğu

Ali Onaran

Genel Müdür / Prontotour

Levent Demirel

Grup Başkanı / TÜRSAB

Muhterem İlgüner

Kurucu, Ülke Direktörü / MARKA ŞEHİR - BRANDFINANCE

Musa Alioğlu

Genel Sekreter / Turizm Yazarları ve Gazeteciler Derneği

Yasemin Develioğlu

Reklam & Stratejik Pazarlama Direktörü / Jolly Tur

Gönen Orhan

Kurucu Ortak, Genel Müdür / Ceren Tanıtım LTD

Sami İşleker

Ajans Başkanı, Yönetici / NomaPozitif Görsel İletişim Ajansı

Gökhan Şengül

Kurumsal İlişkiler Direktörü / IGA

Kültürel miras alanlarının yaşayan ve çalışanlarının yerinden edilmesi, insansızlaştırılması, turistikleştirilmesi, kimliksizleştirilmesi, yerin ruhunun öldürülmesi.

- ▶ Küçük üretimin turizm ile ilişkilendirilerek yerinde korunması.
- ▶ Konut alanlarının dönüşümleri ile salt turizm ve ticaret alanlarına dönüşmemesi ve karma kullanımın korunması.
- ▶ Tarihi konut alanlarının özgün dokusunun içinde yaşayanlar ile birlikte korunması, yerinden edilmelere yönelik değer artışının kontrol edilmesi gibi önlemler alınması.
- ▶ Kent merkezindeki zanaat mahallelerinin (zanaat kümelenmelerinin) olduğu alanlar ve üretimler ile ilişkili misafir sanatçı, tasarımcı, yaratıcı disiplin aktörleri, konaklama ve üretim programları-mekânlarının oluşturulması. Zanaatın tasarım, sanat ve yaratıcı disiplinlerle ilişkisini kuracak etkinlik, eylem ve programların düzenlenmesi. Böylece turist profilinin de bu yönde çeşitlenmesi/farklılaşması ve desteklenmiş olması.

Piyasa odaklı yaklaşımın getirdiği sorunlar, kitle turizminin yarattığı baskılar, değişen ve farklılaşan turist profillerinin dikkate alınmıyor olması.

- ▶ Sorunlu turizm deklarasyonunun belediye tarafından oluşturulması ve yaygınlaştırılması.
- ▶ Piyasa dışı kurumların mutlaka sektörde yönlendirici bir rol oynaması.
- ▶ Kültürel miras alanlarında, turizmin tüketici odaklı değil yaratıcı ve üretken bir alan olarak ele alınması.

## Sorunlar

İstanbul'un destinasyon ve marka yönetimini gerçekleştirecek tam yetkili bir otoritenin ve bütçesinin olmaması.

## Çözümler

- ▶ Dünyadaki (*Londra, Amsterdam, New York*) başarılı örnekler alınarak yeni bir bütçe stratejisi oluşturulması.
- ▶ Sponsorluk ve hükümet kaynaklı gibi bütçeler bulunması.
- ▶ Sadece üst yönetim değil; kadınlar, özel sektör, STK'lar, akademik camia vb. tüm paydaşları içine alan çalışma gruplarının kurulması.
- ▶ Sosyal sorumluluk veya satış gibi etmenlerle bütçe sağlanması.
- ▶ Alt komiteler kurulması (*sağlık, spor, vb.*).
- ▶ Yeni çekim merkezleri oluşturulması.
- ▶ Hızlı kararlar alınabilmesi için profesyonel bir otoritenin kurulması.
- ▶ Yönetimin, alt komiteler gibi tüm başlıkların bir arada çalışmasının sağlanması.
- ▶ Çok fazla bütçe gerektirmeyen noktasal hedeflerin belirlenmesi.
- ▶ Turizm ajansının da fon almak için çalışmalarda bulunması.
- ▶ Referans noktalarının belirlenerek "benchmarking" modelinin benzeri bir çalışma geliştirilmesi.
- ▶ Belediyelerin bütçe konusunda kısıtlamaları olduğundan dolayı belediye yerine özel bir şirket veya vakfın kurulması.
- ▶ Yasal olarak kamu-özel ortaklıklarının kurulması.
- ▶ Belediyeler kapsamında "hizmet bedeli" alınarak bütçeye kaynak sağlanması.

Marka stratejisinin bulunmaması.

- ▶ Oteller vb. yerlerde interaktif araştırmalar yapılması.
- ▶ İstanbul'a ilişkin farklı tahayyüllerin ortaya çıkarılması.
- ▶ Toplumsal değerlerin nasıl tanıtılacağına ilişkin strateji geliştirilmesi.
- ▶ Ziyaretçi sayısını ve kullandıkları bütçeyi artırmak amacıyla strateji geliştirilmesi.
- ▶ Neredeyiz, nereye varmak istiyoruz, nasıl varabiliriz? gibi sorulara yanıtlar geliştirilmesi, "Neredeyiz" sorusuna devletin veri tabanından cevap verilmesi, diğer soruların cevaplarına

ilişkin stratejilerin profesyoneller tarafından belirlenmesi.

Kısa, orta ve uzun vadeli dijital pazarlama stratejisinin oluşturulması.

- ▶ Mevcut ve gelecek kuşaklar adına yeni stratejilerin oluşturulması.
- ▶ Dijital platformu daha ilgi çekici kılmak amacıyla çalışmalar yapılması (*Örneğin sosyal medya platformlarında yerli ve yabancı ünlü kişilerin paylaşımları sonucunda etkileşim yaratmak hedeflenebilir*).
- ▶ Tek bir aplikasyon kullanarak seyahatlere ileri düzeyde destek sağlanması. Örneğin bir yere seyahat etmek istendiğinde o alandaki gezilecek yerlerin aplikasyon üzerinden haritalandırılarak en kısa mesafeden ulaşımı ve mekân önerilerinin yapılması.
- ▶ Belli bir bütçe kullanılarak sayısal verilere ulaşarak stratejilerin kurulması.
- ▶ Dijital pazarlama konusunda profesyonel kişilerle bir araya gelerek planlar yapılması.
- ▶ Mobil iletişim ön plana çıkarılması, bu konuda İstanbul Gönülleri ile ortak çalışmalar yürütülmesi.
- ▶ İstanbul'da ve yurtdışında yaşayan vatandaşların teknolojiye dahil edilmesi ve buna ilişkin yüksek bütçelere çıkmadan stratejiler geliştirilmesi.

Şehrin büyük veri yönetiminin yapılamaması.

- ▶ İBB'nin bütün teknolojik çalışmalarını bir araya getirme çabalarının desteklenmesi.
- ▶ Beyaz Masa'nın sahada daha etkin kullanılması.
- ▶ Sektördeki şirketlerin büyük veri yönetimine veri aktarmasının sağlanması.
- ▶ Adımla projesine benzer projeler geliştirilmesi.
- ▶ Proje yönetiminde küresel dünyaya ayak uydurulması.
- ▶ Mevcut genç nüfusun büyük veri yönetimindeki etkinliğinin artırılması.
- ▶ Büyük veri yönetiminde hangi girdilerin kullanılacağına tespit edilmesi.
- ▶ Bir kez gelmiş turistlerin daha sonrada gelmesini sağlayacak stratejiler geliştirilmesi.
- ▶ Gelen turistlerin profillerini ayrı ayrı gösterecek datalar oluşturulması.
- ▶ Hukuk altyapısı çok iyi incelenerek yurtiçi ve yurtdışı veri temininin sağlanması.



## Sağlık Turizmi



### Moderatör

Gürsel Turgut

### Ünvan / Kurum

Prof. Dr., Ceo / Genkord Biyoteknoloji ve Kök Hücre Bankası

### Raportör

Ahmet Talha Turan  
Mehmet Yalçın

Şehir Plancısı / BİMTAŞ  
Şehir Plancısı / BİMTAŞ

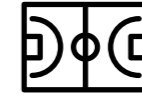
### Katılımcılar

Ahmet Abacı  
Aslan Tan  
Aydın Karacabay  
Ayşe Denizer  
Aziz Ciga  
Çiğdem Dinç  
Emin Çakmak  
Hediye Güral Gül  
Köksal Holoğlu  
Tolga Akagün

Danışman / İstanbul Health & Travel Services  
Genel Koordinatör / Kaplıca Talasso ve Kür Merkezleri Derneği (TÜRKAP)  
Yönetim Kurulu Başkanı / Levni Hotel  
Uluslararası Pazarlama Müdürü / İstanbul Cerrahi Hastanesi  
Bilişim Teknolojileri ve Sağlık Hizmetleri Kurulu Başkanı / KPLUS  
Eski Başkan / TÜRSAB Sağlık Turizm Komitesi  
Başkan / Türkiye Sağlık Turizmi Derneği  
İcra Kurulu Başkanı / NG Hotels  
CEO / Romatem  
Öğretim Üyesi / İstanbul Üniversitesi,  
Cerrahpaşa Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu

Alt markaların ve özgün değerlerinin belirlenememesi.

