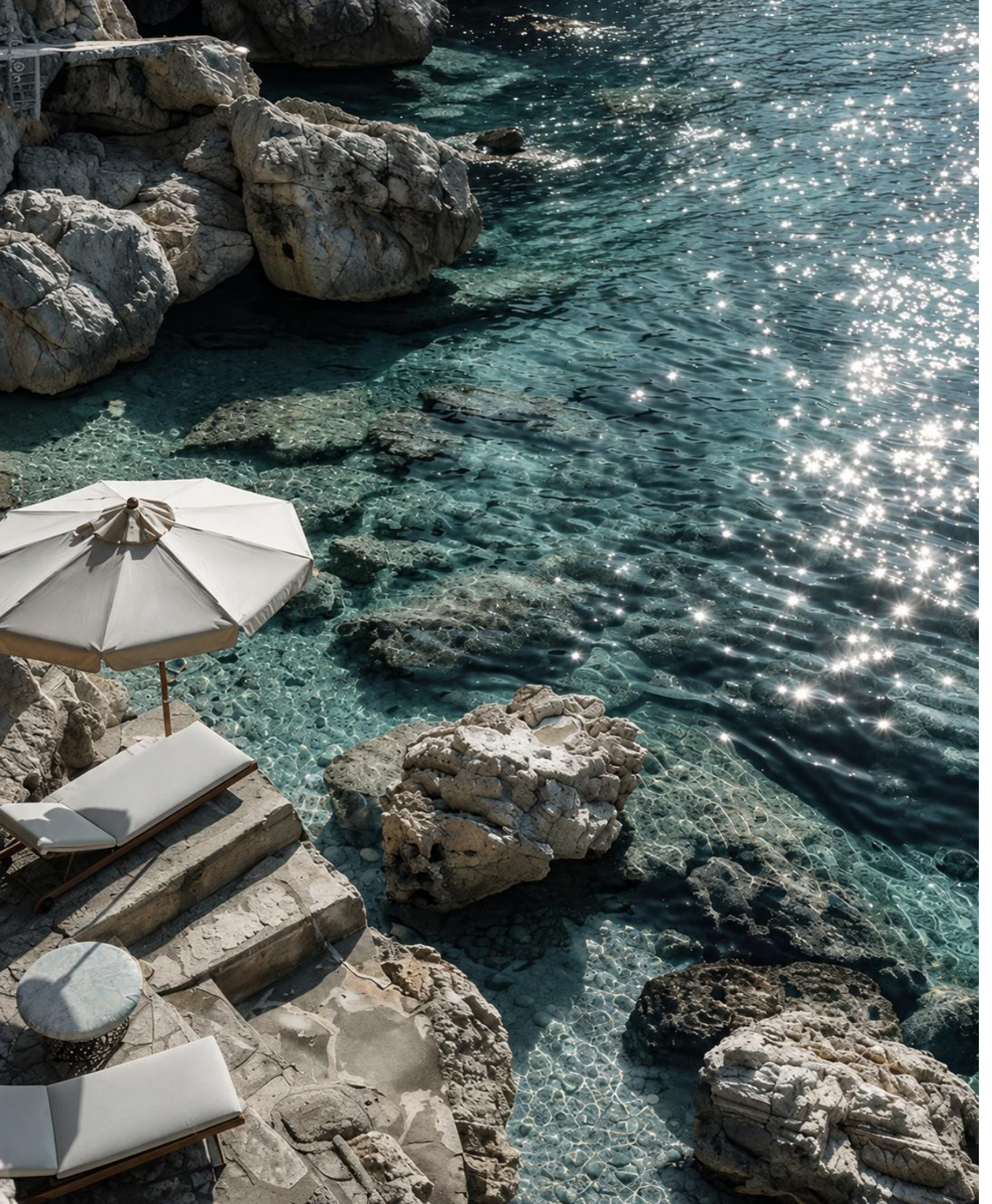




İÇERİK

01 | TÜROFED

- Başkanın Mesajı
- Yönetim Kurulu Toplantısı
- Sektörel Gündem ve Değerlendirmeler

02 | TURİZMİN DEĞİŞEN MEVSİMİ

- Mevsimsel Dönüşüm: Küresel Turizmde Sonbahar Dinamikleri
- 2026 Sonbaharında Değişen Misafir Profili ve Seyahat Alışkanlıkları
- Sonbahar Turizmi: Veriler, Eğilimler ve Beklentiler

03 | SEYAHATİN YENİ HARİTASI

- 2026'nın Öne Çıkan Seyahat Rotaları
- Avrupa Seyahat Duyarlılığı ve Planlama Eğilimleri
- Akdeniz'in Yükselen Çekim Gücü: Avrupalı Turistin Tercihleri

04 | KÜRESEL REKABET VE TÜRKİYE'NİN KONUMU

- Türkiye, Dünya Turizminde İlk Ondaki Yerini Koruyor
- Golf Turizminde Küresel Pazar ve Rekabet Dinamikleri

05 | KÜLTÜREL MİRASIN YENİ ÇAĞI

- Kültür ve Arkeoloji: Küresel Turizmin Yeni Çekim Merkezi
- 2026 Müze ve Kültürel Turizm Trendleri

06 | KONAKLAMA EKONOMİSİNDE YENİ DENGELER

- Avrupa Birliği'nde Kısa Dönemli Kiralama Pazarının Yükselişi
- Değişen Konaklama Tercihleri ve Pazarın Geleceği

07 | RAKAMLARLA TÜRKİYE TURİZMİ

- Türkiye Turizminde Güncel Görünüm
- Konaklama İstatistikleri ve Doluluk Performansı
- Beş Önemli Destinasyonda Turizm Hareketliliği



Değerli Üyelerimiz,

Turizmi yalnızca yaz aylarına sıkışmış bir “deniz-kum-güneş” parantezinde okumak, sektörümüzün taşıdığı potansiyeli eksik tanımlamak anlamına geliyor. 2026 yılı göstergeleri ve özellikle geride bıraktığımız yaz sezonunun ardından önümüze çıkan sonbahar tablosu, bizlere net bir mesaj veriyor: Turizmde rekabet gücü, yalnızca gelen kişi sayısıyla değil; katma değer, pazar çeşitliliği ve sezonun yıla yayılma kabiliyetiyle ölçülüyor.

