



İÇERİK

1. Başkanın Mesajı
2. Küresel Turizm Barometresi ve Makro Görünüm

2026 İlk Çeyrek Performansı, Jeopolitik Riskler ve Dünyanın En Çok Ziyaret Edilen 10 Destinasyonu

3. Yeni Nesil Seyahat Eğilimleri ve Dijitalleşme

2026 Yaz Seyahat Trendleri, Çevrimiçi Rezervasyon Alışkanlıkları, Talep ve Dönüşüm Fırsatları

4. Deniz Turizminde Rota: Kruvaziyer Sektörü Görünümü

Küresel 2025–2026 Trendleri ve Türkiye Limanlarındaki Kruvaziyer Hareketliliği

5. Akdeniz ve Küresel Arenada Destinasyon Rekabeti

Mısır, Yunanistan, İspanya, İtalya ve Dubai'nin İlk Yarı Performansları ile Yaz Etkinliklerinin Harcamalara Etkisi

6. Mutfak Diplomasisi ve Gastronomi Turizmi

Türkiye'nin Yükselişi, Yeni Gastronomi Trendleri ve Sektörel Kısıtlar

7. Türkiye Turizminde 2026 İlk Yarı ve Yaz Verileri

Haziran–Temmuz Göstergeleri, Ana Kaynak Pazarlar ve En Çok Ziyaretçi Ağırlayan 5 İlin Analizi

8. Konaklama ve Geceleme İstatistikleri

Ocak–Haziran Dönemi Tesis Dolulukları, Geceleme Hacimleri ve Kalış Süreleri



Değerli Üyelerimiz

Turizm sektörü de yalnızca değişime ayak uyduran değil, değişimin yönünü okuyabilen ve buna göre pozisyon alabilen bir yapıya dönüşmek zorunda. 2026 yılı; küresel turizmde rekabetin, tüketici beklentilerinin, dijitalleşmenin ve ekonomik koşulların aynı anda değiştiği bir dönem olarak ilerliyor. Artık yalnızca ziyaretçi sayısını değil; turistin niteliğini, harcamasını, kalış süresini, deneyimini ve destinasyona sağladığı değeri birlikte değerlendirdiğimiz yeni bir dönemden geçiyoruz.

Küresel turizmde talep güçlü kalmaya devam ederken, artık “kaç kişi geldi?” sorusunun yanına “kim geldi, neden geldi, ne kadar kaldı, ne kadar harcadı ve destinasyona ne kattı?” sorularını koyuyoruz. Rekabetin yeni ölçüsü yalnızca ziyaretçi hacmi değil; **değer yaratma kapasitesi**.

Buna bağlı olarak, turizm sektörünün yeni dönemde daha çevik, daha verimli, daha dijital, daha sürdürülebilir ve daha yüksek katma değer üreten bir yapıya ihtiyacı var. Konaklama verilerinde doluluk oranları kadar geceleme ve ortalama kalış süresini; ziyaretçi sayısı kadar kişi başı harcamayı; sezon uzunluğu kadar sezonun ekonomik verimliliğini konuşmalıyız.

Çünkü artık mesele yalnızca **sezonu doldurmak değil, sezonun değerini artırmak**.

Türkiye turizmi ise tüm bu küresel gelişmelerin ortasında güçlü konumunu korumaya devam ediyor. Yaz sezonunun ana gövdesinde yaşanan hareketlilik, Antalya'nın 10 milyon yabancı ziyaretçiyi aşması, İstanbul'un küresel şehir turizmindeki güçlü konumu ve kruvaziyer, gastronomi ve etkinlik turizmi gibi alanlarda artan potansiyelimiz, sektörümüzün dinamizmini ortaya koyuyor.

Ancak bizler için rakamların ötesinde önemli olan bir başka konu daha var: sezonun daha iyi, daha verimli ve sektörümüzün ihtiyaçlarına cevap verecek şekilde yönetilmesi. TÜROFED olarak bu doğrultuda; her bölgemizin, her destinasyonumuzun ve üyelerimizin sahadan gelen taleplerini ilgili Bakanlık seviyesinde gündeme taşıyor; sektörün ihtiyaçlarının doğrudan ve doğru kanallardan değerlendirilmesi için çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

Önümüzdeki dönemde de hedefimiz yalnızca sezonu tamamlamak değil; daha verimli bir sezon, daha güçlü destinasyonlar, daha yüksek katma değer ve daha sürdürülebilir bir turizm yapısı oluşturmak.

Birlikte, daha güçlü ve daha verimli sezonlara...

Dr. Erkan YAĞCI

TÜROFED Yönetim Kurulu Başkanı

TURİZMDE KÜRESEL BAROMETRE

2026 Yaz Seyahat Trendleri; Talep ve Dönüşüm Fırsatları

2026 yılı, uluslararası turizmin geçmiş krizlerin tüm izlerini silerek küresel çapta tarihi zirvelere ulaştığı bir dönüm noktası oldu. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü verilerine göre, yıl genelinde 1,5 milyar uluslararası turist girişi bekleniyor ve bu rakam sektörün önceki rekor eşiği olan 2019'daki 1,46 milyar seviyesini açık bir farkla geride bırakıyor.

Bu toparlanma yalnızca seyahat talebinin dayanıklılığını değil; insanların nasıl, nerede ve neden seyahat ettiğindeki köklü yapısal değişimi gösteriyor. Doğrudan turizm harcamalarının 2 trilyon ABD dolarını aşması öngörülürken; tedarik zincirleri ve çarpan etkileriyle birlikte turizmin dünya ekonomisine toplam katkısı yaklaşık 9 trilyon dolara, yani küresel gayri safi yurtiçi hasılanın %10'una ulaşıyor.

1.5 Milyar

2026 KÜRESEL TURİST GİRİŞİ

\$2.0+ Trilyon

DOĞRUDAN TURİZM GELİRİ

%76

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KRİTERİ

370+ Milyon

KÜRESEL SEKTÖR İSTİHDAMI

KÜRESEL TALEP VE FİNANSAL HACİM

Uluslararası seyahat talebinin 1.5 milyar sınırını aşmasıyla birlikte doğrudan turizm harcamalarının 2 trilyon doların üzerine çıkması beklenmektedir. Büyümenin lokomotifleri olan gelişmekte olan destinasyonlar ve lüks segment harcamaları pazar payını artırmaktadır.

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE İSTİHDAM ETKİSİ

Konaklama ve operasyon standartlarında %76 oranına ulaşan sürdürülebilirlik uyumu, kurumsal yatırımların merkezine yerleşmiştir. Sektör, dünya genelinde 370 milyondan fazla kişiye istihdam sağlayarak küresel iş gücünün ana omurgasını oluşturmaktadır.

Özellikle Haziran, Temmuz ve Ağustos aylarını kapsayan 2026 yaz sezonu, küresel seyahat rotalarında benzeri görülmemiş bir coğrafi eksen kaymasına sahne oluyor. Akdeniz havzasında tepe noktasına ulaşan sıcak hava dalgaları, tatilcileri İskandinavya, İzlanda, Baltıklar ve Alpler gibi serin bölgelere yönlendirerek "coolcation" akımını bu yazın en güçlü sektör gerçeği haline getirdi.

Geleneksel deniz-kum-güneş tatilleri zirvesini iklim konforu, sakinlik ve yerel doku odaklı yeni nesil kaçışlarla paylaşıyor.

Aynı dönemde Barselona, Venedik ve Mayorka gibi ikonik metropollerde sıkılaştırılan aşırı turizm kotaları ve vergi düzenlemeleri, yaz aylarında hem rezervasyon akışını ikincil şehirlere dağıttı hem de kişi başı harcama odaklı nitelikli turizm anlayışını zorunlu kıldı.

Sektörün sosyal ve finansal omurga işlevi, özellikle ada devletleri ve gelişmekte olan pazarlar için hayati önemini koruyor. Maldivler, Seyşeller, Fiji ve Barbados gibi ülkelerde turizm ulusal gelirin yarısından fazlasını ve döviz girdisinin %80'e yakınına sağlarken; Tayland, Kamboçya ve Fas gibi ekonomilerde de istihdamın birincil itici gücü olmaya devam ediyor.

Konaklamadan havacılığa, tedarik zincirlerinden restoran işletmeciliğine uzanan bu devasa ağ, küresel iş gücünün en dinamik hareket motorunu oluşturuyor.

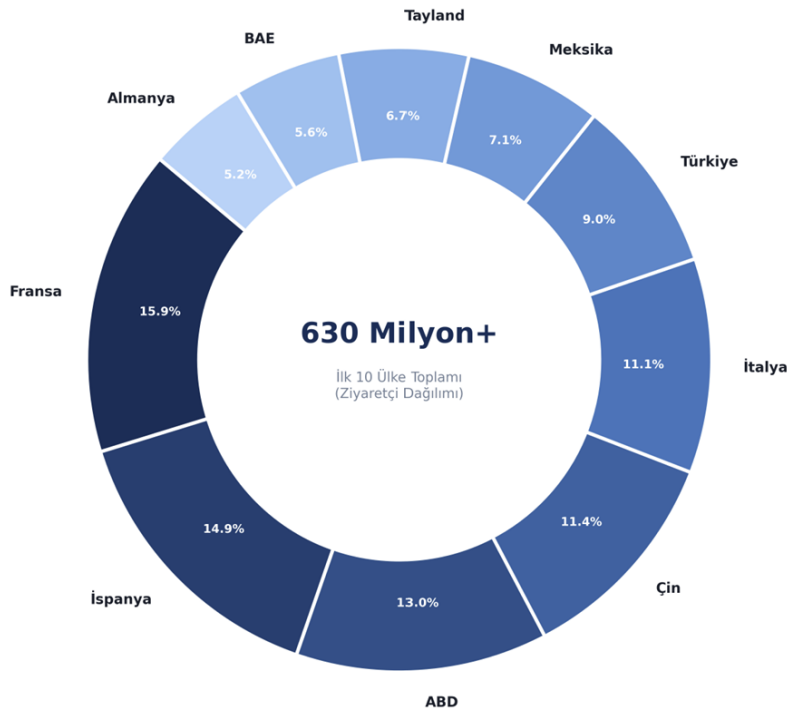
Tüm bu büyüme ivmesinin merkezinde ise artık bir zorunluluk haline gelen çevresel sorumluluk yer alıyor. Küresel Sürdürülebilir Turizm Konseyi verilerine göre, bu yıl uluslararası seyahat edenlerin %76'sı destinasyon ve otel tercihlerinde doğrudan sürdürülebilirlik kriterlerini arıyor.

Sürdürülebilirlik ve karbon nötr uygulamalar artık üst segment bir ayrıcalık değil, pazarda ayakta kalmanın temel şartıdır. İzlanda'dan Kosta Rika'ya, Bhutan'dan Palau'ya kadar uzanan yenileyici turizm modelleri, yalnızca çevreyi korumakla yetinmeyip yerel ekosistemleri onaran yeni bir küresel turizm standardı inşa ediyor.

Dünya genelinde her 10 işten birini besleyen turizm ekosistemi, 330 milyonu aşkın çalışanla küresel refahın en hızlı toparlanan can damarı olmaya devam ediyor.

Dünyanın En Çok Ziyaret Edilen 10 Destinasyonu

Gelen Ziyaretçi Payları (Daire Dağılımı), Büyüme ve Gelir Analizi



2026'nın İlk Çeyreğinde Küresel Turizm; Jeopolitik Baskılar ve Yavaşlayan Büyüme İvmesi

Uluslararası turizm sektörü, küresel ölçekte tırmanan jeopolitik gerilimler ve ekonomik belirsizliklere rağmen 2026 yılına dirençli bir başlangıç yaptı. BM Turizm (UN Tourism) verilerine göre, yılın ilk çeyreğinde dünya genelinde yaklaşık 307 milyon uluslararası turist seyahat ederek geçen yılın aynı dönemine kıyasla %2'lik bir artış kaydetti.

Ocak ve Şubat aylarında talep güçlü seyrini korurken, Orta Doğu'da derinleşen çatışma ortamı, yükselen petrol fiyatları, artan ulaşım maliyetleri ve hava sahası kısıtlamaları Mart ayı itibarıyla seyahat eğilimlerini doğrudan etkilemeye başladı. Yaşanan bu aksaklıkların, 2026 yılı geneli için hedeflenen %3-4'lük küresel büyüme tahminini 1 ila 2 puan aşağı çekmesi beklenirken; gezginlerin artan maliyetler ve riskler karşısında rotalarını giderek daha fazla kısa mesafeli ve bölgesel destinasyonlara çevirdiği görülüyor.