- ▶ Her ilçenin, her mahallenin farklı bir kimlik kazanması ve ziyaret edilmesi için nedenlerin tanımlanması.
- ▶ Yatırım Master Planı hazırlanması.
- ▶ İnsan kaynakları planları oluşturulması.
- ▶ Belirlenen farklı noktalardaki yerlerin çekimi oluşturulması.
- ▶ Tematik olarak gastronomi vb. konularda çekim merkezleri oluşturulması.



## Spor



### Moderatör

Arif Çetin

### Ünvan / Kurum

Dış İlişkiler Şefi / İBB Spor İstanbul

### Raportör

Gülner Demir

Şehir Plancısı / BİMTAŞ

### Katılımcılar

Adnan Çangır  
Ahmet Yılmaz  
Ali Kiremitçioğlu  
Cahit Yavuz  
Kemal Tunçeri  
Mehmet Ali Şener  
Murat Suyabatmaz  
Rıza Tayfur Özkan  
Selma Altay Rodopman  
Talin Mersinlioğlu  
Tuğçe Zengin

Ulusal Koordinatör / Enerji Verimliliği ve Çevre Kor. Der. EuroVelo  
CEO / Bizce Yapım, Reklam, Basın, Prodüksiyon  
Yönetim Kurulu Üyesi / TESYEV - TMOK  
Spor Yazarı / Başkan Yardımcısı / Habertürk / İstanbul Binicilik Kulübü  
Eski Basketbolcu / Sporcu Organizasyon Şirketi  
- / Galatasaray Spor Kulübü  
Başkan / Bicycle Mayor İstanbul - Bisikletliler Derneği  
Öğretim Üyesi / Marmara Üniversitesi Spor Bil. Fakültesi  
Başkan / Fenerbahçe Spor Kulübü-Yelken  
Ortak / Game of Colors Camp  
Halkla İlişkiler Sorumlusu / Cyclist Türkiye Bisiklet Dergisi

### Sorunlar

Mevzuat, sigorta ve bürokrasi konusundaki sorunların Sağlık, Turizm ve Ekonomi Bakanlığının ortak değerlendirdiği bir yapılanmanın olmaması.

Termal ve sağlıklı yaşam hizmetlerinin yeteri kadar önem görmemesi ve doğal çevresinin uygun olmasına rağmen İstanbul'da yer almaması.

Sağlık turizmi için engelsiz ve sağlıklı bir mekânsal altyapının olmaması.

Tanıtım ve pazarlama alanında ilgili paydaşların birbiri ile rekabeti sonucu düşük fiyata yüksek kalite hizmet verilmesi.

Kalite yönetiminde eksikliklerin bulunması, Akreditasyon veren kurumun olmaması nedeniyle fiyat, rekabet ve tanıtımda eşitlik sağlanamaması ve haksız rekabete yol açılması.

### Çözümler

► Mevzuat ve düzenlemelerin değerlendirildiği ve düzenlendiği İstanbul Büyükşehir Belediyesi, Sağlık, Ekonomi ve Turizm Bakanlığı'nın ilgililerinden oluşan "Sağlık Turizm Kurulu" oluşturulması.

► Şile, Kilyos, Silivri gibi doğal şifa alanlarının olduğu bölgelerde, mevcut ekolojik dengeyi ve doğal yaşamı bozmamaya özen göstererek, sağlıklı yaşam merkezi ile ilgili alanlar açılması.

► Sağlık turisti için engelsiz ve sağlıklı bir mekânsal altyapının oluşturulması için gerekenlerin yapılması.

► Sağlık turizmi ve sağlıklı yaşam sektörüyle ilgili "İstanbul Sağlık Fuarı"nın yapılması.  
► Yurtdışı sağlık fuarlarına İstanbul olarak katılım sağlanması.

► İstanbul Büyükşehir Belediyesi bünyesinde sağlık turizmiyle ilgili tüm kurum ve şirketleri akredite eden bir kurum ve dijital portal kurulması, sağlık turizmi ile ilgili tüm kalite kontrol ve yönetimlerin bu portal üzerinden takip edilmesi. Portal üzerinden yerel esnaf ve halkın bu konuda bilinçlendirilmesi.  
► Bu durum pazarlama ve tanıtım konusundaki maliyetin kaybına engel olacaktır (*Sadece saç ekiminde ulaşılan 1 milyar dolarlık cironun 250-400 milyon doları Google-Instagram gibi sosyal medya reklamlarına harcanmaktadır.*).  
► Sağlık turizmi ile ilgili sigorta mevzuat kanun gibi konuların tartışıldığı ilgili kamu ve özel teşebbüslerin yer aldığı forum düzenlenmesi. Bu forumda durum tespiti sağlayan bir raporun çıkarılması; mevcut istatistiklerin ortaya çıkarılması ve kısa orta ve uzun dönem stratejik yol haritalarının belirlenmesi.

## Sorunlar

Yerel yönetimlerin, özel sektörlerin, federasyonların ve bakanlıkların karar mekanizmalarının spor turizmi bilinci açısından yeterli düzeyde olmaması.

Kurumlar arası koordinasyon ve bilgi eksikliklerinin olması.

Altyapı, tesis, koordinasyon ve organizasyon eksikliklerinin olması.

## Çözümler

- Projelerin sosyal-ekonomik getirilerinin doğru şekilde yerel yönetimlere sunulması, dikkat çekilmesi ve bu sayede uygulama aşamasına geçilmesi.
- Projelerin branşlara göre kısa, orta ve uzun vadeli olarak sınıflandırılması.
- İBB'de spor turizmi ile alakalı bir yapının uzmanlar ile oluşturulması.

- Branş bazında farkındalık yaratılması ve acentalar ile işbirliği yapılması.
- Paydaş yönetim sürecinin oluşturulması. Yatırımcılar, acentalar, rehberler, otelciler, federasyon, kulüpler, STK'lar, sporcular vb.
- Oryantasyon çalışmalarının yapılması. (Spor turizminin dünyadaki mevcut durumu ve İstanbul'un bu potansiyel ile birlikte pastadan alacağı pay.)

- Çok amaçlı spor ve konaklama tesislerinin bir araya getirileceği yatırımların yapılması. (antreman ve kamp merkezleri, spor dostu oteller)
- Bisiklet yol ağlarının geliştirilmesi ve entegre edilmesi ile çevre dostu yolculukların desteklenmesi ve bunun düşük maliyetler ile hayata geçirilebilmesi.
- İstanbul'un farklı noktalarında farklı branşların yapılacağı bölgelerin ve destinasyonların belirlenmesi.
- Farklı branşlara özgü gerekli alan kapasitelerinin yönetmelikler ile belirlenmesi ve planlar yapılırken dikkate alınması (mahalle ve ilçe bazında)
- Fırsat eşitliğinin branşlar bazında her mahalle için sağlanması ve tesislerin buna uygun üretilip, verimli kullanılması. Küçük ama ulaşılabilir tesislerin (butik tesisler) yapılması.
- Tesislerin fizibiliteye uygun olarak tasarlanması.

Tanıtım, iletişim ve pazarlama eksikliklerinin olması.

Spor turizmi stratejisinin ve envanterinin olmaması.

- Dünyada gelişim gösteren sporlara (e-spor, padel, pickleball vb.) yatırım yapılması ve büyük etkinliklerinin İstanbul'a getirilmesinin sağlanması.
- İstanbul'un karşılaştırmalı üstünlüğü bulunan spor dallarının belirlenerek onlara ağırlık verilmesi.
- Mega, majör, MASS etkinliklerine ev sahipliği yapılması.
- İstanbul'un tarihi ve kültürel varlıklarının spor organizasyonları yoluyla tanıtılması.
- 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı (dünyada çocuklara atfedilen tek bayram olduğu için) kapsamında çocuklara yönelik spor organizasyonu oluşturularak, uluslararası platformda ses getirilmesi.
- Marka yüzü ve elçilerin tanıtımlar için organizasyonlara davet edilmesi.
- İstanbul'un doğal, tarihi öğeleri kullanarak kendimize has spor organizasyonlarının oluşturulup, tanıtılması (Haliç, Adalar vb.).
- Nowwemove.com vb. gibi sosyal platformlar ve kampanyalar üzerinden ücretsiz tanıtımların yapılması.
- Mevcut spor etkinliklerimizin tanıtılması kapsamında yurtiçi/yurtdışı fuarlara katılınması, halkla ilişkiler şirketleri ile iletişime geçilmesi, dijital pazarlamanın yapılması.
- Medya kuruluşlarının bu süreçte daha etkin rol oynaması.

- Dünyadaki spor acentalarının Türkiye'ye davet edilmesi ve iletişim halinde olunması.
- Spor turizminde büyük pay sahibi olan ülkelerin stratejilerinin incelenmesi.
- Spor turizmi haritasının, uygulamasının (application) oluşturulması ve sürekli güncellenmesi.
- Spor müzelerinin (genel spor müzesi, İstanbul Maratonu müzesi gibi) yapılması.
- İstanbul spor turizminin kendine özel sloganının herkese açık bir yarışma ile belirlenmesi.





## Tarihi Çarşılar



### Moderatör

Dr. Hasan Fırat

### Ünvan / Kurum

Başkan / Kapalıçarşı Esnafları Derneği

### Raportör

Özge Nur Eroğlu

Şehir Plancısı / BİMTAŞ

### Katılımcılar

Atilla Saraç  
Ayhan Gedikli  
Haşim Güreli  
Kadri Sancaktar  
Kazım Akşahin  
Sevda Yılmaz

Başkan Yardımcısı / Kapalıçarşı Esnafları Derneği  
Kurucu / Pegas  
Başkan Vekili / Kapalıçarşı Esnafları Derneği  
Meclis Üyesi, Turizm Komisyon Üyesi / İBB  
Meclis Üyesi / İBB  
Temsilci / Coop TRR Int. AG İstanbul

### Sorunlar

Turist otobüslerinin turistleri Kapalıçarşı'dan uzak noktalarda transfer etmesi. Çarşının çevresinde taksi durağının olmaması.

Çarşının çevresinde kısa süreli parklanmalara müsait otopark alanlarının eksikliklerinin olması.

Çarşıya yakın alanlarda ticari birimlerin işgaliye sorunu, çevre düzenlemesinin olmaması (Kapalıçarşı, Tahtakale).

Kapalıçarşı'nın çalışma süresinin kısalığı (Dini Bayramlar, Cumhuriyet Bayramı, Pazar Günleri ve Akşam 7'den Sonra Kapalı Olması).

Çarşıda enerji devamlılığının sağlanamaması. Tüketim hesabı ve kapasitesinin geçmiş yıllara göre hesaplanması, yeterli olmaması (Jeneratör Eksikliği).

### Çözümler

- ▶ Kabataş Kruvaziyer Limanı-Beyazıt arasında turistlere özel raylı ring sistemi (mevcut tramvay hattı kullanılarak) düzenlenmesi.
- ▶ Beyazıt Meydanı'na taksi durağı yapılması.
- ▶ Yeni açılacak Yenikapı Kruvaziyer Limanı'ndan Sultanahmet-Beyazıt'a entegrasyonun sağlanması.

- ▶ Çarşı esnafının araçlarıyla otoparkları gereksiz işgalini kaldırmak için çevre otoparklara yönlendirmesinin sağlanması, bilgilendirme yapılması.
- ▶ Beyazıt ve Çemberlitaş'taki otoparkların tamamıyla yerli ve yabancı ziyaretçinin kullanımına bırakılması.

- ▶ Seyyar satıcıların yaya akışına engel olmayacak şekilde planlı ve kontrollü düzenlenmesi.
- ▶ Yönlendirme tabelalarının daha kolay algılanmaları amacıyla yeniden düzenlenmesi. Çarşının içinde ve çevresinde yön levhalarının standardizasyonunun yapılması ve sayısının artırılması.
- ▶ Çarşı ve çevresindeki ticari birimlerin görüntü kirliliğini engellemek amacıyla cephe görünümü ve tabela standardizasyonunun yapılması.

- ▶ Tarihi Yarımada'daki ana ve ara arterlerde tarihi çarşıya yönlendirmelerin artırılması.
- ▶ Belli renklerle yönlendirme sağlayarak ve engelli erişimine uygun olarak çarşıya giden yürüyüş yollarının tasarlanması.
- ▶ Kapalıçarşı'nın pazar günleri ve dini bayramlarda açık olması.

- ▶ Çalışma saatlerinin 09:00-21:00 olarak düzenlenmesi.
- ▶ Elektrik tedarik firmasının kapasite artırması.
- ▶ Elektrik arızalarına takviye yapabilecek jeneratör sisteminin kurulması.
- ▶ Esnafın israf noktasındaki tüketiminin azaltılması için bilinçlendirme yapılması.



## Turizmde İnsan Kaynağı



Moderatör	Ünvan / Kurum
Muharrem Tuna	Prof. Dr., Öğretim Üyesi, Yönetim Kurulu Başkanı / Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi, Turizm Akademisyenleri Derneği
Raportör	
Evren Vural	Şehir Plancısı / Bimtaş
Katılımcılar	
Banu Dedeman	Yönetim Kurulu Üyesi / Dedeman Holding
Bengi Ertuna	Turizm Bölüm Başkanı / Boğaziçi Üniversitesi
Cihan Çobanoğlu	Profesör, Direktör / Güney Florida Üniversitesi, M3 Turizm Araştırma Merkezi
Demet Buyurman	Yönetim Kurulu Başkanı / Küçükoteller Derneği
Haluk Ertan	Yönetim Kurulu Başkanı / TÜROB / Çırağan Sarayı
Kıvanç İnemen	Prof., Bölüm Başkanı / Boğaziçi Üniversitesi
M. Teoman Alemdar	Öğretim Görevlisi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Müdürü / Özyeğin Üni.
Melike Ertekin	Genel Sekreter / Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
Orhan Genceli	Başkan / GNC Hospitality Management

### Sorunlar

Nitelikli personel eksikliğinin olması.

### Çözümler

- ▶ Üniversite ve sektör temsilcileri işbirliği içerisinde turizm sektörünün ihtiyaç duyduğu alt kademe personel yetiştirmeye yönelik eğitim programlarının düzenlenmesi.
- ▶ Turizm sektöründe çalışanlara genel ve mesleki İngilizce eğitim programlarının düzenlenmesi.
- ▶ Üniversite düzeyinde turizm eğitimi veren eğitim kurumlarının akreditasyon konusunda teşvik edilmesi.
- ▶ İstanbul'da bulunan turizm liselerinin tamamının sektörle işbirliği protokollü proje okulları sistemine dahil edilmesi.
- ▶ Lise ve üniversite düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin yurtdışında değişim programlarıyla desteklenmesi.

Eğitim kurumlarıyla sektör arasında işbirliğinin yeterli olmaması.

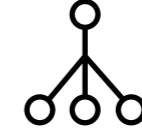
- ▶ Eğitim kurumlarının düzenleyeceği kariyer günlerinin desteklenmesi.
- ▶ Belirli dönemlerde sektör temsilcileriyle eğitim kurumlarının bir araya gelmesinin sağlanması.
- ▶ Turizm öğrencileri arasından oluşturulacak turizm gönüllüleri takımları ile İstanbul turizminin geliştirilmesine yönelik projeler üretilmesi.
- ▶ İstanbul turizminin geliştirilmesine yönelik ödüllü proje yarışmalarının düzenlenmesi.
- ▶ İstanbul turizminde Z kuşağının beklentilerini göz önünde bulunduracak insan kaynağı anlayışlarının geliştirilmesi.

Kayıt dışı istihdamın fazla olması.

- ▶ Kayıt dışı istihdama yönelik denetimlerin etkin bir biçimde gerçekleştirilmesi.
- ▶ Kayıt dışı istihdamın kayıtlı hale gelmesine fırsat verilmesi ve bu konuda eğitimlerin düzenlenmesi.

Taksi şoförlerine yönelik eğitim, denetim ve standartlarının yetersiz olması.