Bölgesel Ayrışma: Avrupa ve Afrika İvmesini Korurken Orta Doğu Daraldı

Destinasyon bazlı performanslar incelendiğinde bölgeler arasındaki keskin ayrışma öne çıkıyor:

Avrupa ve Afrika İstikrarını Sürdürdü: Avrupa, çeyrek genelinde 130 milyonu aşkın yabancı ziyaretçi ağırlayarak %4 büyüme yakaladı. Bu performansta Güney Akdeniz, Kuzey Avrupa ve toparlanmasını sürdüren Orta ve Doğu Avrupa destinasyonları itici güç oldu. Benzer şekilde %4 büyüyen Afrika kıtasında özellikle Kuzey Afrika pazarları Mart ayındaki çift haneli artışlarla dikkat çekti. Asya-Pasifik ve Amerika Kıtası: Asya ve Pasifik bölgesinde ziyaretçi sayıları %3 artış gösterse de Güney Asya'daki uçuş aksaklıkları performansı baskıladı ve bölge genelinde pandemi öncesi seviyelerin gerisinde kaldı.



+15.3%
ORTA DOĞU

Küresel ölçekte en hızlı büyüyen bölge. Birleşik Arap Emirlikleri, Suudi Arabistan ve Katar, mega projeler, yeni otel envanteri ve Avrupa, Asya ve Afrika'daki kaynak pazarlarına ulaşan agresif destinasyon pazarlamasıyla öncülük ediyor.

+12.7%
ASYA-PASİFİK

Çin'in yurt dışı seyahatlerinin yeniden başlaması, Hindistan'ın orta sınıf seyahat talebinin artması ve Güneydoğu Asya'nın rekabetçi otel ve tatil köyü ürünlerinin güçlü bölgesel rakamlara yol açmasıyla tam toparlanma süreci devam ediyor.

+4.8%
AVRUPA

Olgun ama dirençli. Güney Avrupa (İspanya, İtalya, Yunanistan, Portekiz), Amerika ve Orta Doğu'dan gelen güçlü turist akışıyla öne çıkarken, kentsel kültürel destinasyonlar aşırı turizm yönetimi sorunlarıyla karşı karşıya.

+6.2%
AMERİKA KİTASI

Kuzey Amerika, dünyanın en yüksek gelirli turizm pazarı olmaya devam ediyor. Meksika ve Karayipler, ABD'ye yakınlığından faydalanırken, Güney Amerika'daki macera turizmi destinasyonları giderek artan yüksek değerli macera turizmini kendine çekiyor.

+9.1%
AFRİKA

Safari turizmi, kültürel turizm ve gelişen hava bağlantıları sayesinde Kenya, Tanzanya, Fas, Güney Afrika ve Ruanda'nın güçlü bir gelen turist artışı kaydettiği, en hızlı büyüyen gelişmekte olan pazar.

+5.5%
OKYANUSYA

Avustralya ve Yeni Zelanda, Asya'dan gelen ziyaretçi sayısındaki artışın desteğiyle güçlü bir toparlanma gösteriyor. Pasifik Adaları (Fiji, Samoa, Vanuatu), güçlü sürdürülebilirlik kriterleriyle öne çıkan, üst düzey ekolojik tatil beldeleri olarak büyüyor.

Küresel Çevrimiçi Seyahat Pazarı

Yeni Nesil Rezervasyon Alışkanlıkları

Dijital dönüşüm, mobil platformların yaygınlaşması ve yapay zekâ entegrasyonu ile birlikte küresel turizm endüstrisi köklü bir yapısal değişimden geçiyor.

1. Küresel Çevrimiçi Seyahat Pazarının Büyüme Dinamikleri

Çevrimiçi seyahat pazarının büyümesi son yıllarda istikrarlı bir ivmeyle devam ediyor. Özellikle 2024 ile 2026 yılları arasında, küresel ölçekte birçok yetişkinin harcanabilir gelirindeki artış ve dijital platformların tatil paketlerinden son dakika otel rezervasyonlarına kadar tüm aşamaları erişilebilir kılması, Pazar büyüklüğünü ve gelir hacmini hızla yukarı taşıyor.

Yapılan güncel sektörel araştırmalara göre, küresel çevrimiçi seyahat endüstrisinin değeri 2025 yılı itibarıyla **622,6 milyar ABD doları** olarak belirlenmiş olup, pazarın **2034 yılına kadar 1,43 trilyon ABD dolarına** ulaşması öngörülmüyor. Bu projeksiyon, önümüzdeki dokuz yıllık süreçte yıllık ortalama %9,8'lik bileşik büyüme oranına (CAGR) işaret ediyor.

Sektördeki bu güçlü genişlemeyi tetikleyen temel faktörlerin başında akıllı cihaz penetrasyonunun artması, yüksek hızlı internet altyapısına kolay erişim, yalnız seyahat edenlerin (solo travel) sayısındaki belirgin yükseliş ve iş seyahati hacminin yeniden hareketlenmesi geliyor.



Nitekim küresel iş seyahati harcamalarının 2025 yılındaki **1,64 trilyon dolarlık** kritik eşiği aşması beklenmektedir. Seyahat uygulamaları pazarı ise sadece 2025 yılında **1,1 trilyon dolar** gelir elde ederek yıllık bazda %10 oranında büyüme kaydetmiştir.

2024 yılı genelinde seyahat uygulamalarının indirilme sayısı küresel ölçekte 4,2 milyara ulaşırken, uygulama içi satın alma gelirleri de **180 milyon dolar** seviyesinde gerçekleşmiştir.

2. Rezervasyon ve Satın Alma Davranışlarında Yapısal Dönüşüm

Seyahat planlamasında başvurulan kaynaklar arasında arama motorları (%46) ilk sırada yer alırken; bunu seyahat değerlendirme siteleri (%36), aile ve arkadaş tavsiyeleri (%35), doğrudan otel web siteleri (%31) ve çevrimiçi seyahat acenteleri (OTA - %28) takip ediyor.

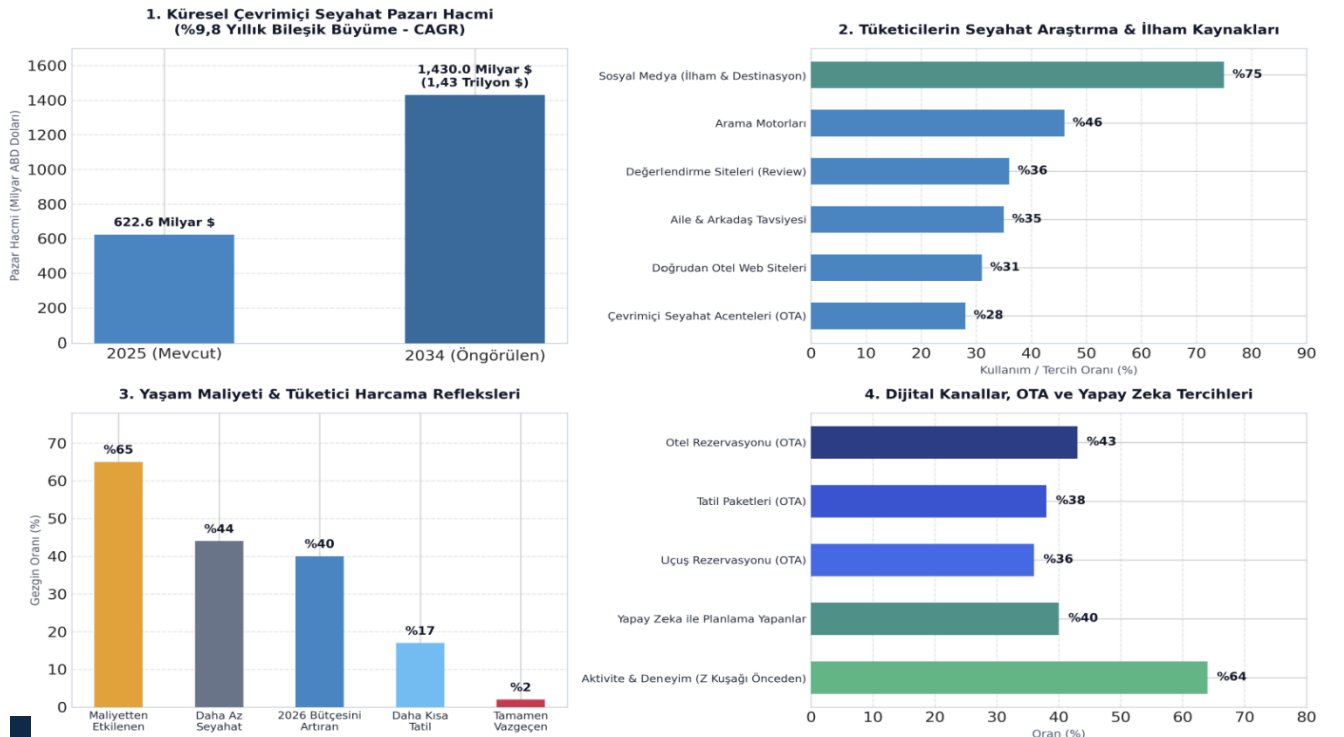
Sosyal medya platformları ise tatil rotalarının belirlenmesinde en güçlü etkiye sahip kanal haline gelmiştir; gezginlerin %75'i gidecekleri destinasyonu seçerken doğrudan sosyal medya içeriklerinden ilham alıyor. Önceden planlama kültürü de yaygınlaşmakta olup, Z kuşağının %64'ü ve Y kuşağının %57'si müze, tur veya yerel deneyim rezervasyonlarını seyahate çıkmadan önce dijital olarak tamamlıyor.

Çevrimiçi seyahat acenteleri (OTA) ise pazardaki payını korumaktadır; gezginlerin %26'sı uçuş araştırması, 36'sı uçuş rezervasyonu, %43'ü otel rezervasyonu, %38'i paket turlar ve %28'i ücretli aktiviteler için OTA platformlarını kullanılıyor.



Yapay zekâ teknolojileri ise son yıllarda maliyet avantajı ve kişiselleştirilmiş rota oluşturmada temel bir araca dönüşmüştür. Küresel ölçekte yetişkin Z kuşağı gezginlerinin %62'si seyahat bütçelerinden tasarruf sağlamak amacıyla yapay zekadan faydalandığını ifade ederken, 2025 yılı itibarıyla dünya genelindeki gezginlerin yaklaşık %40'ı seyahat planlama ve optimizasyon süreçlerine yapay zekâ tabanlı dijital asistanları entegre etmiştir.

Çevrimiçi Seyahat Rezervasyon Sektörü & Tüketici Eğilimleri (2025-2034)



Kruvaziyer Turizminde 2025-2026 Görünümü

Küresel kruvaziyer turizmi, pandemi sonrası yakaladığı güçlü büyüme ivmesini 2025 yılında tüm zamanların rekorunu kırarak sürdürmüştür. Uluslararası Kruvaziyer Hatları Birliği (CLIA) verilerine göre 2025 yılında **37,2 milyon yolcuya** ulaşan sektör, 2026 yılı sonunda **38,3 milyon yolcuyu** aşmayı hedefliyor.

Bu büyüme yalnızca yolcu sayısı ile sınırlı kalmayıp, küresel ekonomik etki büyüklüğünün 210 milyar doların üzerine çıkmasıyla liman kentleri ve kıyı destinasyonları için vazgeçilmez bir gelir kalemi haline geldi.

37,2 M

2025 GERÇEKLEŞEN
Tüm Zamanlar Rekoru

38,3 M

2026 BEKLENTİ
▲ %3,0 Artış

\$210+ Mlr

EKONOMİK HACİM
Tarihi Zirve

%90

SADAKAT ORANI
Yüksek Tekrar Tercihi

Pazar dinamikleri incelendiğinde Karayipler açık ara liderliğini (%44) korurken, Türkiye'nin de içinde yer aldığı Akdeniz Çanağı 6 milyonun üzerindeki yolcu kapasitesiyle dünyanın en büyük 2. destinasyonu konumunda.