- ▶ Taksi şoförlerinin mesleklerini icra ederken uyulması gereken etik ve toplumsal kurallara yönelik standartların geliştirilmesi.
- ▶ Taksi şoförlerinin düzenli olarak bu standartlar çerçevesinde eğitilmesi.



## Yönetim ve Organizasyon



### Moderatör

### Ünvan / Kurum

Mehmet Çakılcıoğlu

Genel Sekreter Yardımcısı / İBB

### Raportör

Gülşen Teslime Aydın

Şehir Plancısı / BİMTAŞ

### Katılımcılar

Ali Bilir

Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı / Türkiye Seyahat Acentaları Birliği

Bahar Birinci

Türkiye, Romanya ve Bulgaristan Bölge Müdürü, Genel Müdür / Emirates Havayolu

Bahattin Yücel

Başkan / Turad Turizm Araştırmaları Derneği

Bertan Yıldırım

Güzergâh ve İş Geliştirme / İstanbul Sabiha Gökçen Uluslararası Havalimanı

Dilşat Arpacıoğlu

Kurucu, Koordinatör / İstanbul Gönüllüleri

Fatoş Serin

Yönetici Avukat / FATOŞ SERİN

Güler Aslan

Genel Koordinatör / Noma Pozitif

Hüseyin Kurtoğulları

Yönetim Kurulu Başkanı / Plantour

Nazan Z. Hazinedaroğlu

Üye / İstanbul Gönüllüleri

Oktay Varlıer

Başkanlık Divan Üyesi, Danışman / TTYD, Martı Hotels & Marinas

Turgay Yaman

Kurumsal ve İdari İşler Direktörü / IGA İstanbul Yeni Havalimanı

- ▶ Taksi şoförlerinin belgelendirilmesi ve belgesiz çalışmanın engellenmesi.
- ▶ Taksi şoförlerinin etkin bir biçimde denetlenmesi.
- ▶ Taksicilerin geliştirilecek mobil uygulama ile takip edilmesi, bu uygulamada taksi müşterilerinin hizmet memnuniyetlerini belirtebilmesi.

İstanbul halkında turizm bilincinin düşük olması.

- ▶ Turiste karşı tavır ve davranışların iyileştirilmesine yönelik çalışmaların yürütülmesi.
- ▶ İstanbul'da yaşayanlar arasında çevre, kültürel miras ve sorumlu turizm bilincinin güçlendirilmesi.
- ▶ Bilinçlendirme için hazırlanacak içeriklerin toplu taşıma araçlarında, reklam panolarında, diğer tüm iletişim platformlarında gösterilmesi.

Sorunlar	Çözümler
İstanbul'un, yönetim ve organizasyon açısından, kentin turizm problemlerinin neler olduğunun tanımlanamaması.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Kent turizmindeki: <ul style="list-style-type: none"> <li>▷ Ulaşım-erişilebilirlik,</li> <li>▷ Yönetim organizasyon,</li> <li>▷ Paydaş,</li> <li>▷ Yetki,</li> </ul> </li> </ul> <p>gibi problemlerin çözülmesine ilişkin çalışmalar yürütülmesi.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Turizm açısından plan dışına çıkılması ve imar planlarının güncellenmesi.</li> <li>▶ Tanıtımların artırılması.</li> <li>▶ Turizmin gelişmesi için kaynakların sağlanması.</li> <li>▶ Platformun altında turizmin iştirak şirketi olarak kurulması (<i>Kültür A.Ş. gibi</i>).</li> <li>▶ Turizmde veri yönetiminin sağlanması.</li> <li>▶ Yüksek döviz katkısında bulunabilecek turist kesimine ulaşılması.</li> <li>▶ Müzelerin restore edilmesi.</li> <li>▶ Altyapı sorunlarının giderilmesi.</li> </ul>
İstanbul Turizminin tanıtımında İBB'nin, STK'ların ve kentte yaşayanların yeteri kadar yer almaması ve İstanbul Turizm tanıtımında kaynak temini sorunu ve İstanbul turizminin yurtdışı tanıtımında havayolu şirketlerinin desteğinin talep edilmemesi.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Proje bazlı Türkiye genelinden ziyade İstanbul'un destinasyon olarak ele alınıp tanıtılması, tanıtıma STK'ların ve merkezi yönetimin katılımı ve kaynak temin edilmesinin sağlanması.</li> <li>▶ İstanbul turizminin tanıtımında havayolu şirketlerinin de paydaşlar arasına alınması.</li> <li>▶ Türkiye Tanıtım Ajansı'na, özel sektörden aktarılan fondan İBB'nin de proje karşılığında yararlanmasının sağlanması.</li> <li>▶ Ülkedeki, AB Birliği proje fonu, İstanbul Kalkınma Ajansı proje fonları gibi diğer fonlardan yararlanılması.</li> <li>▶ Turizm algısını görünür kılmak için logo oluşturulması.</li> <li>▶ Kültür ve sanat için İBB bütçesinden ayrılan fonun kent turizmine yönlendirilmesi.</li> </ul>
İstanbul turizm yönetiminde hangi paydaş ve hangi kurumlarının olması gerektiğinin belirli olmaması ve tanımlı görevlerin olmaması ve görev dağılımının nasıl olması gerektiğinin bilinmemesi. Sektörde illegal oluşumların bulunması.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Yabancı sağlık sigorta şirketleri ile karşılıklı olarak anlaşma sağlanması.</li> <li>▶ Tüm paydaşların temsilcilerinin yer aldığı genel bir kurulun oluşturulması: <ul style="list-style-type: none"> <li>▷ İBB (<i>İlgili birimler ve şirketleri</i>),</li> <li>▷ Havalimanı işletmeleri,</li> <li>▷ Havayolu işletmeleri,</li> </ul> </li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▷ Liman işletmeleri,</li> <li>▷ Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği,</li> <li>▷ Rehberler Birliği,</li> <li>▷ Otelciler Birliği,</li> <li>▷ Turizm Taşımacıları,</li> <li>▷ Türkiye Turizm Yatırımcılar Birliği,</li> <li>▷ İstanbul Kalkınma Ajansı,</li> <li>▷ Valilik (İl Kültür Turizm Müdürlüğü ve Emniyet Müdürlüğü, Milli Eğitim Müdürlüğü, Sağlık Müdürlüğü),</li> <li>▷ Özel Hastaneler Birliği,</li> <li>▷ Üniversiteler,</li> <li>▷ Yerel Yönetimler ve İlgili Birimler,</li> <li>▷ Gastronomi Dernekleri,</li> <li>▷ Müzeler Müdürlüğü,</li> <li>▷ İKSV,</li> <li>▷ SGAL Derneği.</li> </ul> <p>▶ İlegal oluşumların önlenmesi için denetim mekanizmalarının oluşturulması, çerçeve sözleşmelerle prototip hale getirilmesi.</p>
İstanbul turizmde, merkezi yönetim ile yerel yönetimin bağımsız olmasından kaynaklı sorunların oluşması.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Merkezi yönetimle işbirliği olması için gerekli girişimlerde bulunulması.</li> </ul>
İstanbul Turizm yönetim planlamasında kurum hafızası olmaması ve sürdürülebilir yerel politikaların olmaması ve sürdürülebilir yerel politikaların neler olacağı sorunu, İstanbul turizminin Tarihi Yarımada ve Adalar'a yığılmış olması ancak Anadolu Yakası'nın turizm açısından yeteri kadar değerlendirilmemesi sorunu.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Turizme ilişkin güncel turizme veri olabilecek envanter oluşturulması, değerlendirilmesi ve ilgili birimlerin erişimine açılması.</li> <li>▶ Envanterin sürdürülebilir olarak değerlendirilmesi.</li> <li>▶ Restorasyona ihtiyaç duyan kültürel varlıkların tespit edilmesi ve restorasyon sürecindeki projelerin denetlenmesi.</li> <li>▶ Orta ve uzun vadede turizm politikalarının geliştirilmesi.</li> <li>▶ Anadolu Yakası'nın, turizm programlarında dikkate alınması ve envanter çalışmalarında bu yakaya ait verilerin ortaya çıkarılması.</li> </ul>

# YÖNETİCİ ÖZETİ

20 Ocak 2020 tarihinde, İstanbul Turizm Platformu öncülüğünde düzenlenen İstanbul Turizm Çalıştayı'na 248 adet turizm paydaşı; sivil toplum, meslek örgütü, eğitim kurumu, özel sektör, kamu kuruluşu temsilcileri ve uzmanlar katılmıştır. Çalıştay üç oturumda gerçekleştirilmiştir. Toplam 30 dakika süren ilk oturumda katılımcılar, farklı temalara sahip 28 masa etrafında bir araya gelerek; "Fikir Tepsisi" yöntemiyle İstanbul'un bir turizm destinasyonu olarak vizyonunun tartışıldığı oturumda, katılımcılar anket yöntemi ile de kapalı uçlu soruları puanlamıştır. Anket bölümünde katılımcılar dört ana soruyu yanıtlamıştır. Katılımcılar ankette sırayla "İstanbul'un turizmde rekabet açısından dünyadaki rakiplerine karşı sahip olduğu avantajlar nelerdir?"; "İstanbul'da gelecek 5 yılda en öne çıkması gereken turizm tipi hangisidir?"; "İstanbul'un turizm vizyonunda öncelikli hedef kitle hangi bölge olmalıdır?"; "İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin, İstanbul'un destinasyon yönetimi ve turizm alanındaki en önemli görevi ne olmalıdır?" sorularına yanıt vermişlerdir. İkinci oturumda tematik sorunların tespiti yapılmıştır. Üçüncü oturumda ise, bir önceki oturumda tespit edilen sorunların çözümüne ilişkin tartışmalar yürütülmüştür.



## İstanbul'un Destinasyon İmajı ve Vizyonu

İstanbul'un destinasyon imajı ile ilgili katılımcıların görüşleri, "Fikir Tepsisi" Yöntemi ile yapılan beyin fırtınası sonucunda, tematik masalarda belirlenen anahtar kelimeler toplanmış, kaydedilmiş, gruplandırılmıştır. Yapılan analizler sonucunda İstanbul'un destinasyon olarak imajını oluşturan öğeler arasında "kültürel miras", "güvenlik", "dinamik", "erişebilirlik" ve "toplantı ve iş seyahatleri-MICE"ın öne çıktığı görülmektedir. Buradan hareketle, İstanbul'un destinasyon olarak markasının bu anahtar kelimeler göz önüne alınarak oluşturulması; kültür ve sanat odaklı, dinamik, güvenli ve ulaşılabilir bir iş ve toplantı merkezi vizyonunun hedeflenmesi önerilmektedir. Benzer vizyona sahip New York, Hong Kong ve Seul gibi destinasyonların turizm alanında başarılı oldukları söylenebilir. Dolayısıyla İstanbul'da MICE turizmi altyapısının yanında, kültürel miras ve yaratıcı endüstriler korunmalı, geliştirilmeli, herkes için farklı aktivitelerin yer aldığı dinamik bir şehir yaratılmalı, ulaşım, erişilebilirlik ve güvenlik hizmetleri geliştirilmelidir.

## İstanbul'un Rekabet Avantajları

Rekabet avantajları destinasyonlarını diğer destinasyonlardan ayıran, üstünlük sağlayan özgün niteliklerinden oluşur. Bu özellikler ön plana çıkarılır, pazarlama ve iletişimde iyi kullanılır ise destinasyon rakiplerine göre daha üstün konumlanacak, tercih edilecektir. Katılımcılara göre İstanbul'un rekabet avantajları "kültürel miras" ve "lokasyon-ulaşılabilirlik" olarak sıralanmıştır. Dolayısıyla, paydaşların bakış açısı ile İstanbul'un soyut ve somut kültürel mirasının ve ulaşılabilirliğinin geliştirilmesi ve tutundurma faaliyetlerinde ön plana çıkarılması, rakiplerine göre İstanbul'u daha tercih edilir kılacaktır. İstanbul'a üç saat mesafede 50'dan fazla ülkeye ulaşmak mümkündür. Diğer açıdan İstanbul, diğer turizm şehirlerinden de sık frekanslı uçuşlara sahiptir. Özellikle Sahil Turizmi için diğer tatil destinasyonlarına gelen turistler de, kısa süreliğine ya da günübirlik İstanbul'a çekilebilir. Fiyat-performans, doğal zenginlikler, geleneksel misafirperverlik ve ürün çeşitliliği de İstanbul'un rekabet avantajları arasında sayılan diğer unsurlardır.

## İstanbul'da Öne Çıkan Turizm Çeşitleri

Önümüzdeki 5 yılda öne çıkması beklenen turizm çeşitleri sorulduğunda, "Kültür Turizmi", yine kültür turizminin altında değerlendirilmektedir. "Gastronomi Turizmi", "İş ve Toplantı Turizmi (MICE)" ve "Kruvaziyer ve Deniz Turizmi"nin ön plana çıktığı görülmektedir. Kültürel zenginlikler hakkında İstanbul'un rekabet avantajından daha önce bahsedilmiştir. Kültür Turizminin destinasyonda daha fazla vakit geçirmenin yanında, yerel yaşam kalitesine önem veren yapısı nedeni ile birçok turizm çeşidine göre daha

sürdürülebilir olduğu söylenebilir. Gastronomi Turizmi de yerel tatlar için seyahat eden turistler yanında, diğer motivasyonlarla (örn. iş turizmi) bir destinasyona gelen turistler için destekleyici bir ürün sayılabilir. Türk mutfağının zenginliği, çeşitliliği düşünüldüğünde bu açıdan Dünya'daki rakiplerine göre yeri ve konumu potansiyelinin altındadır. İstanbul da, Fransa, İtalya ve Tayland'daki birçok destinasyon gibi bir gastronomi destinasyonu olarak pazarlanabilir, bu konuda daha yoğun imaj çalışmaları yapılabilir. Toplantı Turizmi de son yıllarda özellikle politik krizler nedeni ile kan kaybetse de İstanbul için önemli bir pazar niteliğindedir. Bu konuda ICVB, kongre merkezleri ve özel sektör ile daha fazla işbirliği ve bütünsel bir pazarlama iletişimi gerekmektedir. Son olarak Kruvaziyer ve Deniz Turizmi de paydaşlar açısından önemli bir turizm çeşidi olarak belirtilmiştir. İstanbul'un deniz seyahatlerindeki potansiyeli, boğaz ve çevresindeki kaynakların zenginliği ile yüksek olmakla birlikte, özellikle kruvaziyer turizmindeki gelişimin ve talebin iyi planlanması gerektiği açıktır. Ayrıca İstanbul'da Sağlık Turizmi, yine bir Kültür Turizmi çeşidi olarak İnanç Turizmi, Alışveriş Turizmi ve Spor Turizmi de öne çıkan turizm çeşitleri olarak sıralanmıştır.

## İstanbul'un Hedef Pazarları

Katılımcılar Avrupa'yı İstanbul'un öncelikli hedef pazarı olarak belirlemişler, daha sonra ise büyüyen pazar olarak Çin, Hindistan, Güney Kore, Japonya gibi ülkeleri içeren Asya-Pasifik'i en önemli pazarlar olarak sıralamışlardır. Geçmişten beri Avrupa, İstanbul için önemli hedef pazarlar arasında olmuş, bu pazarda oluşan sıkıntılardan İstanbul turizmi doğrudan etkilenmiştir. Bu açıdan kaynak pazar olarak İstanbul'un Avrupa'ya bağımlılığından bahsedilebilir. Bu bağımlılığın yarattığı riskleri kısmen de olsa azaltmak için alternatif pazar arayışının katılımcıların da değerlendirmeleri doğrultusunda Asya-Pasifik ve Uzak Doğuya yönlendirmek akılcı bir politika sayılabilir. Dünya'nın bu bölgesi, hem nicelik (nüfus) hem de nitelik (satın alma gücü) açısından son yıllarda oldukça ön plana çıkmış, örneğin turizmde on sene öncesinde en büyük pazar olarak görülen Amerika Birleşik Devletleri yerini Çin'e bırakmıştır. Bu anlamda endüstri pazardaki değişime hazırlanmalı, makro anlamda da hedefler ve planlar bu dönüşüme göre yapılmalıdır.