Tüketici profilinde ise belirgin bir dönüşüm yaşanmaktadır; ortalama yolcu yaşının 46'ya

gerilemesi, Y kuşağının payının üçte bire yükselmesi ve çok nesilli aile seyahatlerinin artması sektörü yeniden şekillendirmektedir. Ayrıca filoya katılan yeni nesil gemilerin LNG gibi çevre dostu yakıtlarla donatılması ve limanlarda kıyı elektriği altyapısının yaygınlaşması sürdürülebilir büyümenin merkezine yerleşmiştir.



1. Temel Performans Göstergeleri (2024 – 2026)

Gösterge	2024 Gerçekleşen	2025 Gerçekleşen	2026 Projeksiyon	Değişim
Küresel Yolcu Sayısı	34,60 Milyon	37,20 Milyon	38,30 Milyon	+%3,0
CLIA Üyesi Okyanus Gemisi	~300 Gemi	315 Gemi	325 Gemi	+10 Gemi
Toplam Yatak Kapasitesi (Lower Berths)	~640.000	~665.000	~690.000	+%3,8
Küresel Ekonomik Etki (Hacim)	\$168 Milyar	\$198 Milyar	\$210+ Milyar	+%6,1
Yeni Mega Gemi Teslimatları	12 Gemi	10 Gemi	8 Mega Gemi	-

2. Bölgesel Pazar Payları ve Kaynak Ülkeler

Destinasyon Rotası (Pazar Payı)	Başlıca Kaynak Pazar (Yolcu Çıkışı)
Karayipler / Bahamalar: %44,0 (16,8 Milyon)	Kuzey Amerika (ABD/Kanada): 21,7 Milyon (%56,7)
Akdeniz Çanağı (Türkiye dahil): %16,2 (6,2 Milyon)	Almanya (Avrupa Lideri): 2,8 Milyon (%7,3)
Kuzey & Batı Avrupa / Baltıklar: %8,5 (3,2 Milyon)	Birleşik Krallık & İrlanda: 2,3 Milyon (%6,0)
Asya & Pasifik Rotaları: %7,8 (3,0 Milyon)	Avustralya / Okyanusya: 1,4 Milyon (%3,7)
Diğer Bölgeler (Alaska vb.): %23,5 (9,1 Milyon)	Diğer Dünya Pazarları: 10,1 Milyon (%26,3)

Türkiye’de Kruvaziyer Turizm Hareketliliği

Akdeniz Çanağında Yükselen Bir Güç: Kruvaziyer Turizmi ve Türkiye’nin Değişen Algısı

Kruvaziyer turizmi, son yıllarda yalnızca lüks bir seyahat alternatifi olmaktan çıkarak destinasyonların marka değerini, doğrudan döviz girdisini ve perakende gelirlerini doğrudan besleyen en stratejik segmentlerden biri haline geldi. Türkiye, jeopolitik konumu, zengin kültürel mirası ve modern liman altyapıları sayesinde Akdeniz çanağındaki ana rotaların vazgeçilmez bir durağı konumunda.

Sektörde uzun yıllar boyunca süregelen "kruvaziyer yolcusu şehre yeterli katma değer bırakmaz" algısı, son dönemde yerini daha nitelikli, yüksek harcama eğilimli ve planlı bir turist profilinin liman kentlerine kazandırdığı dinamizmin kabulüne bıraktı.

Özellikle Galataport İstanbul’un açılışı, Kuşadası’nın devasa kapasite artışı ve İzmir, Bodrum, Çeşme gibi limanların operasyonel yetkinlikleri; kruvaziyeri sadece bir "günübirlik ziyaret" değil, yerel esnaftan kültürel etkinliklere kadar kentin tüm katmanlarını canlandıran prestijli bir ekosistem olarak yeniden konumlandırdı.



Türkiye kruvaziyer turizmi, **2026 yılının ilk 7 ayında** tarihi bir rekora imza atarak tüm zamanların en yüksek Ocak-Temmuz performansına ulaşmıştır. 18 limana demirleyen 656 kruvaziyer gemisiyle **1.070.481 yolcu** hareketliliği sağlanmış ve verilerin tutulmaya başlandığı 2011'den bu yana 7 aylık dönem rekoru kırılmıştır.

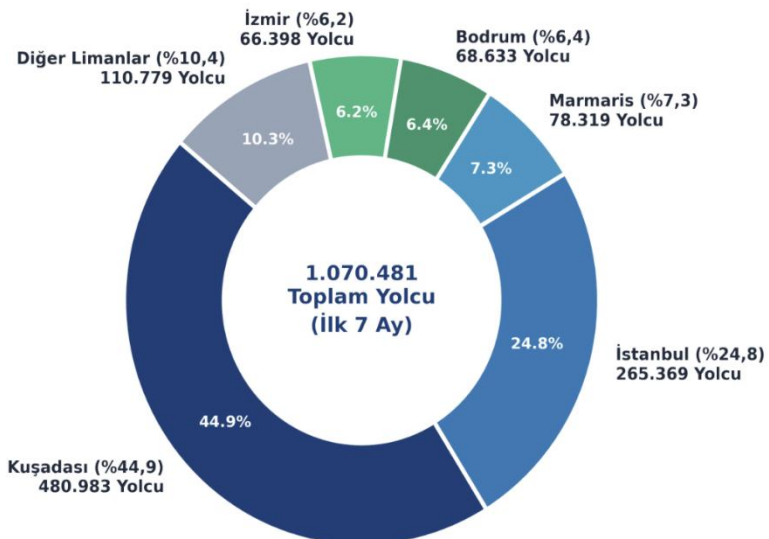
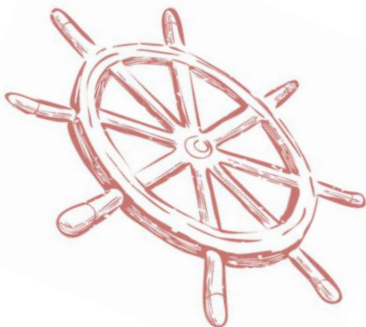
Geçtiğimiz 2025 yılının tamamında 19 limana gelen 1.375 gemi ve 2.138.136 yolcu seviyesi göz önüne alındığında, Türkiye 2026'nın ilk yarısında geçen yılki toplam hacmin yarısını aşmıştır.

Liman Adı	Demirleyen Gemi	Yolcu Sayısı	Pazar Payı
Kuşadası Limanı	274 Gemi	480.983	%44,9
İstanbul Limanları (Galataport vb.)	119 Gemi	265.369	%24,8
Marmaris Limanı	28 Gemi	78.319	%7,3
Bodrum Limanı	59 Gemi	68.633	%6,4

Ocak-Temmuz döneminde 18 limana toplam 656 kruvaziyer gemisi uğrak yaparken, bu gemilerle 1 milyon 70 bin 481 yolcu Türkiye limanlarını kullandı. Böylece, verilerin kayıt altına alınmaya başlandığı 2011'den bu yana Ocak-Temmuz dönemleri bazında en yüksek yolcu sayısına ulaşıldı.

Limanlar arasında ise Kuşadası 274 kruvaziyer ve 480 bin 983 yolcuyla ilk sırada yer aldı. Kuşadası'nı 119 gemi ve 265 bin 369 yolcuyla İstanbul, 28 gemi ve 78 bin 319 yolcuyla Marmaris, 59 gemi ve 68 bin 633 yolcuyla Bodrum izledi. Aynı dönemde İzmir'de 66 bin 398, Çeşme'de 22 bin 866 ve Antalya'da 19 bin 378 yolcu hareketliliği kaydedildi.

Aylık bazda en yoğun dönem 314 bin 26 yolcuyla Temmuz olurken, onu 300 bin 875 yolcuyla Haziran ve 257 bin 897 yolcuyla Mayıs takip etti.



KÜRESEL TURİZMDE TÜRKİYE RÜZGÂRI

World Population Review tarafından yayımlanan 2026 "Most Visited Countries" raporuna göre Türkiye, 60,6 milyon uluslararası ziyaretçi ağırlayarak dünya genelinde 4'üncü sıraya yerleşti.

Mevsimlerin Ritmi: Avrupa Turizminde Yaz Zirvesi ve Kış Sessizliği

Turizm sektörü, doğanın döngüleriyle birlikte nefes alıp veren, mevsimlerin akışına göre şekillenen dinamik bir ekosistem. Avrupa kıtasında her yıl tekrarlanan bu hareketlilik, kimi destinasyonlar için tüm yıla yayılan dengeli bir şehir yaşamı anlamına gelirken, kimileri içinse yaz aylarında yaşanan devasa bir insan akınına ve kış aylarında derin bir sessizliğe işaret ediyor. Geceleme istatistiklerinin satır aralarına bakıldığında, Avrupa genelinde turizmin coğrafi ve iklimsel karakteri çok daha net okunabiliyor.

Avrupa Genelinde 3,6 Katlık Yaz Sıçraması

Avrupa Birliği genelinde turizm hareketliliği, yaz tatili döneminde en üst seviyeye ulaşıyor. Kıtada yılın en sakin dönemi olan Ocak ayı ile hareketliliğin tepe noktası kabul edilen Ağustos ayı karşılaştırıldığında, geceleme sayılarının 3,6 kat artış gösterdiği görülüyor. Bu genel tablo, kıta çapında yaz aylarının getirdiği genel bir canlılığı yansıtsa da asıl dikkat çekici hikâye, bölgesel uçurumlarda ve kıyı destinasyonlarının mevsimsel dinamiklerinde saklı.

Akdeniz Çanağında Uç Noktalar: Hırvatistan ve Yunanistan

Bazı destinasyonlarda turizm, neredeyse tamamen yaz aylarına odaklanan keskin bir dönemsellik sergiliyor:

Hırvatistan: Adriyatik kıyılarıyla öne çıkan Hırvatistan,

Ülkede Ağustos ayındaki geceleme sayısı, Ocak ayına kıyasla tam 41,1 kat artış gösteriyor. Kış aylarında kendi içine çekilen kıyı kasabaları, Ağustos güneşiyle birlikte dünya çapında bir çekim merkezine dönüşüyor.

Yunanistan: Benzer bir Akdeniz dinamiği yaşayan Yunanistan'da da tablo oldukça çarpıcı. Ağustos ayında kaydedilen geceleme hacmi, Ocak ayının 20,5 katına ulaşarak ülkedeki turizm gelirlerinin ve operasyonel yükün yaz aylarında ne denli yoğunlaştığını kanıtlıyor.



Sıra	Ülke	Uluslararası Ziyaretçi Sayısı
1	Fransa	102,0 Milyon
2	İspanya	93,8 Milyon
3	ABD	73,4 Milyon
4	Türkiye	60,6 Milyon
5	İtalya	57,7 Milyon
6	Meksika	45,0 Milyon
7	Birleşik Krallık	41,8 Milyon
8	Almanya	37,5 Milyon
9	Japonya	36,9 Milyon
10	Yunanistan	36,0 Milyon

KÜRESEL ARENADA DESTİNASYON REKABETİ

DUBAI Turizminde Stratejik Yön Değişimi

Dubai'nin turizm sektöründeki toparlanması, uluslararası hava bağlantılarının zamanında yeniden sağlanmasına ve yolcu güveninin artmasına bağlı olacaktır.

2025 yılını 19,59 milyonluk rekor uluslararası ziyaretçiyle tamamlayan Dubai, 2026 yılına Ocak ayındaki 2 milyonluk turist girişiyle güçlü bir giriş yaptı. Ancak Mart ayından itibaren bölgede tırmanan jeopolitik gerilimler ve askeri operasyonlar, kentin hava sahası trafiğini ve uluslararası bağlantılarını doğrudan etkilemiştir.

Nisan başındaki ateşkesle birlikte toparlanma emareleri görülse de ilk 5 aylık havalimanı trafiği 26,6 milyon yolcuya kalmış; 2026'nın ilk yarısında otel dolulukları ise %56,4 bandında gerçekleşti. Bu süreçte Dubai otelcilik sektörü, doluluk kaybına rağmen agresif fiyat kırma yoluna gitmeyerek ortalama günlük oda fiyatlarını (ADR) ~190 USD (700 AED) seviyelerinde tutmuş ve destinasyonun üst segment konumlandırmasını korumuştur.

2025 Toplam Ziyaretçi: 19,59 Milyon *(Tarihi rekor)*

2026 Ocak Ziyaretçi: 2,00 Milyon *(Yıllık +%3 artış)*

2026 İlk Yarı Ortalama Doluluk: %56,4

2026 İlk 5 Ay Havalimanı Trafiği: 26,6 Milyon Yolcu

Yıl Sonu Beklentisi: Kış sezonundaki (Q4) toparlanmayla dolulukların %60–66 bandına yükselmesi öngörülüyor.