## İBB'nin Turizm Alanındaki Görevleri

Çalıştay esnasında İstanbul Turizmi için İBB'nin öncelikli görevleri de sorulmuştur. Katılımcıların İBB'ye temizlik, ulaşım gibi geleneksel belediye görevleri yanında, yönetim, koordinasyon, planlama, pazarlama, denetim ve sertifikasyon ve veri yönetimi gibi destinasyon yönetimi örgütlerine atfedilebilecek bazı fonksiyonlar yükledikleri görülmektedir. Ülkemizde

## Destinasyon Olarak İstanbul'un Sorunları

destinasyon yönetişimi ile ilgili sorunlar, Turizm Bakanlığı dahil tüm paydaşlar tarafından kabul edilmekle birlikte, yerel destinasyonları bütüncül olarak temsil edebilecek, planlayacak, yönetecek ve pazarlayacak bir yapı üzerinde anlaşılabilmiş değildir. Yurtdışında yaygın olarak faaliyet gösteren başarılı destinasyon yönetimi örgütleri model alınarak, benzerleri Türkiye'de de kurulmaya başlanmış, bu alanda daha etkin bir yapılanmaya doğru bazı adımlar atılmıştır (örn. Kayseri, Erzurum, Şanlıurfa, Belek). İstanbul'da da bu eksikliği gidermek adına paydaşlar tarafından belediyeye daha fazla görev atfedildiği görülmektedir.

Katılımcılar tarafından İstanbul turizminin taksiciler, dil, hanut, kayıt dışı işletmeler, tanıtım eksikliği, kimlik kaybı, göç, maliyetler gibi birçok sorunu dile getirilmiştir. Bu sorunlar, turist deneyimini etkileyen sorunlar, tanıtım ve pazarlama iletişimi ile ilgili sorunlar, sürdürülebilirlik ile ilgili sorunlar, yapısal sorunlar, ve işbirliği ve yönetim ile ilgili sorunlar olarak beş ana başlık altında toplanabilir. Turizm deneyimi ile ilgili sorunlar; turist deneyimini olumsuz etkileyen; altyapı ile ilgili sorunlar (ulaşım, trafik, güvenlik, çevre düzenlemesi vb.); tanımlar, akreditasyon, sertifikasyon ile ilgili hizmet kalitesindeki standartlaşmayı etkileyen sorunlar, turizm eğitimi, kalifiye işgücü ve yabancı dil yetkinlikleri ile ilgili sorunlar olarak sıralanmıştır.

Tanıtım ve pazarlama iletişimi ile ilgili sorunlar arasında; destinasyon imajı, algı yönetimi, halkla ilişkiler gibi bütüncül destinasyon iletişimi, fiyatlandırma, ortalama geceleme kısa olması gibi markalaşma ve dağıtım ile ilgili sorunlar belirtilmiştir. İstanbul'da soyut ve somut turizm değerlerinin korunması ve gelecek kuşaklara kaliteleri bozulmadan aktarılabilmesi ile ilgili çekinceler de dile getirilmiştir. Kültürel mirasın ve sanatın kent yaşamından kopması, yerel katılımın azalması, kültürel değerlerin ticarileşerek özgünlüğünü yitirmesi, soylulaşma ile turizmin yoğun olduğu bölgelerdeki mimari ve demografik değişimler de tehditler arasında sıralanmaktadır. Özellikle Barselona ve Venedik gibi uluslararası destinasyonda yaşanan "aşırı turizm" hareketlerinin yarattığı sonuçlar katılımcıların bu konudaki endişelerini teyit eder düzeydedir. İstanbul'da turizmin genel sorunları arasında bürokrasi, bütçe sıkıntısı gibi yapısal sorunlar da dile getirilmiş, bu nedenle uzayan projeler ve zamanlama sorunlarından da bahsedilmiştir. Son olarak İstanbul turizminin sorunları arasında işbirliği ve yönetim ile ilgili sorunlar, farklı paydaşlar ve kurumlar arasındaki koordinasyon ve entegrasyon eksikliği ve planlama sorunları da vurgulanmıştır.

## İstanbul Turizmi için Çözüm Önerileri

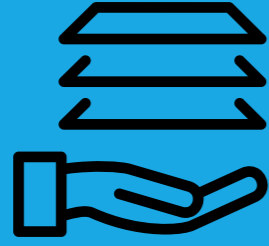
Yukarıda belirtilen sorunlarla ilişkili, eğitim, denetleme, koruma kullanma dengesi, teknoloji adaptasyonu, veri toplama, lobi faaliyetleri, işbirlikleri kurulması, proje bazlı fonlama gibi farklı öneriler de geliştirilmiş, bu çözüm önerileri de beş ana grup altında toplanmıştır. En kapsamlı öneri koordinasyon, işbirliği gibi diğer birçok çözümü de içeren "İstanbul için merkezi destinasyon yönetimi çatısının oluşturulması" olarak ön plana çıkmış; diğer çözüm önerileri de zaman zaman bu yapının görev alanında (örn. sertifikasyon, yerelden yönetim, kriz yönetimi, ürün ve mekân çeşitlendirme) olması gerektiği ifade edilmiştir. Bununla birlikte katılımcılar bu yapının bazı özelliklerinden de bahsetmiş, etkin bir destinasyon yönetimi yapısını, hızlı, katılımcı, adil, şeffaf, temsil yeteneği yüksek gibi sıfatlarla tarif etmişlerdir.

Veri yönetimi ve planlama altında altyapı yatırımları (ulaşım, yönlendirme, aydınlatma, erişilebilirlik vb.), şehirdeki geleneksel turizm ürün ve mekânlarını çeşitlendirme, pazarlama altında tutundurma, dijital tanıtım, markalaşma faaliyetleri sıralanmış, ayrıca eğitim, denetleme, standardizasyon, kültürel ve doğal mirasın korunması, geliştirilmesi ve turizm projelerinin oluşturulacak kurumsal fonlarla (örn. İspark gelirleri, tanıtım fonu, gönüllü katılım, İstanbul kart-citypass) bütçelendirilmesi ve teşviklerle özendirilmesi önerilmiştir. Anlaşılacağı gibi İstanbul turizmini merkezi olarak planlayıp, yönetip, pazarlayacak, temsil yeteneği yüksek, katılımcı, hesap verebilir, adil, yetkilendirilmiş, yasal dayanağı olan, profesyonel yönetilen, şeffaf, uzun vadede kendi bütçesini çeşitli kaynaklarla yaratabilen bir yapı, her destinasyonda ihtiyaç duyulan paydaşlar arasındaki sinerjiyi oluşturabilecek, bu vesile ile hem yerel halkın yaşam kalitesini (altyapı, şehir kimliği, istihdam) hem de turist deneyimini geliştirebilecektir.

## Sonuç

Sonuç olarak, bir turizm destinasyonu olarak İstanbul, Kültür, Sanat ve İş Turizmine odaklanırken diğer turizm çeşitlerini de geliştirmeyi hedefleyen, oturmuş pazarlar yanında, büyüyen pazarlara da odaklanan, coğrafi ve kültürel konumunu rekabet avantajı olarak kullanan ve geliştiren, yerel yönetimin daha fazla inisiyatif aldığı bir destinasyon olarak tanımlanmalıdır. Tüm bu vizyonun gerçekleşmesi için öncelikli faaliyet ise, İstanbul turizmini temsil edecek etkin bir çatı yönetiminin oluşturulmasıdır. Yukarıda belirtilen özelliklerde bir destinasyon çatı örgütünün; yapısının, işleyişinin, fonksiyonlarının, görev, yetki ve sorumluluklarının belirlenmesi, bütçesinin oluşturulması, olası alternatif senaryoların incelenmesi, başarılı örneklerden kıyaslama yapılarak ve paydaşlardan da dönüt alınarak en kısa sürede işler hale getirilmesi gerekmektedir.

# SONUÇ VE DEĞERLENDİRME





İstanbul Turizm Çalıştayı, toplam 20 turizm teması için, 30 masada, yaklaşık 250 kişilik davetlinin değerli katılımı ve 75 kişilik bir ekibin organizasyonu ile gerçekleştirilmiştir. Davetlilerin tamamı çalıştaya büyük bir motivasyonla katılmış ve son ana kadar değerli zamanları ve emekleri ile etkinliği desteklemişlerdir, bu çerçevede tüm çalıştay katılımcılarına sonsuz teşekkür ederiz.

Çalıştay etkinliğinin organize edilmesinde büyük emek veren İstanbul Turizm Platformu Koordinatörü Sayın Cumhur Güven Taşbaşı ile İTP Koordinasyon Kurulu Üyelerimiz olan Sayın Seda Kutluk (TÜRSAB), Sayın Aylin Ogan (TTYD), Sayın Esmeray Akar (İRO), Sayın Ayşe Gül Eken (İBB Turizm Müdürlüğü), Sayın Ayhan Hacibektaşoğlu (TÜROB), ve Sayın Vedat Dilber'e (TURYİD) değerli katkıları için teşekkür ederiz.

Çalıştay sırasında ortaya çıkan en önemli sonuç; İstanbul'un kültürel, doğal, sosyal, işlevsel ve fiziksel değerlerinin yeterince araştırılmadığı, kentin turizme yönelik potansiyellerinin büyük bir kısmının şimdiye kadar yeterince iyi anlaşılmadığı, tanıtılmadığı ve değerlendirilemediği yönündedir. Tüm katılımcılar kentimizin turizmle ilgili birçok sahada büyük potansiyelleri olduğunu, ancak bu potansiyel değerlerin tamamının, kente de katkı sağlayacak bir yöntemle turizmle bağdaştırılarak, henüz geliştirilmediğinin altını çizmişlerdir.

Çalıştayı ikinci önemli sonucu; İstanbul'un çalıştay sürecince ortaya konan sorunlarının önemli bir bölümünün uzun zamandır bilinen ve çözüm bekleyen konular olduğu, bu bağlamda kentteki turizm sektörünün yönetimiyle ilgili ve sorumlu kurumların bu sorunları çözmek için geliştirilmeleri gerektiğidir. İstanbul'da turizm ile ilgili çalışan sektör örgütleri, akademisyenler, profesyoneller ve duayenler bu sorunların çözümü için yeterli bilgi ve birikimin zaten kentte var olduğunu, turizmden sorumlu ve turizmi etkileyen resmi kurumların kendi içlerinde organize olmadıklarını ve etkin bir şekilde turizm sektörünün gelişimini sağlayacak altyapıyı ve stratejileri geliştiremediklerini dile getirmişlerdir. Bu çerçevede, katılım ve yönetişimi öne çıkaran bir yaklaşımın, geleneksel hiyerarşik yönetim yaklaşımından çok daha etkin sonuçlar vereceği vurgulanmış, İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin yeni dönemde başlattığı turizmi geliştirmeye yönelik çalışmaların devam ettirilmesinin önemli olduğu vurgulanmıştır.

Çalıştayı üçüncü sonucu; "bilgi olmadan yönetim olmaz" prensibiyle turizm sektörünün sağlıklı yönetilmesi için sağlıklı bir veri tabanının kurulması, turizm verilerinin tüm sektör bileşenleri ve araştırmacılar ile şeffaf bir şekilde paylaşılması gerektiği konusunda varılan görüş birliğidir. Bu çerçevede ilgili kurumlarla işbirliği içinde olacak şekilde; kentteki turistik değerlerin, turizm altyapısının, turizm hareketlerinin, kentin turizmle ilgili arz ve talep mekanizmalarının, kullanıcı ihtiyaçlarını ve deneyimlerinin araştırılması gerekliliği ortaya çıkmıştır.

Çalıştayı dördüncü sonucu; kentteki acil sorunların çevik bir yaklaşımla ele alınarak, sorunların bir kısmının öncelenmesi, orta ve uzun vadeli çalışmaların da buna paralel olarak hızlı bir şekilde başlatılarak geliştirilmesidir. Kentlerin global şoklara hazırlanması konusunda çeviklik sağlayabilecek stratejik mekânsal planlamanın yaklaşımının benimsenmesi bu çerçevede önem kazanmaktadır. Yapılacak çalışmaların, kentimizdeki sektör örgütleri, akademik kurumlar, meslek odaları ve sivil kuruluşlarla işbirliği içinde yapılmasının bilgi, deneyim, vizyon birlikteliği oluşturmak için önemli olduğu konusunda fikir birliği olduğu ortaya çıkmıştır.

İstanbul Turizm Platformu olarak turizm sektörü örgütleri, üniversiteler, meslek odaları, Konsoloslukların ilgili birimleri, sivil toplum örgütleri ile işbirliği içinde bu İstanbul Turizm Çalıştayı kapsamında belirlenen konuların geliştirilmesi amacıyla İTP bünyesinde İhtisas Komisyonları ve Proje Çalışma Grupları kurularak bir yandan kentin turizm işlevinin geliştirilmesi amacıyla İstanbul Turizm Vizyon Belgesi, İstanbul Turizm Master Planı gibi orta ve uzun vadeli planlama çalışmalarına başlanacak, bir yandan da kentin gündeminde bekleyen ya da girecek olan olan acil konulara ilişkin çalışmalar başlatılacaktır.

**Özcan Biçer**

Y.Kent Plancı,

İstanbul Turizm Platformu Direktörü

# KAPANIŞ KONUŞMASI

**Ekrem İmamoğlu**  
İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı





**“İstanbul'un, turizmde Dünyada ilk 3'e girmesi, hangi açıdan bakarsanız bakın bu şehirde yaşayan istisnasız herkes için önemli. Sadece gelir ve istihdam için değil, aynı zamanda huzur, barış ve inovasyon için de öyle.”**

Turizm sektörünün değerli temsilcileri,

Hanımlar, Beyler,

Sevgili İstanbullular,

İstanbul Büyükşehir Belediyesi Başkanlığı olarak hayata geçirdiğimiz İstanbul Turizm Platformu tarafından düzenlenen Çalıştay'a hepiniz hoş geldiniz.

Hepinize, hem çalıştayımıza katılımınız için hem de şehrimizin değerini artırmak için geliştirdiğiniz öneriler için teşekkürlerimi sunmak isterim.

İstanbul'un sorunlarını demokratik katılım ve ortak akıl yoluyla çözmek için size söz verdik.

Bu amaçla tüm konuları ele almaya bir yandan çalıştaylar yaparak başlarken, bir yandan da kalıcı ve sürekli yapılar olan çözüm platformlarımızı kurmaya başladık.

Amacımız; Vizyon İstanbul Projesiyle kentin tüm sorunlarını kapsamlı bir şekilde ele alarak, her bir sorunu çözerken ve her bir potansiyeli geliştirirken, kentimizdeki bütün insanların fikrini söyleyebileceği şekilde ilerlemektir.

18 Kasım'da kurduğumuz İstanbul Turizm Platformu, Vizyon İstanbul Projesi'nin ilk adımıdır, devamında "İstanbul Deprem Platformu" ve "İstanbul Kültür ve Sanat Platformu"nu da hayata geçiriyoruz.

İstanbul Turizm Sektörünün sıkıntılarını çözecek olan İstanbul Turizm Platformu'nu

- ▶ TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği),
- ▶ TUROB (Türkiye Otelciler Birliği),
- ▶ TTYD Türkiye (Turizm Yatırımcıları Derneği),
- ▶ İRO (İstanbul Rehberler Odası),
- ▶ TURYİD (Turizm Restoran Yatırımcıları ve Gastronomi İşletmecileri) Derneği gibi bir çok önemli turizm sektör örgütünün,
- ▶ Üniversitelerin,
- ▶ Meslek odalarının,
- ▶ Sektör duayenlerin katılımıyla kurduk ve sürdürüyoruz.

Bugünkü çalıştay sonucunda bir yandan İstanbul Turizm'inin temel vizyonu ile ilgili saptamalar yaparken, bir yandan da acil bekleyen konular ve bunların çözümüne ilişkin sonuçlar elde ettik.

Bugün burada birçok konuda ilgili kurumlar, bilim insanları, uzmanlar ve duayenler görev alarak çeşitli başlıklarda çalıştılar.

Alışveriş Turizminden Sağlık Turizmine... Kültür ve Sanattan, Eğitim Turizmine... Kruvaziyer ve Gastronomi Tanıtım ve Pazarlamaya kadar 20 farklı temada uzman grupları gün boyunca turizmin sorunlarını ve potansiyellerini tartışarak çözüm önerileri ve projeler geliştirdiler.

Bundan sonraki aşamada, burada kurulan masaları İstanbul Turizm Platformu bünyesinde sabit komisyonlar haline getirip, bu çalışmaların düzenli ve sürekli olmasını sağlayacak, bir yandan da fikrini sunmak isteyen herkesin katılabileceği bir ortamı geliştirmeye devam edeceğiz. Tüm İstanbul'lulardan Turizmle ilgili beklenti, şikayet ve projelerini İstanbul Turizm Platformu'na başvurarak iletmelerini istiyoruz. Bizim için en öncelikli sektörlerin başında geliyor.