Düşük Sezon Direnci: "A Dubai Invite" ve 800 Dolarlık Mikro-Teşvik Hamlesi

Hem bölgesel güvenlik algısının yarattığı talep kaybını telafi etmek hem de hava sıcaklıklarının 50 dereceyi bulduğu geleneksel düşük yaz sezonunu hareketlendirmek isteyen Dubai Ekonomi ve Turizm Departmanı (DET), 20 Temmuz – 31 Ekim 2026 tarihleri arasında geçerli olan **"A Dubai Invite"** programını devreye aldı.

Geleneksel küresel reklam kampanyaları yerine kent sakinlerini birer tanıtım elçisine dönüştüren bu modelde; yurt dışındaki yakınlarını şehre davet eden yerleşiklere ve misafirlerine konaklama, yeme-içme ve eğlencede geçerli 3.000 AED (~816 USD / 800 \$) değerinde ayrıcalık ve indirim paketi tahsis edildi. Talep tarafındaki bu doğrudan teşvik, arz tarafında devreye alınan belediye harcı muafiyetleri, gümrük cezası indirimleri ve sivil havacılık tarifelerindeki kolaylıklarla desteklenerek yerel işletmelerin maliyet baskısı hafifletti.

Yılın İlk Yarısında MISIR Turizm Verileri

Orta Doğu'daki jeopolitik gerilimler, hava sahası kısıtlamaları ve bölgesel seyahat aksaklıklarına rağmen Mısır, 2026 yılının ilk 6 aylık döneminde **yaklaşık 9 milyon uluslararası turist** ağırlayarak geçen yılın aynı dönemine göre %4'lük bir artış kaydetti.

Türkiye ve Doğu Akdeniz Havzası Açısından Değerlendirme

Mısır'ın özellikle Avrupa kaynak pazarlarındaki fiyat-performans odaklı konumlanması, Doğu Akdeniz çanağındaki doğrudan rakibi Türkiye açısından seyahat eğilimlerini yakından ilgilendiriyor:

Talep Dinamikleri: Bölgesel riskler Mısır'ın büyüme hızını sınırlarken, Türkiye gibi geniş ürün çeşitliliğine ve güçlü hava yolu bağlantılarına sahip destinasyonların güvenli liman algısını koruması, pazar payı kaybı riskini minimize eden en kritik faktör olarak öne çıkıyor.

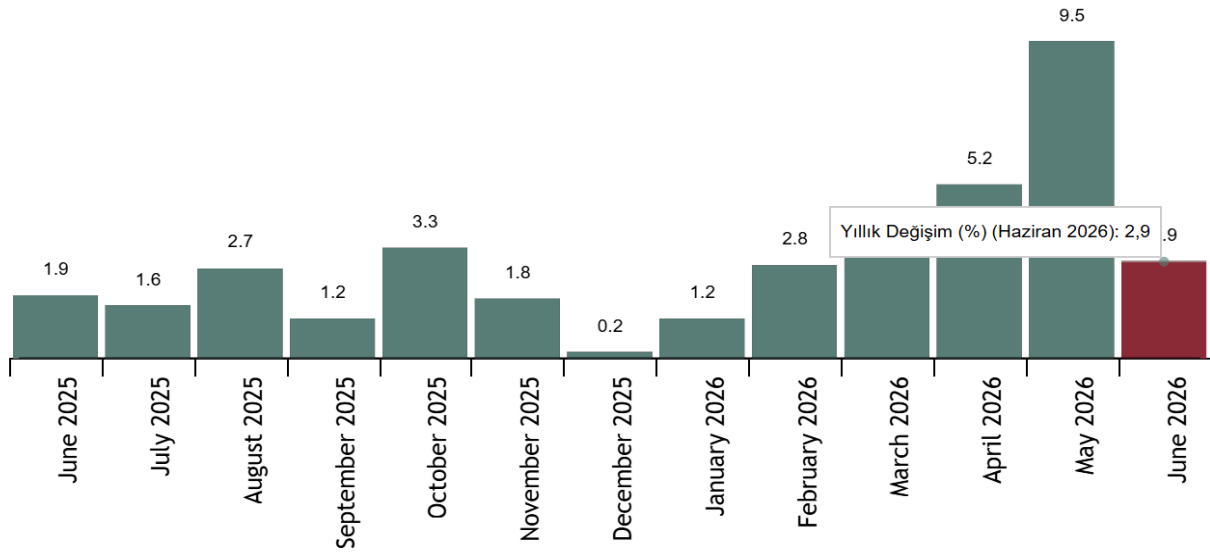


Rakip Destinasyon İSPANYA Turizm Verileri

Hacimden Değere Geçiş: Turizm Gelirlerinde %7,1'lik Sıçrama

İspanya Ulusal İstatistik Enstitüsü (INE) verilerine göre ülke, 2026 yılının ilk altı aylık döneminde (Ocak–Haziran) hem ziyaretçi trafiğinde hem de turizm gelirlerinde güçlü büyüme ivmesini korudu. İlk yarıda turist sayısı yıllık bazda %4,7 artarak 46,6 milyona ulaşırken, gününbirlikçilerle birlikte toplam ziyaretçi hacmi 67,8 milyon seviyesinde gerçekleşmiştir.

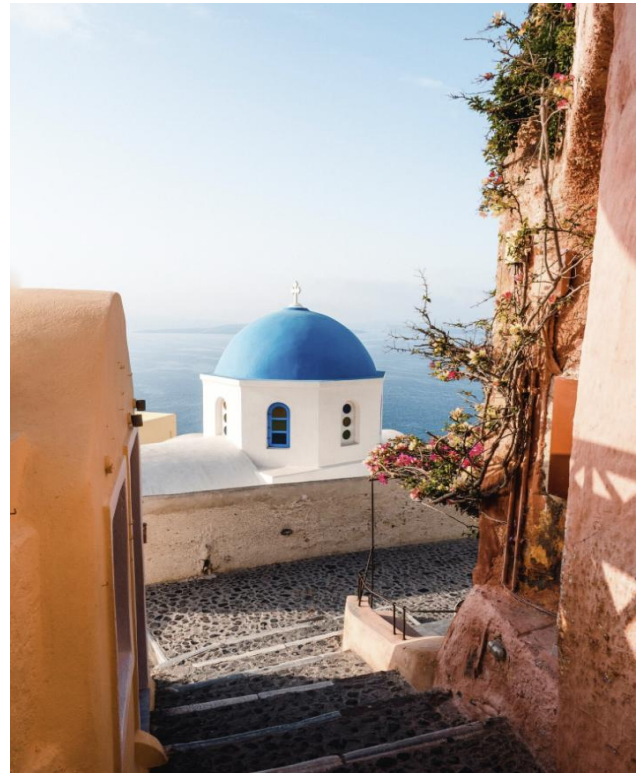
Dönemin en kritik göstergesi, turizm gelirlerinin ziyaretçi artış hızını geride bırakarak **%7,1 artışla 63,8 milyar avroya** yükselmesidir. Gelir artışının hacim büyümesinin yaklaşık 2,4 puan üzerinde seyretmesi, İspanya'nın "kişi başı harcama ve katma değer odaklı" turizm stratejisinin sahada somut karşılık bulduğunu teyit etmekte.

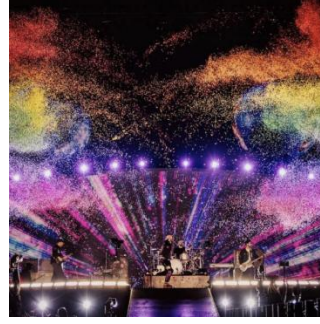


YUNANİSTAN'ın Turizm İvmesi

Doğu Akdeniz çanağında Türkiye'nin en önemli rakip destinasyonlarından biri olan Yunanistan, Ocak – Haziran döneminde ağırlanan yabancı ziyaretçi sayısı yıllık bazda %15,4 artışla **13,49 milyona** ulaştı. Turist sayısındaki canlılık doğrudan mali göstergelere de yansırken, ülkenin ilk yarıdaki **turizm gelirleri geçen yılın aynı dönemine göre %14,8 oranında yükseliş** gösterdi.

Yunanistan turizminin geleneksel ve en büyük kaynak pazarı konumundaki Almanya, ilk yarı genelinde liderliğini korurken yaz sezonunun başlangıcıyla birlikte talep artışını sürdürdü. Haziran ayında Almanya'dan Yunanistan'a giden ziyaretçi sayısı **%6 artarak 814 bin 600** seviyesine ulaştı.





Yaz Etkinliklerinin İspanya, İtalya, Fransa ve Yunanistan Geneline Turist Harcamalarında 3,7 Milyar Avroluk Ek Gelir Yaratması Bekleniyor...

Yaz turizmi denildiğinde uzun yıllar boyunca aklı gelen ilk görüntü; güneş, deniz, plaj ve oteller oldu. Ancak Akdeniz destinasyonlarının turizm hikâyesi artık yalnızca kıyıda yaşanmıyor. Bir konserin sesi, bir festivalin kalabalığı, bir spor organizasyonunun yarattığı hareketlilik ya da bir gastronomi etkinliğinin şehir merkezinde oluşturduğu canlılık, artık destinasyonların turizm ekonomisinin önemli parçalarından biri haline geliyor.

2026 yaz sezonuna ilişkin yeni bir analiz, bu dönüşümün ekonomik boyutunu oldukça çarpıcı bir rakamla ortaya koyuyor. Data Appeal Company / Almativa Group'un seyahat istihbarat çözümü Data Appeal Mabrian verilerine göre, Mayıs-Eylül 2026 döneminde İspanya, İtalya, Fransa ve Yunanistan'da düzenlenen etkinliklerin yaratacağı ek turizm harcamasının **3,7 milyar avroya** ulaşması bekleniyor.

Konserlerden Festivallere: Deneyim Ekonomisi Büyüyor

Güney Akdeniz'in dört önemli turizm ülkesi olan İspanya, İtalya, Fransa ve Yunanistan'da yaz etkinliklerinin dağılımına bakıldığında müziğin açık ara öne çıktığı görülüyor.

Analize göre **konserler, toplam yaz etkinliklerinin %38,5'ini** oluşturuyor. Fransa ise bu genel eğilimden ayrışıyor. Ülkede sahne sanatları etkinlikleri %43,5 ile en büyük paya sahip. Bu farklılık, her destinasyonun kendi kültürel mirası, ziyaretçi profili ve turizm ürünleri doğrultusunda farklı bir etkinlik stratejisi geliştirebileceğini de gösteriyor.



Ancak etkinliklerin turizm üzerindeki etkisini yalnızca sayılarıyla değerlendirmek yeterli değil. Asıl hikâye, bu organizasyonların kaç kişiyi harekete geçirdiğinde ve bu kişilerin destinasyonda ne kadar harcama yaptığı noktada başlıyor.

Katılım açısından bakıldığında **festivaller %38,6, konserler %22,2 ve spor etkinlikleri %28** ile en geniş kitleleri çeken etkinlik türleri arasında yer alıyor. Bu tablo, özellikle müzik ve sporun destinasyon pazarlamasındaki gücünü ortaya koyuyor.

Bir Konserden Daha Fazlası: Harcamanın Adresi Yerel Ekonomi

Etkinlik turizminin ekonomik etkisini anlamak için yalnızca otel doluluklarına bakmak da yeterli değil. Etkinliğin yarattığı hareketliliğin şehir ekonomisine nasıl dağıldığı asıl önemli göstergelerden biri.

Data Appeal analizine göre etkinliklerle bağlantılı artan **turist harcamalarının ortalama %52'si** restoran, bar ve diğer yiyecek-içecek işletmelerine yöneliyor. Burada turizm sektörü açısından önemli bir dönüşüm ortaya çıkıyor: **Etkinliğin ekonomik başarısı yalnızca kaç kişinin geldiğiyle değil, ziyaretçinin destinasyonda ne kadar zaman geçirdiği ve harcamasını hangi alanlara dağıttığıyla ölçülmeye başlıyor.**



Akdeniz'den Türkiye'ye Uzanan Mesaj

İspanya, İtalya, Fransa ve Yunanistan'dan ortaya çıkan bu tablo, Türkiye açısından da dikkate değer mesajlar taşıyor.