Çünkü Türkiye ekonomisi ve ona paralel olarak da İstanbul ekonomisi bir süredir sıkıntılı günler geçiriyor. TÜİK verilerine göre ülkemizdeki işsizlik oranı %15'e yaklaşıyor.

Gerçek oran daha yüksek olsa bile, bu veri bize İstanbul'da işsiz insan sayısının en az 2.4 milyon kişi olduğunu söylüyor.

Şimdi size sormak isterim.

İstanbul kısa sürede nasıl 2.4 milyon kişinin önemli bölümüne istihdam yaratabilir?

Cevabını da kendim vereyim.

Daha fazla yabancı turist çekerek...

Dünya Turizm Örgütü'nün verilerine göre uluslararası turizm, yer kürenin en büyük sektörlerinden biri.

Aynı zamanda en hızlı büyüyen sektör.

Sektöre zamanında yatırım yapmış olan destinasyonlar, ev ödevini iyi yapmış olan şehirler son on yılda sektörün küresel büyümesinden paylarını ciddi biçimde aldılar.

Biz, İstanbul olarak kendiliğinden çok çekici avantajlara sahip olan bir destinasyonuz.

Her şeyden önce, kuzeyden güneye, doğudan batıya dünyanın tam merkezindeyiz.

İki kıtaya köprü konumdaki ve iki denize ve bir doğal su yoluna kıyısı olan yer yüzündeki tek şehir, içinde yaşadığımız bu aziz şehir.

İstanbul'un yer yüzündeki konumu bizler için öylesine önemli bir avantaj ki...

Düşünsenize İstanbul'dan 360 derecelik 3-4 saatlik uçuşla, dünya nüfusunun neredeyse yarısına erişebilecek muazzam bir yerde bulunuyoruz.

Asya, Avrupa, Orta Doğu ve Afrika'yı birbirine bağlayan stratejik bir coğrafi konuma sahip. İstanbul'daki 3 havaalanından, 3 saat içinde 120'den fazla ülkeye 146 varış noktasına uçuş yapabilirsiniz.

Dünyanın en değerli arazisi üzerinde olmamızın yanısıra, dünyanın en eski tarihi miraslarını, kültürünü ve çeşitliliğini sunuyoruz.

Doğamız, insan kaynağımız, misafirperverliğimiz cabası... Yaklaşık 4 milyarlık doğal bir yabancı ziyaretçi pazarına sahibiz.

Batının gelişmiş ama tek renkli, gri toplumları için rengarenk bir egzotik destinasyon durumundayız...

Doğunun kaotik ve keşmekeş toplumları için tam bir rüya şehriyiz.

Bu nedenle İstanbul en çok yabancı ziyaretçi çeken Türkiye'nin birinci, dünyanın ise ilk 10 şehirden biri.

Bazı otoritelere göre ise dünyada ilk 8nci sıradayız. Bizim hedefimiz öncelikle şehrimizi dünyada en çok yabancı ziyaretçi çeken ilk 3 şehirden biri yapabilmek.

Avrupa'ya yakınlığımız, Doğu Avrupa ve Ortadoğu'da zenginleşen yeni orta sınıflar, Amerika ve Uzak Doğu için giderek daha fazla güvenilen ve TL'nin düşüşü nedeniyle daha rekabetçi bir pozisyona gelmiş olmamız bugünler için bir fırsat...

Ama biz İstanbul için kalıcı gerekçeler yaratmak istiyoruz...

Sadece tarihi yarımada ve Kapalıçarşı değil, yeni müzeler, yeni ve büyük uluslararası etkinlikler, yeni rotalar, yeni gastronomi sunum imkanları, kongre turizmi ve kruvaziyer turizmi.... Keza, eğitim ve sağlık turizmi...

Kültür ve sanatta çok dilli performanslar ve hatta İstanbul'un kendi Broadway'i...

Müzikten spora, kültür sanattan, gastronomiye, kongre turizminden akademik ortamlara kadar İstanbul'a ne kadar çok yeni ve büyük etkinlik katarsak, o kadar çok gelir ve istihdam imkanı yaratmış oluruz.

Sevgili katılımcılar,

Biz İstanbul için üç net vizyon tanımladık...

İstanbul Adil bir şehir olacak...

İstanbul Yeşil bir şehir olacak...

İstanbul Yaratıcı bir şehir olacak dedik..

Yaratıcılığın içinde kültür sanat, inovasyon ve turizm gibi başlıklar var...

Biz şehrimizin daha cazip bir destinasyon olması ve daha yüksek gelirli yabancı ziyaretçi çekebilmesi için yaratıcı olmak zorundayız...

Her şey miras bırakılabilir.

Arabanızı miras bırakabilirsiniz.

Evinizi barkınızı miras bırakabilirsiniz.

Kitaplarınızı miras bırakabilirsiniz.

Şirketinizi, menkul kıymetlerinizi miras bırakabilirsiniz.

Soyadınızı miras bırakabilirsiniz.

Genlerinizi dahi miras bırakabilirsiniz.

Ama yaratıcılığınızı miras bırakamazsınız.

Yaratıcılık devredilemez.

Bir başkasından parayla satın alınamaz.

Yaratıcılık mükemmel bir eşitleyicidir.

Fakir bir ailenin çocuğu, nesiller boyu miras yoluyla devredilen zenginliğe sahip yaşlılarını ancak yaratıcılıkla geçebilir.

Çok zengin kaynaklara sahip olan ülkeler ve şehirler, ancak yaratıcılıkla geçilebilir.

Özetle demem o ki, uluslararası eşitsizliğin giderilmesi de yaratıcılıkla mümkün olabilir.

16 milyon İstanbullu için daha adil ve daha refah dolu bir hayat ancak daha yaratıcı yollarla mümkündür.

Bu yüzden sadece kendi yaratıcı beyinlerimizi başka milletlere kaptırmamak değil, başka milletlerden yaratıcı beyinleri çekebilmek de İstanbul için önemli bir hedeftir.

Bu nedenle eğitim turizmini, sadece gelir bakımından değil, yaratıcı beyinleri çekebilmek bakımından da çok önemsiyoruz.

Yabancı öğrencileri, yabancı akademisyenleri çekebilmek bizim için yeni dönemde çok ama çok önemli bir hedef.

Değerli katılımcılar,

İstanbul'un turizmde dünyada ilk 3'e girmesi, hangi açıdan bakarsanız bakın bu şehirde yaşayan istisnasız herkes için önemli...

Sadece gelir ve istihdam için değil, aynı zamanda huzur, barış ve inovasyon için de öyle...

İstanbul bir 3S destinasyonu olmadığı halde bugün 15 milyona yaklaşan bir yabancı turist çekebiliyorsa, rahatlıkla bu rakam 30-35 milyonlara erişebilir.

Bizim şehir olarak marka değerine odaklanmamız şarttır. Ucuza satılan bir destinasyon olmanın global anlamda da, bu şehirde yaşayanlar adına da değeri yüksek değildir.

Yapılacak şey basittir ve bir kaç stratejik kararın alınmasına bağlıdır. Öncelikle yeni bir konumlamaya ihtiyaç vardır. Yüksek gelir grubundan ziyaretçileri yeniden kazanabilmek için, Avrupa'nın en ucuz destinasyonu pozisyonu öngörülebilen bir zaman dilimi içinde terk edilmelidir.

Tüm pazarlama stratejisi buna göre yenilenmelidir.

Türkiye'nin 'ucuz destinasyon' algısı kısa sürede değiştirilemeyeceği için, İstanbul'un bağımsız olarak markalaşmasına başlanmalıdır. Hepinizle, tüm turizm sektörüyle birlikte bu kararları alırsak, bu hedefler kolaylıkla gerçekleşir.

Sözlerime son verirken, bir kez daha tekrar etmek istiyorum. Bu aziz şehrin dünyada ilk üçe girebilmek için her şeyi var. İhtiyacı olan tüm sektörün mutabık olacağı, birlikte çalışacağı bir ortak strateji idi.

Bugün bu yolda çok önemli bir adım atmış olduk. Bu Çalıştayın çıktıları ve alınan kararlar bizim için, şehrimiz için ve ülkemiz için çok ama çok değerli.

Bu vesileyle bu çalışmaya katılımınız için tekrar teşekkürlerimi sunuyorum.

**Ekrem İmamoğlu**  
İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı