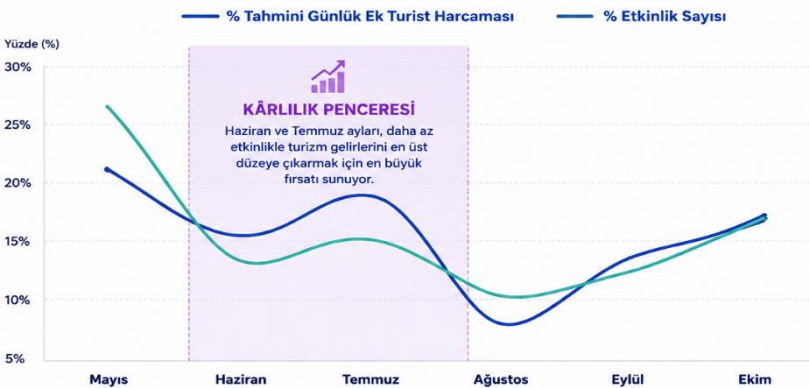
Türkiye, büyük konserlerden spor organizasyonlarına, gastronomi festivallerinden kültür-sanat etkinliklerine kadar geniş bir etkinlik potansiyeline sahip. İstanbul, Antalya, İzmir, Muğla, Kapadokya ve diğer destinasyonlar, sahip oldukları kültürel ve doğal değerleri etkinliklerle birleştirdiklerinde yalnızca yeni ziyaretçiler çekmekle kalmayıp, mevcut ziyaretçinin konaklama süresini ve harcamasını da artırabilir.

HAZİRAN VE TEMMUZ AYLARINDA ETKİNLİKLER, HARCAMA İLE ETKİNLİK HACMİ ARASINDA POZİTİF DENGESUNUYOR

Aylık evrim: Tahmini günlük ek turist harcaması ve günlük etkinlik sayısı

Analiz edilen ülkeler: İspanya, İtalya, Fransa ve Yunanistan | Dönem: Mayıs - Eylül 2026 | Veri çıkartım tarihi: 7 Temmuz 2026

Etkinlikler başlangıç ayına göre tarihlendirilmiştir.



ÖNE ÇIKAN BULGULAR

- Büyük ölçekli etkinlikler, toplam etkinliklerin %1'inden azını oluşturarak ek harcamaların %51'ini yaratıyor.
- Yiyecek & içecek sektörü, etkinliklerle bağlantılı ek turist harcamalarının %52'sini karşılayarak yerel ekonomiye güçlü katkı sağlıyor.
- Haziran ve Temmuz, etkinlik sayısı ile ek turist harcaması arasında en uygun dengeyi sağlayan "kârlılık penceresi" olarak öne çıkıyor.

İTALYA'nın Yaz Paradoksu

İtalyan İçişleri Bakanlığı'na göre, turizm 2026 yılında rekor seviyelere ulaştı ve bu alanda Calabria bölgesi başı çekiyor. Sardinya'nın da yabancı ziyaretçi sayısındaki önemli artış sayesinde ziyaretçi sayısında %8,24'lük bir artış kaydetmesi bekleniyor. İtalyan Turizm Bakanlığı'nın 2026 yaz sezonu verilerine göre İtalya, çevrimiçi seyahat acenteleri (OTA) doluluk oranlarında %51,2 seviyesine ulaşarak Akdeniz çanağındaki en büyük rakipleri olan İspanya (%42,8) ve Fransa'yı (%32,9) geride bırakmıştır. Uluslararası uçuş aramalarındaki %26'luk sıçrama ve erken rezervasyon hızındaki çift haneli artışlar (Haziran +%13,4, Temmuz +%10), ülkeyi 2026 yazının talep lideri konumuna taşımıştır.

İtalya'nın bu talep üstünlüğündeki ana kaldıraç, rakiplerine kıyasla sunduğu fiyat avantajıdır. Ortalama gecelik oda fiyatı 153 euro seviyesinde kalarak İspanya (170 euro) ve Yunanistan'ın (195 euro) belirgin şekilde altında seyretmektedir. Ancak bu tablo, yüksek doluluk ve talep getirmesine karşın popüler destinasyonlarda aşırı yoğunluk (over-tourism) riskini de beraberinde getirmektedir. İtalya'daki turizm gelirleri ise; 2026 yılının Mayıs ayındaki 5.443,10 milyon avrodan Haziran ayında 6.671,31 milyon avroya yükseldi.

OTA Doygunluk / Doluluk Oranı: İtalya %51,2 ile İspanya (%42,8) ve Fransa'nın (%32,9) önündedir.

Gecelik Ortalama Fiyat: İtalya 153 €, İspanya 170 € ve Yunanistan 195 € olarak gerçekleşmiştir.

Uluslararası Uçuş Arama Talebi: İtalya'ya yönelik aramalarda yıllık bazda +%26 artış kaydedilmiştir.

Gelen Turist Sayısı (İlk Yarı Büyümesi): İçişleri Bakanlığı Alloggiati Web kayıtlarına göre ilk 6 aydaki toplam artış +%4,43'tür.



Mutfak Diplomasisi Masada; GTMI Endeksi ve Türkiye'nin Yükselişi

Gastronomi Turizmi Olgunluk Endeksi (GTMI) ve Türkiye'nin Konumu

Dünya artık sadece yeni yerler görmekle yetinmiyor; gittiği coğrafyayı koklamak, toprağına dokunmak ve en çok da o toprağın hikâyesini tabakta tatmak istiyor. Seyahat bavulları artık sadece plaj kıyafetleriyle değil, yerel pazarlardan toplanan baharatlar, bağlardan seçilen şişeler ve yüzyıllık tariflerin merakıyla doluyor.

2025 yılında 16,1 milyar dolarlık bir hacme ulaşan küresel gastronomi turizmi pazarı, işte tam da bu derin deneyim arayışıyla 2026'da 19,1 milyar dolara basamak atlayarak 2033'e kadar 76,4 milyar dolarlık devasa bir lezzet ekonomisine doğru hızla yol alıyor. %21,9'luk yıllık bileşik büyüme oranı, yeme-içmenin artık tatilin tamamlayıcı bir parçası değil, seyahatin bizzat varış sebebi olduğunu kanıtlıyor.

Dünya Gıda Turizmi Birliği (WFTA), 84 ülkeyi kapsayan ve destinasyonların uzun vadeli sürdürülebilir altyapısını ölçen ilk Gastronomi Turizmi Olgunluk Endeksi'ni (GTMI) yayımladı. Restoran ödülleri, sosyal medya görünürlüğü veya anlık ziyaretçi sayılarından bağımsız olarak; miras, arazi/kaynak yönetimi, deneyim, liderlik, yönetim ve erişilebilirlik boyutlarını temel alan endekste Türkiye, küresel ölçekte 4. sırada yer alarak büyük bir başarı kaydetti.



Gastronomide Yeni Trendler ve Sektörel Kısıtlar

Pazarı Büyüten İtici Güçler (Drivers)

- **Özgün Deneyim Arayışı:** Seyahat edenler artık standart menüler yerine yerel yemek turları, geleneksel yemek atölyeleri ve yerel pazar keşifleri gibi doğrudan kültüre temas eden rotaları tercih ediyor.
- **Dijital Medya ve İçerik Üreticileri:** Sosyal platformlar, seyahat vlogları ve şef anlatımları; az bilinen yerel lezzet duraklarını küresel ölçekte çekim merkezine dönüştürüyor.
- **Artan Harcanabilir Gelir:** Özellikle gelişmekte olan pazarlarda yükselen orta ve üst gelir grubu, seyahat bütçelerinin önemli bir bölümünü niş restoran ve gastronomi keşiflerine ayırıyor.



Öne Çıkan Trendler;

Sürdürülebilirlik & Çiftlikten Sofraya: Yerel üreticiyi destekleyen, karbon ayak izi düşük ve kaynağı izlenebilir gıda sunumu öne çıkıyor.

Niş Mutfak Segmentleri: Vegan rotalar, butik şarap/bira turları ve sağlıklı yaşam (wellness) odaklı mutfak kampları hızla yaygınlaşıyor.

Teknoloji Entegrasyonu: Restoran keşif algoritmaları, yapay zekâ destekli kişiselleştirilmiş tadım menüleri ve sanal tur deneyimleri süreci zenginleştiriyor.

Sektörel Kısıtlar ve Riskler:

Maliyet Baskısı: Artan küresel seyahat ve gurme servis maliyetleri, fiyat-duyarlı kitlelerin katılımını sınırlandırıyor.

Aşırı Turizm & Standartlaşma Riski: Yoğun ilgi gören gastronomi merkezlerinde ticari tekdüzeleşme yaşanması, otantik lezzet dokusuna zarar verebiliyor.

Hijyen, Gıda Güvenliği ve Jeopolitik Gerilimler: Güvenlik ve sağlık kaygıları destinasyon tercihlerini doğrudan etkiliyor.

Gastronomi turizmi, otelcilik ve destinasyon yönetiminde "yan ürün" olmaktan çıkarak doğrudan ana rezervasyon kararlarını belirleyen **76 milyar dolarlık devasa bir endüstriye** dönüşüyor. Türkiye'nin olgunluk endeksinde 4. sırada yer alması, zengin mutfak mirasını yerel üretici zincirleri, sürdürülebilir tedarik ve niş tur paketleriyle destekleyen işletmeler için güçlü bir küresel rekabet avantajı sunuyor.

TÜRKİYE 2026 YILI HAZİRAN - TEMMUZ AYI TURİZM VERİLERİ



2026 yılının Haziran ayında ülkemize gelen toplam yabancı ziyaretçi sayısı, geçtiğimiz yılın aynı dönemi ile karşılaştırıldığında %5,23 oranında bir düşüşle 6 milyon 477 bin 120 olarak gerçekleşmiştir. 2026 yılının **Ocak – Haziran** döneminde ise; geçtiğimiz yıla oranla %2,39'luk bir düşüşle ülkemize gelen toplam yabancı ziyaretçi sayısı 25 milyon 758 bin 545 olarak gerçekleşmiştir.

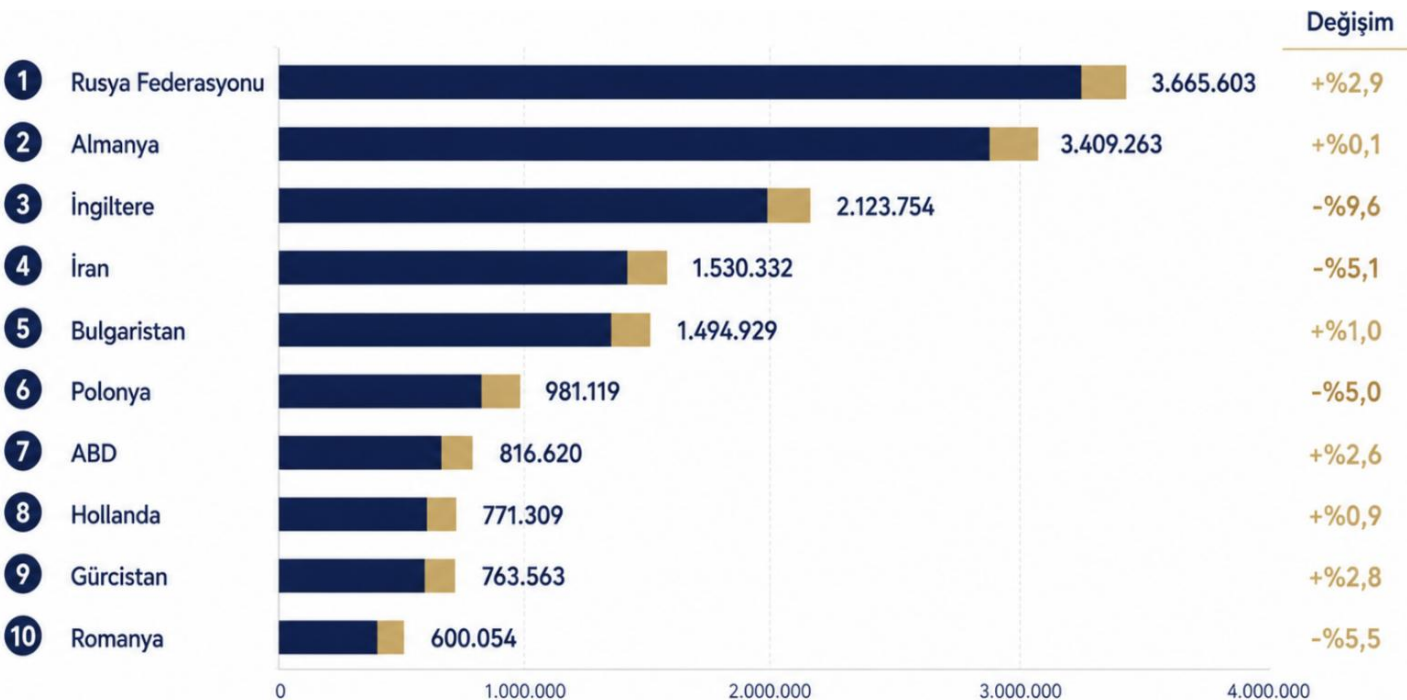
2026 yılının Temmuz ayında ülkemize gelen toplam yabancı ziyaretçi sayısı, geçtiğimiz yılın aynı dönemi ile karşılaştırıldığında %0,27 oranında bir düşüşle 7 milyon 096 bin 564 olarak gerçekleşmiştir. 2026 yılının **Ocak – Temmuz** döneminde ise; geçtiğimiz yıla oranla %2,29'luk bir düşüşle ülkemize gelen toplam yabancı ziyaretçi sayısı 27 milyon 863 bin 612 olarak gerçekleşmiştir.

Buna bağlı olarak; Ocak - Temmuz döneminde ülkemize gelen 27 milyon 863 bin 612 yabancı ziyaretçinin en çok giriş yaptıkları sınır kapılarının bağlı olduğu iller sıralaması aşağıda belirtildiği gibidir.

- İstanbul %37,84 (10 milyon 544 bin 321)
- Antalya %27,85 (7 milyon 758 bin 997)
- Edirne %8,83 (2 milyon 461 bin 131)
- Muğla %6,11 (1 milyon 701 bin 615)
- İzmir %3,02 (841 bin 014)

Ülkemize En Fazla Ziyaretçi Gönderen Ülkeler;

2026 yılı Ocak - Temmuz döneminde ise; Ülkemize en çok ziyaretçi gönderen ülke sıralamasında Rusya Fed. %13,16 (3 665 603) ile birinci, Almanya %12,24 (3 409 263) ile ikinci, İngiltere (Birleşik Krallık) %7,62 (2 123 754) ile üçüncü sıradadır. İngiltere (Birleşik Krallık) ülkesini İran ve Bulgaristan izlemektedir.



Ocak – Temmuz Aylarında Ülkemize Gelen Yabancı Ziyaretçi Sayıları

MİLLİYET	YILLAR			MİLLİYET PAYI (%)			% DEĞİŞİM ORANI	
	2024	2025	2026	2024	2025	2026	2025/2024	2026/2025
Almanya	3 502 628	3 410 753	3 409 263	12,09	11,96	12,24	-2,62	-0,04
Avusturya	312 464	322 854	311 900	1,08	1,13	1,12	3,33	-3,39
Belçika	388 017	379 198	366 250	1,34	1,33	1,31	-2,27	-3,41
Çek Cumhuriyeti (Çekya)	223 870	216 147	202 860	0,77	0,76	0,73	-3,45	-6,15
Danimarka	211 949	199 955	192 010	0,73	0,70	0,69	-5,66	-3,97
Finlandiya	68 182	72 801	71 250	0,24	0,26	0,26	6,77	-2,13
Fransa	638 178	634 705	595 494	2,20	2,23	2,14	-0,54	-6,18
Hollanda	772 099	765 339	771 309	2,66	2,68	2,77	-0,88	0,78
İngiltere (Birleşik Krallık)	2 434 333	2 363 991	2 123 754	8,40	8,29	7,62	-2,89	-10,16
İrlanda	110 199	127 886	119 783	0,38	0,45	0,43	16,05	-6,34
İspanya	194 310	231 564	235 608	0,67	0,81	0,85	19,17	1,75
İsveç	245 220	247 098	255 702	0,85	0,87	0,92	0,77	3,48
İsviçre	224 251	222 126	216 090	0,77	0,78	0,78	-0,95	-2,72
İtalya	343 923	425 118	419 872	1,19	1,49	1,51	23,61	-1,23
İzlanda	2 586	3 508	3 385	0,01	0,01	0,01	35,65	-3,51
Lüksemburg	8 664	9 998	9 102	0,03	0,04	0,03	15,40	-8,96
Macaristan	130 598	138 170	148 945	0,45	0,48	0,53	5,80	7,80
Norveç	141 096	132 973	129 721	0,49	0,47	0,47	-5,76	-2,45
Polonya	1 006 273	1 032 863	981 119	3,47	3,62	3,52	2,64	-5,01
Portekiz	60 370	66 662	65 826	0,21	0,23	0,24	10,42	-1,25
Slovakya	155 590	151 792	132 982	0,54	0,53	0,48	-2,44	-12,39
Yunanistan	397 534	346 750	332 376	1,37	1,22	1,19	-12,77	-4,15
TOPLAM AVRUPA OECD	11 572 334	11 502 259	11 094 601	39,93	40,34	39,82	-0,61	-3,54

MİLLİYET	YILLAR			MİLLİYET PAYI (%)			% DEĞİŞİM ORANI	
	2024	2025	2026	2024	2025	2026	2025/2024	2026/2025
Arjantin	28 114	41 403	33 653	0,10	0,15	0,12	47,27	-18,72
Brezilya	65 363	67 125	71 140	0,23	0,24	0,26	2,70	5,98
Kolombiya	39 513	48 037	48 841	0,14	0,17	0,18	21,57	1,67
Şili	12 970	19 650	18 585	0,04	0,07	0,07	51,50	-5,42
Venezuela	14 847	17 058	11 755	0,05	0,06	0,04	14,89	-31,09
Diğ. GÜNEY AMERİKA ÜLKELERİ	29 255	30 548	29 947	0,10	0,11	0,11	4,42	-1,97
TOPLAM GÜNEY AMERİKA	190 062	223 821	213 921	0,66	0,78	0,77	17,76	-4,42
TOPLAM KUZEY AMERİKA	23 912	19 920	15 922	0,08	0,07	0,06	-16,69	-20,07
TOPLAM ORTA AMERİKA	15 972	18 121	15 633	0,06	0,06	0,06	13,45	-13,73
TOPLAM AMERİKA	229 946	261 862	245 476	0,79	0,92	0,88	13,88	-6,26

MİLLİYET	YILLAR			MİLLİYET PAYI (%)			% DEĞİŞİM ORANI	
	2024	2025	2026	2024	2025	2026	2025/2024	2026/2025
Cezayir	166 300	166 790	169 314	0,57	0,58	0,61	0,29	1,51
Fas	127 375	122 251	111 406	0,44	0,43	0,40	-4,02	-8,87
Güney Afrika Cumhuriyeti	37 150	39 178	34 011	0,13	0,14	0,12	5,46	-13,19
Libya	120 933	102 652	89 480	0,42	0,36	0,32	-15,12	-12,83
Mısır	120 215	111 682	133 499	0,41	0,39	0,48	-7,10	19,53
Sudan	7 916	7 992	7 945	0,03	0,03	0,03	0,96	-0,59
Tunus	100 624	84 397	86 982	0,35	0,30	0,31	-16,13	3,06
Diğ. AFRIKA ÜLKELERİ	106 485	103 293	102 783	0,37	0,36	0,37	-3,00	-0,49
TOPLAM AFRIKA	786 998	738 235	735 420	2,72	2,59	2,64	-6,20	-0,38

MİLLİYET	YILLAR			MİLLİYET PAYI (%)			% DEĞİŞİM ORANI	
	2024	2025	2026	2024	2025	2026	2025/2024	2026/2025
Arnavutluk	86 296	85 284	88 360	0,30	0,30	0,32	-1,17	3,61
Bosna Hersek	108 964	102 965	95 011	0,38	0,36	0,34	-5,51	-7,72
Bulgaristan	1 623 071	1 481 247	1 494 929	5,60	5,19	5,37	-8,74	0,92
Estonya	53 633	57 153	54 463	0,19	0,20	0,20	6,56	-4,71
Güney Kıbrıs Rum Kesimi	8 974	8 213	7 505	0,03	0,03	0,03	-8,48	-8,62
Hırvatistan	40 529	42 503	40 423	0,14	0,15	0,15	4,87	-4,89
Karadağ	18 723	17 432	16 422	0,06	0,06	0,06	-6,90	-5,79
Kosova	111 930	110 707	110 382	0,39	0,39	0,40	-1,09	-0,29
Kuzey Makedonya Cumhuriyeti	123 575	127 834	122 723	0,43	0,45	0,44	3,45	-4,00
Letonya	64 699	67 876	64 842	0,22	0,24	0,23	4,91	-4,47
Litvanya	152 484	165 580	144 216	0,53	0,58	0,52	8,59	-12,90
Malta	8 136	7 830	7 830	0,03	0,03	0,03	-3,76	0,00
Romanya	625 157	635 251	600 054	2,16	2,23	2,15	1,61	-5,54
Sırbistan	186 889	171 457	160 934	0,64	0,60	0,58	-8,26	-6,14
Slovenya	32 431	32 420	30 873	0,11	0,11	0,11	-0,03	-4,77
DİĞ. AVRUPA OECD DIŞI ÜLKELERİ	2 006	2 220	2 244	0,01	0,01	0,01	10,67	1,08
TOPLAM AVRUPA OECD DIŞI	3 247 497	3 115 972	3 041 211	11,21	10,93	10,91	-4,05	-2,40
TOPLAM AVRUPA	14 819 831	14 618 231	14 135 812	51,14	51,26	50,73	-1,36	-3,30

MİLLİYET	YILLAR			MİLLİYET PAYI (%)			% DEĞİŞİM ORANI	
	2024	2025	2026	2024	2025	2026	2025/2024	2026/2025
Bahreyn	37 821	29 330	17 332	0,13	0,10	0,06	-22,45	-40,91
Birleşik Arap Emirlikleri	56 865	53 284	32 003	0,20	0,19	0,11	-6,30	-39,94
Irak	512 795	550 850	548 167	1,77	1,93	1,97	7,42	-0,49
İsrail	45 483	62 983	62 269	0,16	0,22	0,22	38,48	-1,13
Katar	35 177	30 727	21 190	0,12	0,11	0,08	-12,65	-31,04
Kuveyt	166 355	119 976	63 903	0,57	0,42	0,23	-27,88	-46,74
Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti	143 849	162 487	178 816	0,50	0,57	0,64	12,96	10,05
Lübnan	153 562	124 598	109 975	0,53	0,44	0,39	-18,86	-11,74
Suudi Arabistan	554 907	548 354	469 038	1,91	1,92	1,68	-1,18	-14,46
Ürdün	181 303	151 543	131 037	0,63	0,53	0,47	-16,41	-13,53
Yemen	18 249	16 314	14 848	0,06	0,06	0,05	-10,60	-8,99
DİĞ. BATI ASYA ÜLKELERİ	250 833	215 139	222 012	0,87	0,75	0,80	-14,23	3,19
TOPLAM BATI ASYA	2 157 199	2 065 585	1 870 590	7,44	7,24	6,71	-4,25	-9,44

MİLLİYET	YILLAR			MİLLİYET PAYI (%)			% DEĞİŞİM ORANI	
	2024	2025	2026	2024	2025	2026	2025/2024	2026/2025
Bangladeş	14 947	16 174	14 503	0,05	0,06	0,05	8,21	-10,33
Çin Halk Cumhuriyeti	230 819	231 871	302 311	0,80	0,81	1,08	0,46	30,38
Endonezya	115 802	125 921	111 722	0,40	0,44	0,40	8,74	-11,28
Filipinler	75 937	71 139	70 696	0,26	0,25	0,25	-6,32	-0,62
Hindistan	193 248	156 040	117 660	0,67	0,55	0,42	-19,25	-24,60
İran	1 754 719	1 613 433	1 530 332	6,06	5,66	5,49	-8,05	-5,15
Malezya	50 897	57 090	53 613	0,18	0,20	0,19	12,17	-6,09
Pakistan	75 734	77 745	83 448	0,26	0,27	0,30	2,66	7,34
Singapur	18 162	18 895	17 537	0,06	0,07	0,06	4,04	-7,19
Tayland	25 954	29 809	22 562	0,09	0,10	0,08	14,85	-24,31
DİĞ. GÜNEY ASYA ÜLKELERİ	131 651	141 339	148 681	0,45	0,50	0,53	7,36	5,19
TOPLAM GÜNEY ASYA	2 687 870	2 539 456	2 473 065	9,28	8,91	8,88	-5,52	-2,61
TOPLAM ASYA	4 845 069	4 605 041	4 343 655	16,72	16,15	15,59	-4,95	-5,68

MİLLİYET	YILLAR			MİLLİYET PAYI (%)			% DEĞİŞİM ORANI	
	2024	2025	2026	2024	2025	2026	2025/2024	2026/2025
Azerbaycan	533 473	516 386	520 865	1,84	1,81	1,87	-3,20	0,87
Beyaz Rusya (Belarus)	177 001	167 914	158 019	0,61	0,59	0,57	-5,13	-5,89
Ermenistan	17 370	15 757	19 162	0,06	0,06	0,07	-9,29	21,61
Gürcistan	856 027	742 885	763 563	2,95	2,61	2,74	-13,22	2,78
Kazakistan	529 417	462 583	478 931	1,83	1,62	1,72	-12,62	3,53
Kırgızistan	109 634	114 988	123 068	0,38	0,40	0,44	4,88	7,03
Moldova	179 555	192 216	158 867	0,62	0,67	0,57	7,05	-17,35
Özbekistan	312 679	366 823	406 248	1,08	1,29	1,46	17,32	10,75
Rusya Fed.	3 611 218	3 563 686	3 665 603	12,46	12,50	13,16	-1,32	2,86
Tacikistan	23 534	12 005	13 305	0,08	0,04	0,05	-48,99	10,83
Türkmenistan	85 199	106 527	125 694	0,29	0,37	0,45	25,03	17,99
Ukrayna	525 074	557 712	583 088	1,81	1,96	2,09	6,22	4,55
TOPLAM B.D.T.	6 960 181	6 819 482	7 016 413	24,02	23,91	25,18	-2,02	2,89

MİLLİYET	YILLAR			MİLLİYET PAYI (%)			% DEĞİŞİM ORANI	
	2024	2025	2026	2024	2025	2026	2025/2024	2026/2025
Amerika Birleşik Devletleri	771 849	853 554	816 620	2,66	2,99	2,93	10,59	-4,33
Avustralya	105 797	117 423	116 416	0,37	0,41	0,42	10,99	-0,86
Güney Kore	117 296	124 943	103 842	0,40	0,44	0,37	6,52	-16,89
Japonya	66 304	86 672	71 688	0,23	0,30	0,26	30,72	-17,29
Kanada	152 677	166 037	175 168	0,53	0,58	0,63	8,75	5,50
Meksika	74 637	77 566	59 809	0,26	0,27	0,21	3,92	-22,89
Yeni Zelanda	17 651	20 835	19 701	0,06	0,07	0,07	18,04	-5,44
TOPLAM DİĞER OECD	1 306 211	1 447 030	1 363 244	4,51	5,07	4,89	10,78	-5,79
TOPLAM MİLLİYETSİZ	29 653	25 313	23 070	0,10	0,09	0,08	-14,64	-8,86
TOPLAM OKYANUSYA	582	686	522	0,00	0,00	0,00	17,87	-23,91
YABANCI TOPLAM	28 978 471	28 515 880	27 863 612	100,00	100,00	100,00	-1,60	-2,29



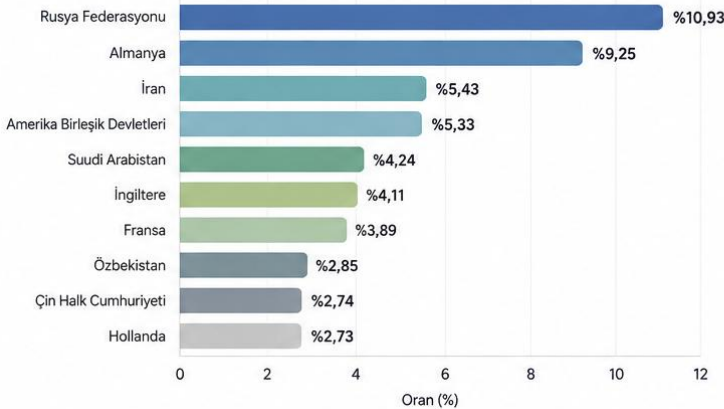
En Çok Ziyaretçi Ağırlayan 5 İlimizin Turizm Verileri

İSTANBUL

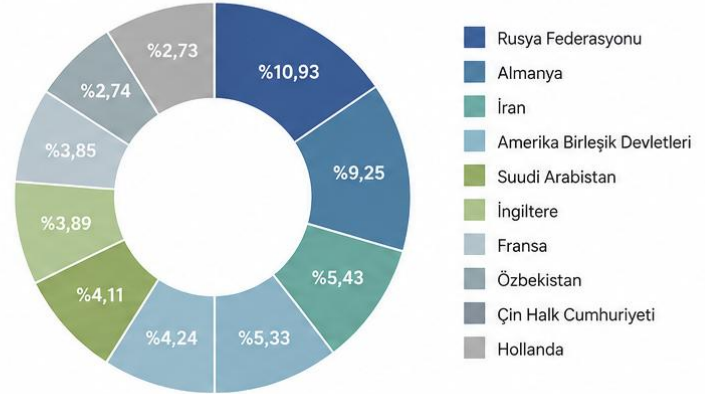
İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından açıklanan verilere göre, 2026 yılının Haziran ayında İstanbul'a gelen ziyaretçi sayısı %1,69 oranında artış sağlayarak 1 milyon 658 bin 817 olarak gerçekleşti. 2026 yılının Temmuz ayında ise; İstanbul'a gelen ziyaretçi sayısı %2,81 oranında artış sağlayarak 1 milyon 932 bin 022 olarak gerçekleşti.

Ocak - Temmuz ayı döneminde ise, İstanbul'a gelen ziyaretçi sayısı geçtiğimiz yılın aynı dönemine oranla %0,28 oranında artış sağlayarak 10 milyon 514 bin 855 olarak gerçekleşti. 2026 yılının Temmuz ayı döneminde İstanbul'a en çok ziyaretçi gönderen ülkelerin başında;

2026 YILI TEMMUZ AYI İSTANBUL'A GİRİŞ YAPAN
YABANCI ZİYARETÇİLERİN ÜLKELERE GÖRE DAĞILIMI (%)



2026 YILI TEMMUZ AYI İSTANBUL'A GİRİŞ YAPAN
YABANCI ZİYARETÇİLERİN ÜLKELERE GÖRE DAĞILIMI (%)



İstanbul'daki sınır kapıları olan İstanbul, Atatürk ve Sabiha Gökçen Havalimanları ile Haydarpaşa, Pendik, Tuzla, Zeytinburnu, Ambarlı, Karaköy, Marmara ve Sarayburnu limanlarından 2026 yılı Temmuz ayı itibarıyla giriş yapan yabancı ziyaretçi sayısı 1 milyon 932 bin 022'dir.

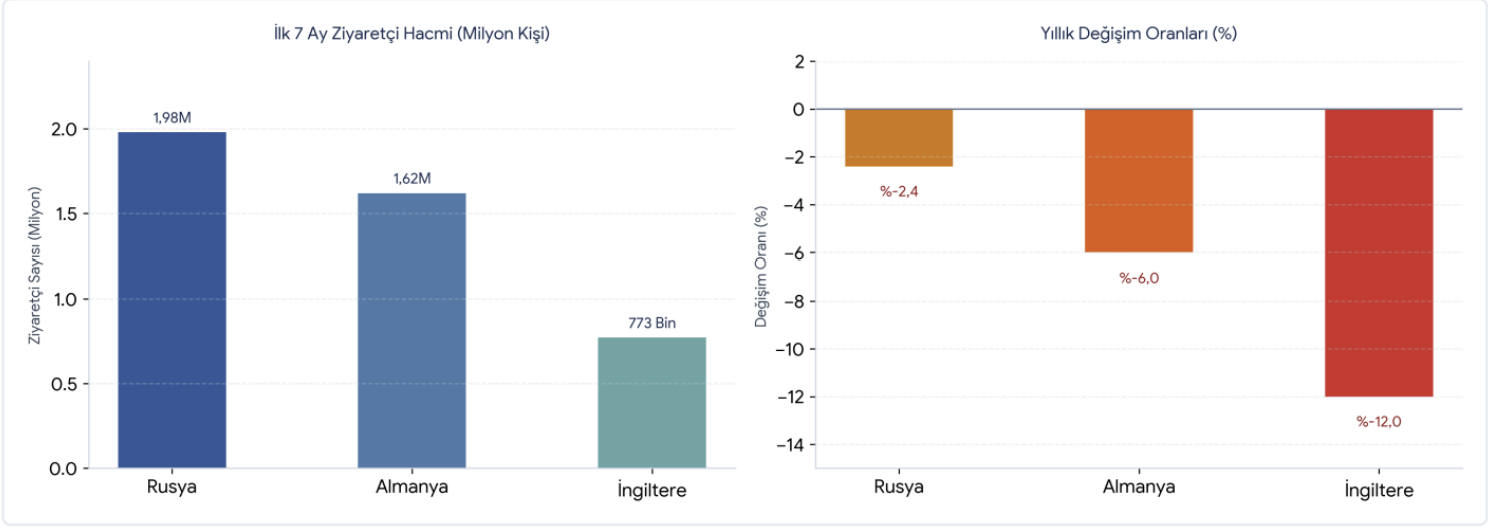
2025 yılının aynı dönemi ile karşılaştığımızda %2,81 oranında bir artış olduğu görülmektedir.



ANTALYA

Bu yıl Antalya'ya en fazla ziyaretçi gönderen ülkelerin başında **Rusya, Almanya ve İngiltere** geldi. Kentin geleneksel kaynak pazarları, 2026 sezonunda da Antalya turizminin taşıyıcı gücünü oluşturmaya sürdürdü.

Ocak-Temmuz aylarını kapsayan 7 aylık süreçte pazar payı dağılımında **Rusya Federasyonu** ilk sırada yer aldı. Bu dönemde Rusya'dan gelen turist sayısı yüzde 2,4'lük düşüşle **1 milyon 979 bin** olurken, toplam turist içindeki payı **yüzde 25,5** (yaklaşık her 4 turistten 1'i) olarak kaydedildi.



Antalya'nın en önemli geleneksel pazarlarından biri olan **Almanya**, Rusya'yı yakından takip etti. Almanya'dan gelen turist sayısı yüzde 6'ya yakın düşüşle **1 milyon 615 bin** seviyesinde kalırken, toplam turizmdeki payı **yüzde 20,8** oldu.

Üçüncü sırada yer alan **İngiltere**'den gelen turist sayısı yüzde 12 gerilemeyle **773 bini** aşarken, İngiliz turistlerin payı yüzde 9,9 olarak ölçüldü. Son yılların yükselen pazarı **Polonya**'dan ise 631 bin kişi kenti ziyaret etti.



MUĞLA

2026 sezonunun ilk yedi ayı geride kalırken, Muğla ve gözde destinasyonu Bodrum, küresel dinamiklerin ve değişen seyahat trendlerinin şekillendirdiği bir dönemi tamamlamaya devam ediyor. Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü verileri, bölgedeki dengeleri, pazarların gücünü ve giriş kapılarının nabzını ortaya koyuyor. Muğla ilk 7 ayda toplam **1 milyon 701 bin 756** ziyaretçi ağırladı.

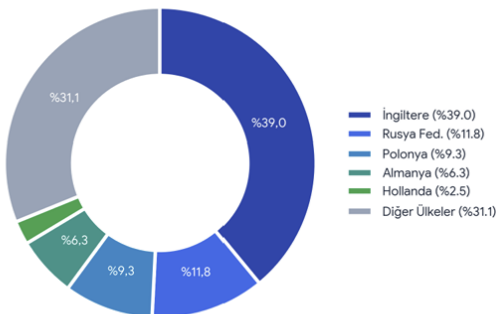
Genel Görünüm ve Pazarın Seyri

2026 Ocak-Temmuz döneminde Muğla geneli, toplam 1 milyon 701 bin yabancı ziyaretçiye ev sahipliği yaptı. Geçen yılın aynı dönemine göre kaydedilen %7'lik geri çekilme, pazarın dönemsel dalgalanmalarına işaret etse de bölgenin ana omurgasını oluşturan İngiltere pazarı güçlü liderliğini korudu.

Muğla'ya gelen her 10 yabancı misafirden yaklaşık 4'ü İngiltere'den gelirken, Rusya ve Polonya pazarları da canlılığını sürdürerek ilk üçteki yerini sağlamlaştırdı.

Bununla birlikte; Temmuz ayında Milas-Bodrum Havalimanı'ndan giriş yapan yabancı sayısının %1,6 artışla 197 bine ulaşması, yüksek sezonun kuvvetli başladığını gösterdi. Deniz hudut kapılarında ise Bodrum Limanı 100 bin barajını aşarak mavi yolculuk rotalarının cazibesini tescilledi.

MUĞLA TURİZMİNDE PAZAR PAYI DAĞILIMI (%)

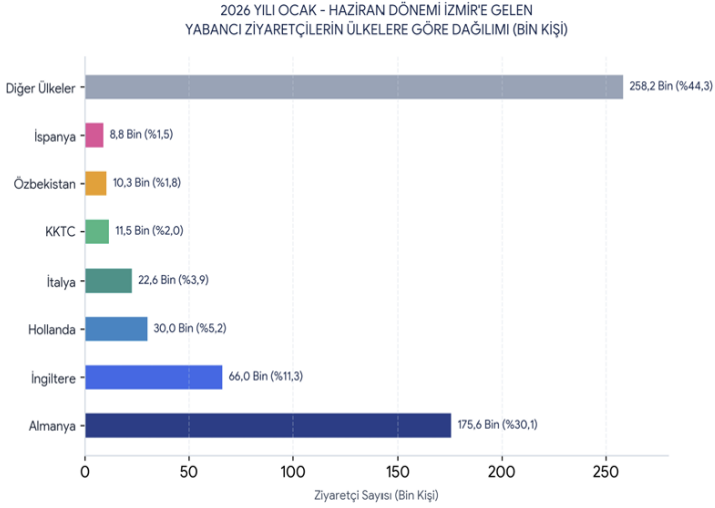


İZMİR

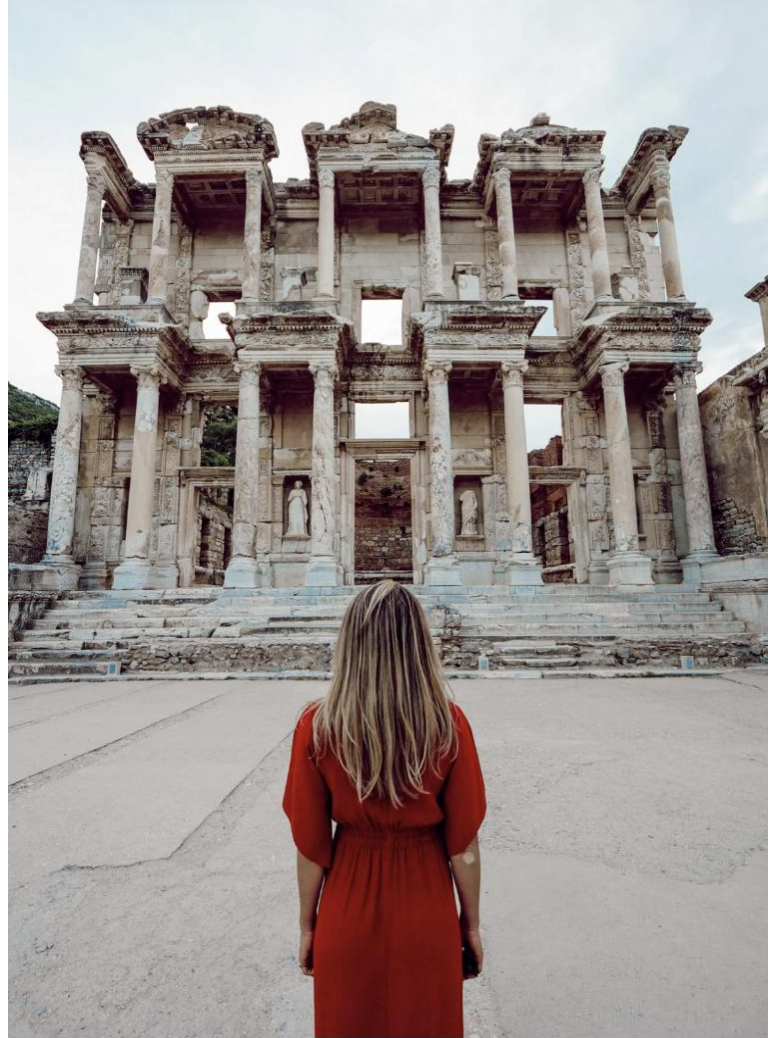
Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 2026 yılı Ocak–Haziran dönemi resmî verilerine göre, Ege'nin turizm ve ticaret metropolü İzmir, yılın ilk yarısında toplam 583 bin 20 yabancı ziyaretçiye ev sahipliği yaptı.

2026 yılının ilk 6 aylık döneminde İzmir'e gelen yabancı ziyaretçilerin sınır kapılarına göre dağılımında hava yolu belirleyici oldu; kente giriş yapan yabancı misafirlerin 498 bin 991'i (%85,6) hava yolu hudut kapılarını, 84 bin 29'u (%14,4) ise deniz limanlarını tercih etti. Şehrin geleneksel ve en büyük kaynak pazarı konumundaki Almanya, ilk yarıda ağırlanan 175 bin 573 turist ve %30,11'lik pay ile toplam yabancı ziyaretçi hacminin yaklaşık üçte birini tek başına karşılayarak açık ara zirvedeki yerini korudu.

Ana Kaynak Pazarların Hacim ve Pazar Payı Dağılımı;



Sıra	Kaynak Ülke	Ziyaretçi Sayısı	Pay (%)
1	Almanya	175.573	%30,11
2	İngiltere	66.016	%11,32
3	Hollanda	30.042	%5,15
4	İtalya	22.582	%3,87
5	KKTC	11.467	%1,97
6	Özbekistan	10.328	%1,77
7	İspanya	8.820	%1,51
-	Diğer Ülkeler	258.192	%44,28
Genel Toplam		583.020	%100,0



Almanya'yı 66 bin 16 kişi (%11,32) ile İngiltere, 30 bin 42 kişi (%5,15) ile Hollanda ve 22 bin 582 kişi (%3,87) ile İtalya takip ederken; sıralamada sırasıyla Fransa (22.312), İrlanda (18.403) ve ABD (15.169) öne çıkan diğer pazarlar oldu.

Yükselen pazarlarda ise Özbekistan dikkat çeken bir sıçrama kaydederek turist sayısını %41,03 artışla 7 bin 323'ten 10 bin 328'e çıkardı ve 10 bin barajını aştı. Benzer şekilde KKTC pazarından gelen turist sayısı %14,75 artışla 11 bin 467'ye, İspanya'dan gelen turist sayısı ise %16,90 artarak 8 bin 820'ye ulaştı.



ANKARA

Mastercard, dünya genelinde seyahat alışkanlıklarını ve harcama trendlerini inceleyen "2026 Seyahat Trendleri" raporunu yayımladı. Mastercard Economics Institute (MEI) tarafından hazırlanan rapor, Türkiye'nin global turizm haritasındaki stratejik önemini, sunduğu rekabetçi avantajı ve değişen seyahat motivasyonlarını çarpıcı verilerle ortaya koydu.

Ankara, iş seyahati ivmesinde dünya ikincisi

Seyahat trendleri sadece bireysel tatillerle sınırlı kalmıyor; şirketlerin seyahat harcamaları ve uçuş verileri üzerinden oluşturulan "İş ve Eğlence Momentum Endeksi" de sektöre yön veriyor.

Buna bağlı olarak, Ankara'nın 2026'nın Ocak-Haziran dönemindeki turizm dinamikleri;

Toplam Ziyaretçi Sayısı: 2025 yılının ilk 6 ayında Ankara'da ağırlanan toplam ziyaretçi sayısı 2.782.795 iken, 2026 yılının aynı döneminde bu rakam 2.711.195'e gerileyerek yaklaşık %2,57 oranında düşüş göstermiştir.

KONAKLAMA VERİLERİ

Ocak – Haziran Aylarında İşletme ve Basit Belgeli Konaklama Tesislerinde Tesislere Geliş Sayısı / Gecelemelerin Aylara Göre Dağılımı



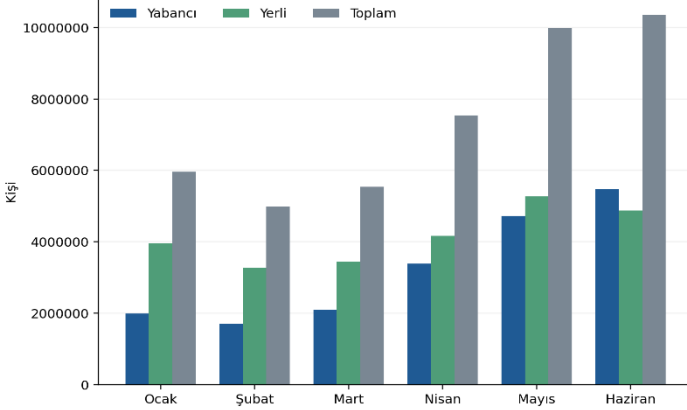
2026 yılının Ocak – Haziran döneminde tesise geliş sayısı 10 milyon 348 bin 913 olarak gerçekleşirken, geceleme sayısı ise 28 milyon 039 bin 809 olarak gerçekleşmiştir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın haziran ayına ilişkin konaklama istatistiklerine göre, **Türkiye genelinde otel doluluk oranı %52,23 olarak gerçekleşti.**

Konaklama süresi açısından bakıldığında ise yabancı misafirin sektöre katkısı daha da belirgin hale geliyor. Haziran ayında yabancı ziyaretçilerin ortalama konaklama süresi **3,39 gece** olurken, yerli ziyaretçilerde bu süre **1,95 gece** olarak gerçekleşti. Türkiye genelinde ortalama kalış süresi ise **2,71 gece** seviyesinde kaldı.

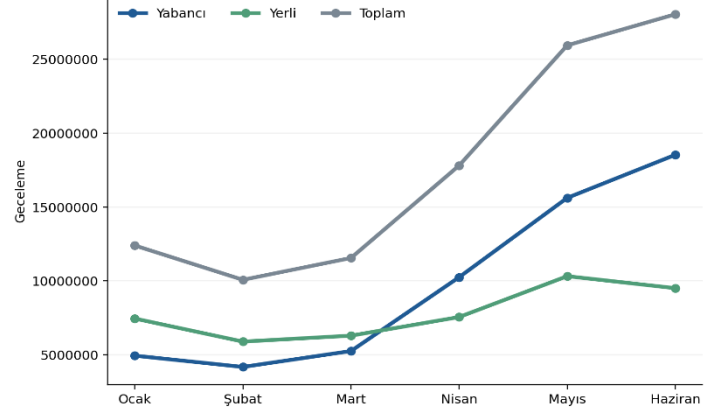
Tesise Geliş Sayısı

Ocak-Haziran 2026 | Yabancı, yerli ve toplam gelişler



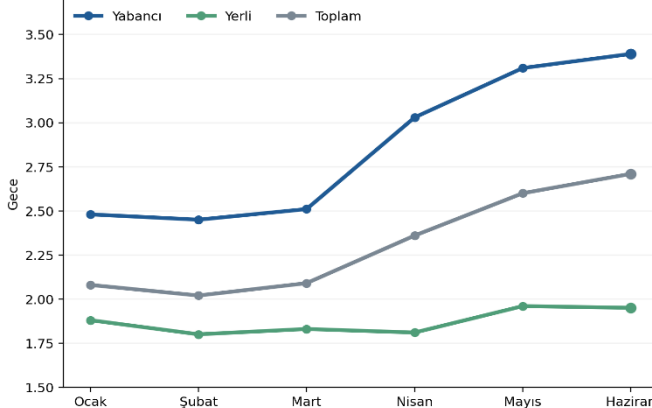
Geceleme Sayısı

Ocak-Haziran 2026 | Haziran ayında toplam geceleme 28,04 milyona ulaştı



Ortalama Kalış Süresi

Ocak-Haziran 2026 | Yabancı ziyaretçide süre 3,39 geceye yükseldi



Otel Doluluk Oranı

Ocak-Haziran 2026 | Haziran ayında toplam doluluk %52,23