İklim krizinin tetiklediği mevsimsel kaymalar, Avrupalı seyahat severlerin aşırı sıcaklardan kaçınarak ılıman sonbahar aylarını tercih etmesi, kültür ve arkeoloji turlarına duyulan ilginin artması ve yüksek gelir grubuna hitap eden niş alanlardaki hareketlilik, önümüze eşsiz fırsatlar koyuyor. Özellikle sonbahar ve kış aylarında hareketlenen hızlı erişilebilir mikro tatil / kaçış rotası, kırsal dinlence ve bütünleşik doğa deneyimi golf ve MICE (kongre, toplantı ve etkinlik) turizmi, tesislerimizin doluluk oranlarını dengelerken kişi başı harcama seviyelerini yukarı taşıyan kritik sacayaklarımızdır. Bununla birlikte, dünyada giderek yükselen sürdürülebilirlik bilincine paralel olarak doğa temelli ekoturizm pratiklerini güçlendirmek kıymetli olacaktır.

Önümüzdeki döneme baktığımızda ise temkinli, hazırlıklı ve vizyoner bir yaklaşıma her zamankinden daha fazla ihtiyaç duyduğumuz çok açık. 2027 yılına yönelik makroekonomik projeksiyonlar; ana kaynak pazarlarımızdaki sıkı para politikaları, azalan harcanabilir gelir baskısı, artan işletme maliyetleri ve Akdeniz çanağındaki agresif fiyatlama rekabeti sebebiyle sektörümüz açısından çetin bir operasyonel ve finansal konjonktüre işaret etmektedir. Bu süreç, salt ziyaretçi sayısına odaklanan büyüme modelinden ziyade gelir odaklı, maliyet disiplini öncelleyen, pazar çeşitliliğini artıran ve risk yönetimini kurumsallaştıran bir yapıya geçmemizi zorunlu kılmaktadır.

Federasyon olarak, sektörümüzün geleceğini şekillendiren dijital dönüşüm, yeni nesil pazarlama modelleri ve mevzuat düzenlemeleri konularında da otelcimizin hakkını ve menfaatlerini en üst düzeyde savunmaya kararlılıkla devam ediyoruz. Başta Kültür ve Turizm Bakanlığımız olmak üzere, kamu otoriteleri nezdinde yürüttüğümüz temaslarda; sektörün önünü açacak çalışmalara doğrudan katkı sunuyoruz. Geleneksel kazanımlarımızı korurken, turizmin kaçınılmaz gereği olan teknolojik ve yapısal dönüşümün otelcimizin aleyhine değil, doğrudan faydasına olacak şekilde kurgulanması için devletimizin tüm kademeleriyle yapıcı ve kararlı diyalogumuzu sürdürüyoruz.

Tüm bu parametrelere rağmen, sahip olduğumuz altyapı gücümüz ve sektörümüzün yüksek adaptasyon kabiliyeti en büyük güvencemizdir. Verimli, dengeli ve bereketli bir sonbahar sezonu diliyorum.

Dr. Erkan YAĞCI

TÜROFED Yönetim Kurulu Başkanı

YÖNETİM KURULU TOPLANTISI

GÜNDEM DEĞERLENDİRMESİ

TÜROFED 8. Dönem 10. Olağan Yönetim Kurulu Toplantımızı, Kuşadası Otelciler ve İşletmeciler Derneği'nin (KODER) samimi ev sahipliğinde, Korumar Deluxe Hotel'de gerçekleştirdi...

TÜROFED 8. Dönem 10. Olağan Yönetim Kurulu Toplantısı, Kuşadası Otelciler ve İşletmeciler Derneği'nin (KODER) samimi ev sahipliğinde, Korumar Deluxe Hotel'de gerçekleştirdi. KODER Yönetim Kurulu üyelerinin de değerli katılımlarıyla zenginleşen toplantı, son derece verimli ve içten bir istişare ortamına olanak sağladı.



Sektörün geleceğini ortak akılla şekillendirmek ve her bölgenin sesini ilk elden dinlemek adına gerçekleştirilen Yönetim Kurulu Toplantısı, bu defa Ege turizminin öncü ve köklü merkezlerinden Kuşadası'nda gerçekleştirildi.

2026 yılı yaz sezonunun kapsamlı bir değerlendirilmesi yapıldı. Yazın ardından eylül ve ekim aylarına yayılan hareketliliğin sahadaki yansımalarını, bölgelerimizin değişen doluluk dengelerini ve artan işletme maliyetleri karşısında geliştirebileceğimiz ortak çözümleri konuştuk.

Kuşadası ve Ege aksının turizmdeki kendine has dinamiklerini yerinde değerlendirmek, masadaki analizlerimize çok kıymetli bir saha perspektifi kazandırdı.



2026 Yılıın En İyi Seyahat Rotaları

Top Destinations for 2026

Antalya, Forbes'un 2026 Seyahat Listesinde Dünya İkincisi Oldu...

Dünyanın en saygın ekonomi ve seyahat yayınlarından Forbes, 2026 yılı için küresel ölçekte öne çıkan destinasyonları duyurdu. Kültürel miras, konaklama kalitesi, sürdürülebilirlik ve misafir memnuniyetinin bütüncül olarak değerlendirildiği sıralamada Antalya, dünya genelinde 2. sıraya yerleşerek Akdeniz çanağındaki liderliğini küresel düzeyde tescilledi.

Listenin zirvesinde Abu Dabi yer alırken; Antalya, Lefkoşa, Antarktika, Hırvatistan ve Dallas-Fort Worth gibi güçlü küresel merkezleri geride bıraktı.

Nitelikli Turizmin Yeni Merkezi

Forbes değerlendirmesinde, Antalya'nın artık yalnızca konvansiyonel bir "deniz-kum-güneş" rotası olmadığı; Belek ve Kemer hattındaki yüksek standartlı resort altyapısı, dünya çapındaki entegre golf tesisleri, gelişmiş kongre (MICE) kapasitesi ve dört mevsime yayılan gastronomi/wellness olanaklarıyla küresel bir cazibe merkezine dönüştüğü vurgulandı.

Forbes 2026: Zirve Destinasyonlar Sıralaması

GLOBAL TRAVEL INDEX | 100 ÜZERİNDEN
PUANLAMA

SIRA	DESTİNASYON / ÜLKE	ÖNE ÇIKAN SEGMENT & NİTELİK	ENDEKS SKORU
01	Abu Dabi (BAE)	Kültür, Lüks Sanat Müzeleri & Prestijli Etkinlikler	94
02	Antalya (Türkiye) TOP CHOICE	Entegre Resort Altyapısı, Golf, Wellness & Arkeoloji	92
03	Lefkoşa / Antarktika	Özgün Şehir Dokusu & Niş Keşif / Doğa Rotaları	89
04	Hırvatistan (Adriyatik)	Korunan Kıyı Şeridi, Tarihi Limanlar & Butik Seyahat	87
05	Dallas-Fort Worth (ABD)	Kongre Altyapısı, MICE & Modern Şehir Turizmi	85

PERSPEKTİF

Sezonu 12 Aya Yayma Stratejisinin Somut Başarısı

Antalya'nın elde ettiği küresel ikincilik; Türk otelciliğinin hacim odaklı büyümeden "katma değeri yüksek, deneyim odaklı ve sürdürülebilir" modele geçişinin doğrudan sonucudur. Sonbahar dönemiyle birlikte hareketlenen spor, kongre (MICE) ve kültür segmentleri; kıyı destinasyonlarımızın doluluk istikrarını ve oda başı gelirini (RevPAR) yıl geneline yaymadaki gücünü teyit etmektedir.

Mevsimsel Dönüşüm

Küresel Turizmde Sonbahar Dinamikleri

Niş Segmentlerin Yükselişi

Yaz aylarının getirdiği yüksek hacimli kitle turizmi yerini yavaş yavaş sonbaharın dingin ve seçici seyahat ritmine bırakıyor. Dünya genelinde deniz, kum ve güneş üçlüsüne dayalı ana sezonun hız kesmesi, turizm hareketliliğinin bittiği anlamına gelmiyor; aksine sektör, katma değeri daha yüksek ve deneyim odaklı bir evreye adım atıyor.

Hava sıcaklıklarının mevsim normallerine oturması, okulların açılması ve tatilci profiline farklılaşmasıyla birlikte küresel turizm sahnesinde misafir alışkanlıkları belirgin bir dönüşümden geçiyor. Bu mevsimsel geçiş, özellikle niş turizm pazarları açısından en verimli dönemin başlangıcını simgeliyor.

“Kalabalıklardan uzaklaşma arzusu; bireyleri doğayla doğrudan temas kurabilecekleri, kişisel ilgi alanlarını geliştirebilecekleri ve fiziksel veya zihinsel yenilenme sağlayabilecekleri rotalara yönlendiriyor.”

İklim koşullarının sunduğu elverişli ortam; MICE (toplantı, teşvik gezisi, kongre ve sergi) organizasyonlarının yoğunlaştığı, doğa temelli ekoturizm rotalarının canlandığı ve açık hava sporlarına dayalı segmentlerin öne çıktığı dinamik bir zemin yaratıyor.

Bu segmentlerin başında ise hem küresel ölçekte yarattığı ekonomik büyüklük hem de sunduğu prestijli misafir kitlesiyle golf turizmi geliyor.

Dünyanın önde gelen destinasyonlarında sonbahar takviminin açılmasıyla birlikte Kültür ve Arkeolojik geziler, golf sahaları, turizm hareketliliğini yıl geneline yaymanın stratejik unsurlarından biri olarak yeniden sahneye çıkıyor.



2026 Sonbaharında Değişen Misafir Alışkanlıkları

2026 Sonbahar Turizm Raporu

Geleneksel tatil takviminde yazın sona erışı artık bir duraklama değil, bilakis daha seçici, dingin ve katma değeri yüksek bir seyahat dalgasının başlangıcı anlamına geliyor. Güncel seyahat göstergeleri, sonbaharın bir bekleme evresi olmaktan çıkıp yılın en hareketli rezervasyon dönemlerinden biri haline geldiğini somutlaştırıyor.

Dünya genelinde, rezervasyon ve satış eğilimleri, eylül ayı hacminin ağustos ayının rakamlarını yakalamaya hazırlandığını ortaya koyarak sektörde yeni bir dönemin kapılarını aralıyor. Sonbahar, artık düşük fiyatla doldurulması gereken bir ara dönem değil. 2026 verileri, özellikle Avrupa'da eylül-kasım aralığının yüksek harcama potansiyeli taşıyan bağımsız bir seyahat sezonuna dönüştüğünü gösteriyor. 2026 Sonbahar rezervasyonları %59 artarken, satışlar %69 arttı. Eylül ayı, %77'lik satış artışıyla sezonun en hızlı büyüyen ayı olurken, rezervasyonlarda da %55'lik bir artış görüldü. Ekim ayı rezervasyonları %59 artarken, Kasım ayı rezervasyonları %70'in üzerinde yükseldi.

+%77

EYLÜL SATIŞ ARTIŞI

+%69

SONBAHAR SATIŞ HACMİ

+%59

EKİM REZERVASYON

+%70

KASIM ARTIŞ ORANI

Bu eksen kaymasının ardında, misafir profilinin değişen beklentileri ve tatil motivasyonları yatıyor. Aşırı sıcakların yerini alan ılıman iklim koşulları, kitle turizminin yarattığı yoğun kalabalıklardan uzaklaşma arzusu ve daha dengeli bir bütçe-hizmet dengesi; bilinçli gezginleri yaz döneminin ötesine bakmaya yöneltiyor.

Bu eğilim, pazarda çok katmanlı ve deneyim odaklı yeni seyahat pratiklerini besliyor: Kırsal rotalarda doğanın mevsimsel renk dönüşümünü odağına alan aktif kara yolculuklarından, ikonik spor arenaslarını ve kültürel etkinlikleri kapsayan tematik kaçışlara kadar uzanan bu yeni modeller, 2026 sonbaharının turizm haritasını yeniden çiziyor.



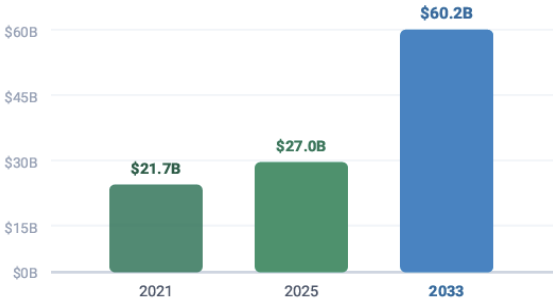
Golf Turizmi ve Pazar Dinamikleri

Uluslararası turizm otoriteleriyle yapılan küresel sektör değerlendirmelerinde ortak bir kanaat öne çıkıyor.

Golf, sadece bir spor dalı değil; konaklama sektöründe sezon baskısını kırarak oda başı geliri (RevPAR) ve doluluk istikrarını yıl geneline yayan stratejik lokomotiflerden biri olarak değerlendiriliyor.

Pazar Hacmi Gelişimi (Milyar USD)

CAGR (2026 - 2033): %11.0 Büyüme İvmesi



Bölgesel Büyüme Momentumu

Pazar CAGR Seviyesi ve Büyüme Yoğunluğu

BÖLGE	CAGR	DÜŞÜK	ORTA	YÜKSEK
Asya Pasifik	Yüksek	■	■	■
Avrupa	Dengeli	■	■	■
Kuzey Amerika	Lider	■	■	■
Orta Doğu & Afrika	Gelişen	■	■	■
Latin Amerika	Giriş	■	■	■

IAGTO (Uluslararası Golf Tur Operatörleri Birliği) verileri ve uluslararası konaklama liderlerinin saha röportajları, golf turistinın standart bir tatilciye kıyasla ortalama %120 daha fazla harcama kapasitesine ve daha uzun konaklama süresine sahip olduğunu vurguluyor.

Küresel ölçekte lüks golf resortları genel müdürlerinin sıklıkla dile getirdiği gibi; günümüz misafiri artık yalnızca kusursuz sahalar talep etmekle kalmıyor; gastronomi, kişiselleştirilmiş sağlıklı yaşam (wellness) ve sürdürülebilir tesis yönetimiyle harmanlanmış entegre bir otel deneyimi arıyor.

Bu yaklaşım, golf destinasyonlarını yalnızca sporcuların değil, nitelikli harcama potansiyeli yüksek uluslararası profilin çekim merkezine dönüştürerek konaklama işletmelerine yüksek kârlılık ve güçlü bir marka prestiji sağlıyor.



AVRUPA Seyahat Duyarlılığı

Avrupa'da Seyahat Talebi Zirvede: %81'lik Hareketlilik

38. Virtuoso Seyahat Haftası'nda açıklanan küresel pazar verileri, sonbaharın bir "geçiş dönemi" olmaktan çıkarak turizmde yüksek kârlılığın ve katma değerini yeni merkez üssü haline geldiğini doğruluyor.

“Dünya genelinde refah arttıkça, insanların paralarıyla yapmak istedikleri şeylerin başında seyahat geliyor.”

Avrupa Seyahat Komisyonu'nun (ETC) açıkladığı Avrupa İçi Seyahatlere İlişkin Duyarlılık İzleme Raporu, 2026 yılı haziran-kasım döneminde Avrupalıların %81'inin seyahat planladığını ortaya koyuyor. Geçen yıla kıyasla 4 puanlık bir artışı temsil eden bu oran, küresel enflasyon ve artan maliyet baskılarına rağmen seyahat motivasyonunun temel bir ihtiyaç olarak korunduğunu gösteriyor.

Katılımcıların %55'i bu dönemde iki veya daha fazla seyahat gerçekleştirmeyi planlarken, ana rota Avrupa içi ve Akdeniz çanağı olmaya devam ediyor. Karar süreçlerinde belirleyici unsurlar incelendiğinde; katılımcıların %76'sı aşırı sıcaklar ve iklim faktörlerinin destinasyon tercihlerini doğrudan etkilediğini belirtiyor.

81%

AVRUPALI SEYAHAT NİYETİ

Haziran-Kasım 2026

2x+

SONBAHAR TALEBİ

Avrupa yaz destinasyonlarında

+30%

AKTİF SEYAHAT

Backroads, 2023'ten beri

\$

Virtuoso: "Yeni Yaz" İlan Edilen Sezon

2026 yılı sonbahar rezervasyonları %59, satışlar ise %69 artış gösterdi. Üç yıl önce ağustos ayı hacminin yalnızca %79'una ulaşabilen eylül ayı rezervasyonları, bu sezon %100 eşiğini yakalayarak geleneksel kitle turizminin zirvesini resmen geride bıraktı.

↑

Fiyat Artışına Rağmen Kesintisiz Talep

Gecelik oda ve paket fiyatlarında %7'yi aşan küresel artışlara karşın, Avrupa sonbahar satışları %64 büyüdü. Fransız Rivierası (%179), Yunan adaları (%130) ve İtalya Puglia (%78), yüksek gelir grubunun ılıman hava konforunu her türlü maliyetin üzerinde tuttuğunu gösteriyor.

🚩

Kalabalıktan Kaçış ve Dingin Deneyim

Aşırı sıcak dalgaları ve temmuz-ağustos aylarında tesislerde yaşanan yoğunluk, bilinçli gezgin profilini sonbahara yöneltti. Ziyaretçiler artık yalnızca güneşlenmek yerine yerel kültürü sindirebilecekleri sakin dönemleri tercih ediyor.

İKLİM KONFORU EŞİĞİ

Küresel iklim dengesizlikleri, Akdeniz havzasında 40 dereceleri aşan bunaltıcı yaz sıcaklarını zorlayıcı bir unsura dönüştürdü. Sonbaharın 20–25°C aralığı, fiziksel olarak en konforlu tatil ortamını sunmaktadır.

EKONOMİK KATMA DEĞER

Sonbahar misafiri, "her şey dahil" alanlarından dışarı çıkarak gastronomiye, tarihi alanlara ve yerel alışverişe kaynak ayırır. Bu durum, kişi başı gecelik geliri (RevPAR) tabana yayarak yükseltmektedir.

SEZON UZATMA VİZYONU

Tesislerimizin erken kapanma baskısını kırmak ve nitelikli personeli 12 ay boyunca istihdam edebilmek, sonbahar aylarında oluşturulacak bu güçlü doluluk kalkanına doğrudan bağlıdır.



Seyahat Planlaması

Avrupalı gezginlerin ilkbahar ve yaz dönemine yönelik planları, seyahat isteğinin güçlü kalmasına karşın tatil süresi ve harcama tercihlerinde daha kontrollü bir yaklaşımın öne çıktığını gösteriyor. Tek seyahat planlayanların oranı %39'a yükselirken, iki veya daha fazla seyahat planlayanların oranı %57'ye geriliyor. Benzer bir değişim konaklama sürelerinde de görülüyor; 4-6 gecelik seyahatlerin payı artarken, 7-12 gecelik daha uzun tatillere yönelik talep zayıflıyor.

**“Avrupalı gezgin seyahatten vazgeçmiyor;
bütçesini kontrol ediyor ve ulaşım alternatiflerini
çeşitlendiriyor.”**

Bu eğilim bütçe tercihlerine de yansıyor. 1.000 Euro'ya kadar olan seyahat bütçelerinin artması, buna karşılık 1.500 Euro üzerindeki bütçelerin gerilemesi, gezginlerin seyahatten vazgeçmek yerine süreyi ve harcamayı yeniden düzenlediğine işaret ediyor. Bir başka ifadeyle, talepteki değişim “daha az seyahat” ten çok daha kısa, daha planlı ve fiyat hassasiyeti yüksek seyahatler yönünde şekilleniyor.

Ulaşım tercihlerinde ise hava yolu %55 ile ağırlığını korurken, araçla seyahatin %28'e yükselmesi dikkat çekiyor. Bu tablo, özellikle yakın mesafeli destinasyonlar, kısa süreli şehir ve kültür rotaları ile bölgesel seyahatlerin önümüzdeki dönemde daha fazla önem kazanabileceğini düşündürüyor.

1.000 €'ya kadar



1.500 € üzeri

-9 puan

ÖNE ÇIKAN EĞİLİM • Daha kısa seyahat | Daha kontrollü bütçe | Araç kullanımında artış

Avrupalı Turistin Tercihi Akdeniz: Türkiye İlk 10'daki Yerini Koruyor

Avrupa Seyahat Komisyonu'nun (ETC) Nisan-Eylül 2026 dönemini kapsayan seyahat eğilimleri araştırmasına göre, Avrupalıların kıta içi seyahat planlarında Akdeniz çanağı liderliğini sürdürüyor. Önümüzdeki altı aylık dönemde en çok tercih edilen destinasyonlar arasında İspanya (%14) ve İtalya (%11) başı çekerken, her iki ülkede de geçen yıla oranla belirgin bir ilgi artışı (+%8 ve +%5) dikkat çekiyor. Bu iki ülkeyi %8 ile Fransa, %6'şar payla Yunanistan ve Portekiz takip ediyor.

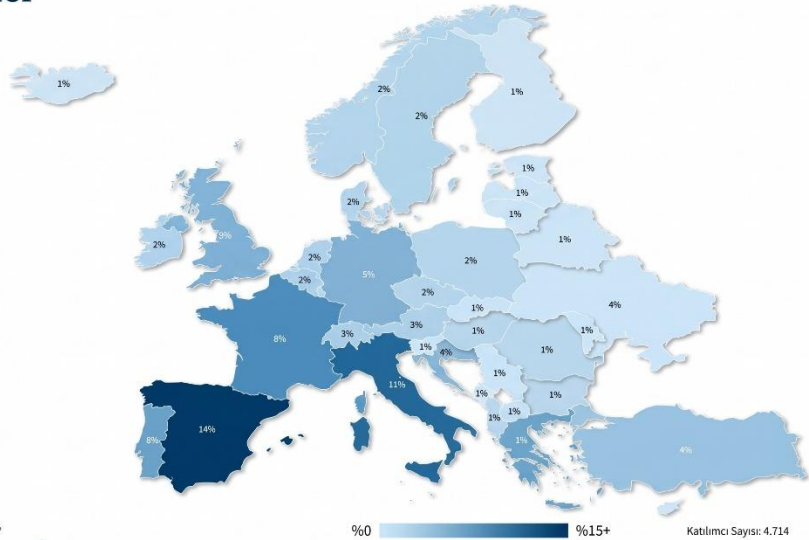
Türkiye ise %4'lük pazar payı ile Almanya ve İngiltere'nin hemen ardından en popüler 8. destinasyon olarak ilk 10 içerisindeki yerini koruyor. Açıklanan veriler; Avrupalı gezginlerin hem bütçe dengesi hem de coğrafi yakınlık nedeniyle ağırlıklı olarak Güney Avrupa ve Akdeniz hattındaki kıyı destinasyonlarına yönelmeye devam ettiğini, Hırvatistan (%4) ve Avusturya (%3) gibi pazarların da ilk 10 listesini tamamladığını gösteriyor.

Bir sonraki Avrupa içi seyahat için en popüler ülkeler

Ufuk Dönemi: Nisan-Eylül '26

EN POPÜLER 10 ÜLKE

İspanya	14%	▲8%
İtalya	11%	▲5%
Fransa	8%	
Yunanistan	6%	
Portekiz	6%	
Almanya	5%	
İngiltere (Birleşik Krallık)	5%	
Türkiye	4%	
Hırvatistan	4%	
Avusturya	3%	



S9: Bir sonraki seyahatinizi hangi ülke(ler)ye yapmayı planlıyorsunuz?

%0 %15+

Katılımcı Sayısı: 4.714

Lider Akdeniz: Listenin ilk iki sırasındaki İspanya (%14) ve İtalya (%11), yıllık bazda en güçlü talep artışını yakalayan ülkeler oldu. **Türkiye'nin Konumu:** Türkiye, %4'lük tercih oranıyla Avrupa genelinde ilk 10 pazar arasındaki güçlü konumunu muhafaza ediyor. Kıta içi Hareketlilik: Fransa (%8), Yunanistan (%6) ve Portekiz (%6) istikrarlı talebini sürdürürken, İngiltere ve Almanya (%5) orta sıralarda yer alıyor.

01 Seyahat Sayısı

Tek seyahat planlayanların oranı artarken, iki veya daha fazla seyahat talebi geriliyor.

● 2025 ● 2026



02 Konaklama Süresi

Daha kısa süreli seyahatler öne çıkıyor. 4-6 gecelik konaklama planlayanların oranı artarken, 7-12 gecelik seyahatler geriliyor.

● 2025 ● 2026



03 Seyahat Bütçesi

Seyahat süresi kısalıkça bütçeler daha makul seviyelere kaymakta. 1.000 €'ya kadar olan bütçeler artarken, 1.500 € üzerindeki yüksek bütçeler azalmaktadır.

● 2025 ● 2026



04 Ulaşım Tercihi

Petrol fiyatlarının artacağı beklentisine rağmen, araçla seyahat oranı yükselirken, hava yolu ulaşımına olan eğilim stabil kalmaktadır.

● 2025 ● 2026



Küresel Kültür ve Arkeoloji Turizminin Anatomisi

Dünya genelinde deniz, kum ve güneş üçlüsüne dayalı ana sezonun hız kesmesi, turizmin durağanlaştığı anlamına gelmiyor; aksine pazar, katma değeri en yüksek ve entelektüel derinliği en belirgin evresine adım atıyor.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UN Tourism) verileri, küresel sınır ötesi seyahatlerin %40'ından fazlasının ana ya da ikincil motivasyon olarak kültürel miras ve arkeolojik keşiflerle tetiklendiğini ortaya koyuyor. Bu hacim, 2026 projeksiyonlarında doğrudan ve dolaylı çarpanlarıyla birlikte yaklaşık 580 milyar ABD dolarlık devasa bir ekonomik büyüklüğe karşılık geliyor.

Geleneksel kitle turistinin harcama kalıpları resort tesis sınırları içerisinde yoğunlaşırken, kültür ve arkeoloji gezgini yerel ekonominin tüm katmanlarına nüfuz ediyor.

Saha verileri, bu profilin klasik bir tatilciye kıyasla günlük ortalama %60 daha fazla harcama yaptığını kanıtıyor.



Demografik Ayrışma: Bilinçli ve Sadık Gezgin Profili

Kültür ve arkeoloji segmentini tercih eden gezginlerin %68'i lisans ve üzeri eğitim seviyesine sahip, hane halkı yıllık geliri 85.000 dolar barajının üzerinde bulunan ve seyahatini en az 3 ila 5 ay öncesinden planlayan bilinçli bir kitleden oluşuyor.

Bu profil için otel yalnızca bir "geceleme ünitesi" değil; destinasyonun tarihi kimliğiyle bağ kurduran, yerel mimariyi yansıtan ve gastronomik hikayesi olan bir deneyim merkezi niteliğinde.

Gezgin Tercihleri ve Deneyim Odaklı Beklentiler

Gezginler artık antik kentleri parmaklıklar ardından izleyen pasif bir gözlemci olmak istemiyor. Küresel araştırmalar, seyahat deneyiminde dokunma, öğrenme ve bizzat sürecin bir parçası olma arzusunun %76 oranında arttığını gösteriyor. Başarılı destinasyonlar, arkeolojiyi kuru bir tarih anlatısından çıkarıp yaşayan bir deneyim alanına dönüştürenler olarak nitelendiriliyor.

01. KATILIMCI VE YAŞAYAN ARKEOLOJİ

Kazının Hikayesine Yerinde Tanıklık

Misafirler, kapalı kapılar ardındaki kazı evlerini ziyaret etmek, çalışan arkeologlardan doğrudan brifing almak ve hatta simüle edilmiş kazı veya mozaik onarım atölyelerine katılmak istiyor. Bu ayrıcalıklı deneyim, paket tur fiyatını 2 ila 3 katına çıkarabilmektedir.

02. DİJİTALLEŞME VE ARKEO-TEKNOLOJİ

Artırılmış Gerçeklik ve 3D Canlandırma

Yıkık sütunların arasından geçerken tablet veya AR gözlükleriyle o kentin 2000 yıl önceki halini sesler ve karakterlerle görebilmek, genç ve aile segmentindeki kültür ilgisini katlamaktadır. Dijital rekonstrüksiyonlar ziyaretçi memnuniyet puanını ortalama %35 yükseltmektedir.

%42.4

KÜLTÜREL MOTİF PAYI

Uluslararası tüm seyahatlerde temel veya yan tercih faktörü

\$580B+

KÜRESEL PAZAR HACMİ

Miras, öğrenme yeri, tematik rota ve butik deneyim harcamaları

1.6 Kat

HARCAMA ÇARPANI

Kitle turistine kıyasla yerel esnaf, zanaat ve yeme-içme harcaması

9.4 Gün

ORTALAMA GECELEME

Antik koridor ve çoklu rota seyahatlerinde ortalama konaklama



03. GASTRONOMİ VE ANTİK FÜZYON

Tarihsel Mutfak Mirasının Yeniden Doğuşu

Kültür turistlerinin %81'i gastronomi deneyimini seyahatin en belirleyici unsurlarından biri olarak kabul ediyor. Antik Roma, Hitit veya Osmanlı saray reçeteleriyle hazırlanan tematik menüler, otellerin yeme-içme gelirlerini en hızlı artıran niş ürün olarak öne çıkıyor.

04. SOMUT OLMAYAN MİRAS & ZANAAT

Yerel Bellek ve Yaşayan Ustalar

Antik kentlerin çeperindeki köylerde devam eden çömlekçilik, dokuma, taş oymacılığı ve zeytin sıkımı gibi geleneksel pratikler; lüks segmentin aradığı "özgünlük" (authenticity) kriterini tam olarak karşılayarak konaklama süresini uzatmaktadır.

Davranışsal Karşılaştırma: Kültür Seyyahı vs. Klasik Kitle Turisti

100 ÜZERİNDEN KARŞILAŞTIRMALI ENDEKS



■ Kültür ve Miras Gezgini ■ Standart Resort Turisti

2026 Müze ve Kültürel Turizm Dinamikleri

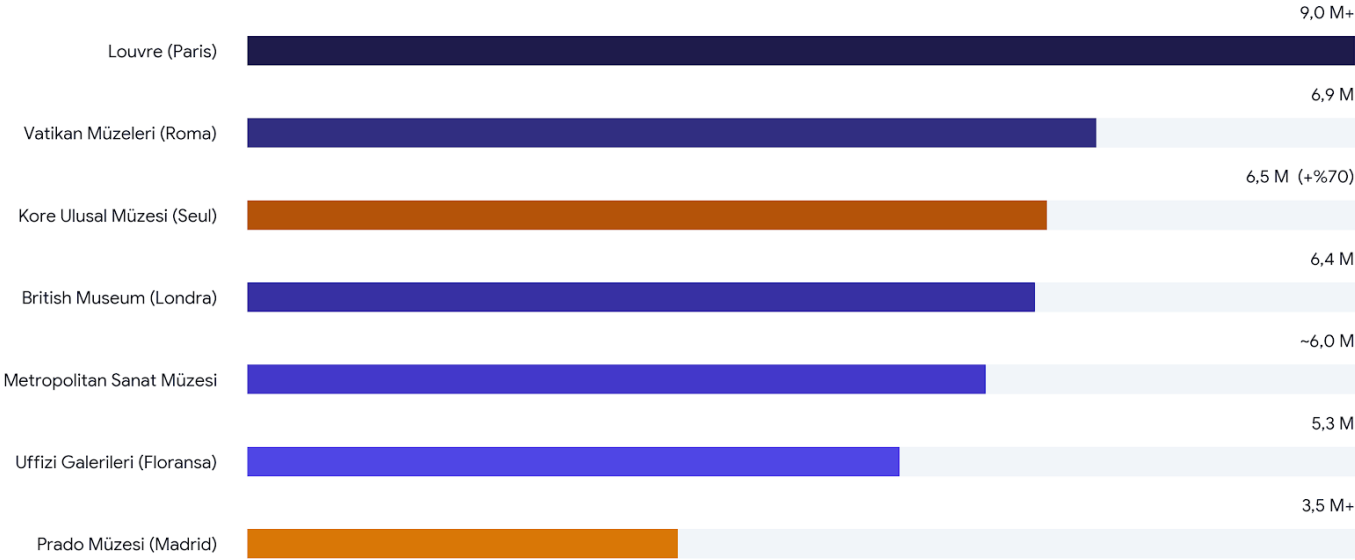
Uluslararası turizm 1,52 milyar varışla pandemi öncesini geride bırakırken, gezginlerin yaklaşık %40'ı kültürel motivasyonlarla hareket ediyor. Müze talebindeki yükseliş; kapasite, fiyatlama ve ziyaretçi yönetimini kültür turizminin merkezine taşıyor.

Son yıllarda küresel turizm sektörü, salt kitle hareketliliğinden değer ve deneyim odaklı bir yapıya doğru köklü bir dönüşüm yaşıyor. Bu dönüşümün en güçlü itici gücü olan müzeler ve kültürel varlıklar, yalnızca tarihi koruma alanları değil, aynı zamanda kent ekonomilerini ve destinasyon rekabetçiliğini doğrudan yönlendiren stratejik merkezleri.

Günümüzde kültürel turizmin geldiği noktada; ikonik müzelerin karşı karşıya kaldığı aşırı yoğunluk, yönetimleri kapasite sınırlamalarına ve nitelikli turisti önceleyen yeni biletleme stratejilerine yöneltiyor. Eş zamanlı olarak, gezginlerin planlama süreçlerine hızla entegre olan yapay zekâ çözümleri, müze ve kültür turizmini hem operasyonel hem de dijital açıdan çok daha öngörülebilir ve yönetilebilir bir boyuta taşıyor.

2025 DÜNYANIN EN ÇOK ZİYARET EDİLEN SANAT MÜZELERİ

Yıllık ziyaretçi • milyon kişi



KÜLTÜR GEZGİNİ

%40

Kültürel amaçlı seyahat eden uluslararası turist payı.

GÜNLÜK GİRİŞ SINIRI

30.000

Louvre'da yoğunluğu yönetmek için uygulanan günlük tavan.

BİLET FİYATI

32 €

AB/AEA dışı yetişkinler için 2026 Louvre bileti.

YAPAY ZEKA

%56

ABD'li gezginlerde seyahat planlama/rezervasyonda AI kullanımı.

Kültür turizmindeki büyüme artık yalnızca ziyaretçi rekorlarıyla ölçülüyor. Yüksek hacimli müzelerde kapasite sınırları ve fiyat artışları öne çıkarken, destinasyonlar için temel konu ziyaretçiyi zamana ve mekâna daha dengeli dağıtmak.

Bu yaklaşım, ikincil müzeler ve kültür rotaları açısından yeni talep alanları yaratıyor.



LOUVRE: HACIMDEN KONTROLLÜ KAPASİTEYE

2019'a yakın günlük zirve

45.000

Kalıcı günlük giriş sınırı

30.000

BİLET FİYATI

22 €

32 €

+%45

14 Ocak 2026 itibarıyla AB/AEA dışı yetişkinler.

Yoğunluk, Fiyatlama ve Müze Deneyimi

2026 görünümünde ikonik müzeler için başarı ölçütü yalnızca daha fazla ziyaretçi değil.

Kapasite yönetimi, erişilebilirlik, deneyim kalitesi ve kültürel varlıkların korunması aynı anda yönetilmesi gereken başlıklar haline geliyor.

KAPASİTE

30 BİN

Rezervasyon ve günlük tavan uygulamaları, aşırı yoğunluğu kontrol altında tutmak için daha görünür hale geliyor.

FİYATLAMA

+%45

İkon müzelerde fiyatlama politikaları talep yönetiminin bir parçasına dönüşüyor.

DAĞILIM

104 BİN

Dünya genelindeki geniş müze ağı, ziyaretçiyi ana ikonların dışına taşıyacak rota tasarımları için önemli bir potansiyel sunuyor.

2026 yılı verileri; ziyaretçi trafiğinden bütçe ayarlamalarına, aşırı turizm önlemlerinden yapay zekâ kullanımına kadar küresel kültür turizminin geçirdiği bu yapısal dönüşümü net biçimde ortaya koyuyor. Dünya genelinde uluslararası turistlerin yaklaşık yüzde 40'ını oluşturan kültürel amaçlı gezginler; destinasyonlarda daha uzun süre konaklamaları ve yüksek harcama eğilimleriyle turizm ekonomisinin en nitelikli segmentini temsil ediyor.

Avrupa Birliği Genelinde Kısa Dönemli Kiralama Pazarında Büyüme Trendi Sürüyor

Airbnb, Booking ve Expedia Rezervasyonlarında İki Yılda 50 Milyonluk Geceleme Artışı

Avrupa İstatistik Ofisi (Eurostat) tarafından yayımlanan son veriler, Avrupa Birliği genelinde çevrimiçi platformlar aracılığıyla gerçekleştirilen kısa dönemli kiralamalardaki yükseliş eğiliminin 2026 yılında da hız kesmeden devam ettiğini ortaya koyuyor. 2026 yılının nisan ve haziran ayları arasındaki ikinci çeyrek döneminde, uluslararası ve yerel turistler Airbnb, Booking ve Expedia gibi önde gelen çevrimiçi platformlar üzerinden toplam 258,8 milyon geceleme gerçekleştirdi.

Açıklanan resmi verilere göre, 2026 yılının ikinci çeyreğinde kaydedilen toplam misafir gecelermeleri, bir önceki yılın aynı dönemine (2025 yılı 2. çeyreği) kıyasla %5,3 oranında bir artış sergileyerek 13,1 milyonluk net bir artışa işaret etti. Pazarın orta vadeli gelişimine bakıldığında ise söz konusu çeyrekteki hacmin, 2024 yılının aynı çeyreğine oranla %23,9 artış kaydettiği ve iki yıllık süreçte 50,0 milyon ek geceleme hacmine ulaşıldığı görölmektedir. Bu göstergeler, kısa süreli konaklama segmentinin Avrupa genelindeki konaklama pazarındaki payını kalıcı ve istikrarlı biçimde artırdığını doğruluyor.

Eurostat'ın çevrimiçi rezervasyon kanalları üzerinden toplanan aylık veri akışına dayandırdığı bülten kapsamında, ulusal ve bölgesel ölçekli detaylar da kamuoyuyla paylaşıldı. Bu çerçevede, 2026 yılının ilk çeyreğine ilişkin bölgesel veriler incelendiğinde, seyahat severlerin yoğun ilgi gösterdiği destinasyonlar arasında İspanya ve Fransa öne çıkıyor. Yılın ilk çeyreğinde platformlar üzerinden yapılan kısa dönemli konaklamalarda en yüksek talebi gören destinasyonların başında, her biri yaklaşık 8,8 milyon geceleme hacmine ulaşan İspanya'nın Kanarya Adaları (Canarias) ve Endülüs (Andalucía) bölgeleri ile Fransa'nın Rhône-Alpes bölgesi yer aldı. Bu bölgeleri, her biri 8,3 milyon civarında geceleme ev sahipliği yapan Fransa ve İspanya'nın önde gelen diğer turizm merkezleri takip etti.

Pazarın hem ulusal hem de bölgesel bazdaki dinamiklerini yansıtan bu veriler, geleneksel konaklama sektörü ile alternatif kısa dönemli kiralama platformları arasındaki dengeyi ve tüketici eğilimlerindeki yapısal dönüşümü izlemek adına kritik bir gösterge niteliği taşımaktadır.

TÜRKİYE TURİZM VERİLERİ





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 gerçekleşti.

2026 yılının ocak – temmuz döneminde ise; geçtiğimiz yıla oranla %0,27'lik bir düşüşle ülkemize gelen toplam yabancı ziyaretçi sayısı 27 milyon 863 bin 612 olarak gerçekleşmiştir.

2026 yılının ağustos ayında ülkemize gelen toplam yabancı ziyaretçi sayısı, geçtiğimiz yılın aynı dönemi ile karşılaştırıldığında %0,03 oranında bir düşüşle 6 milyon 963 bin 065 olarak gerçekleşmiştir. 2026 yılının ocak – ağustos döneminde ise; geçtiğimiz yıla oranla %1,84'lük bir düşüşle ülkemize gelen toplam yabancı ziyaretçi sayısı 34 milyon 826 bin 677 olarak gerçekleşmiştir.

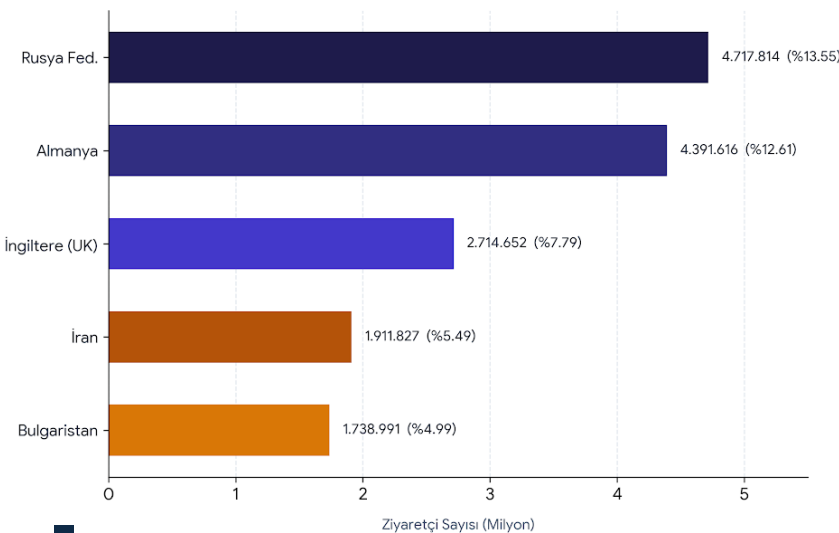
Buna bağlı olarak; ocak - ağustos döneminde ülkemize gelen 34 milyon 826 bin 677 yabancı ziyaretçinin en çok giriş yaptıkları sınır kapılarının bağlı olduğu iller sıralaması aşağıda belirtildiği gibidir.

- İstanbul %35,82 (12 milyon 473 bin 679)
- Antalya %29,52 (10 milyon 282 bin 502)
- Edirne %8,46 (2 milyon 946 bin 599)
- Muğla %6,73 (2 milyon 344 bin 464)
- İzmir %3,10 (1 milyon 081 bin 226)

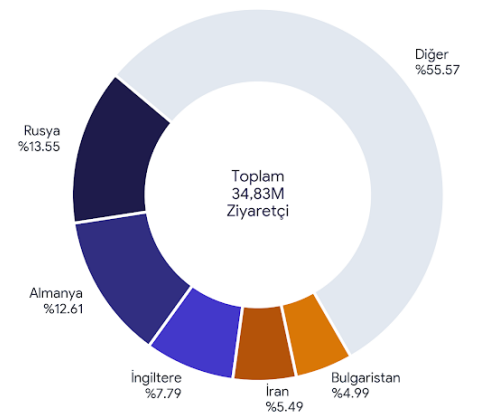
Ülkemize En Fazla Ziyaretçi Gönderen Ülkeler;

2026 yılı ocak - ağustos döneminde Ülkemize en çok ziyaretçi gönderen ülke sıralamasında Rusya Fed. %13,55 (4 717 814) ile birinci, Almanya %12,61 (4 391 616) ile ikinci, İngiltere (Birleşik Krallık) %7,79 (2 714 652) ile üçüncü sıradadır. İngiltere (Birleşik Krallık) ülkesini İran ve Bulgaristan izlemektedir.

İlk 5 Kaynak Pazar Ziyaretçi Hacmi



Toplam Ziyaretçiler İçindeki Milliyet Payları



Ocak – Ağustos Aylarında Ülkemize Gelen Yabancı Ziyaretçi Sayıları

MİLLİYET	YILLAR			MİLLİYET PAYI (%)			% DEĞİŞİM ORANI	
	2024	2025	2026	2024	2025	2026	2025/2024	2026/2025
Almanya	4 385 331	4 400 592	4 391 616	12,25	12,40	12,61	0,35	-0,20
Avusturya	404 993	418 477	406 570	1,13	1,18	1,17	3,33	-2,85
Belçika	466 448	452 844	434 891	1,30	1,28	1,25	-2,92	-3,96
Çek Cumhuriyeti (Çekya)	302 584	292 427	275 469	0,85	0,82	0,79	-3,36	-5,80
Danimarka	247 638	234 759	223 562	0,69	0,66	0,64	-5,20	-4,77
Finlandiya	80 948	84 108	82 204	0,23	0,24	0,24	3,90	-2,26
Fransa	794 320	796 732	745 992	2,22	2,25	2,14	0,30	-6,37
Hollanda	955 610	934 539	932 119	2,67	2,63	2,68	-2,20	-0,26
İngiltere (Birleşik Krallık)	3 102 412	3 002 928	2 714 652	8,67	8,46	7,79	-3,21	-9,60
İrlanda	135 604	156 055	145 443	0,38	0,44	0,42	15,08	-6,80
İspanya	253 816	298 987	299 314	0,71	0,84	0,86	17,80	0,11
İsveç	292 414	294 110	304 898	0,82	0,83	0,88	0,58	3,67
İsviçre	253 310	251 566	243 758	0,71	0,71	0,70	-0,69	-3,10
İtalya	461 698	548 736	541 293	1,29	1,55	1,55	18,85	-1,36
İzlanda	3 000	3 975	3 814	0,01	0,01	0,01	32,50	-4,05
Lüksemburg	12 124	13 659	12 463	0,03	0,04	0,04	12,66	-8,76
Macaristan	172 912	181 955	201 481	0,48	0,51	0,58	5,23	10,73
Norveç	162 758	153 643	150 557	0,45	0,43	0,43	-5,60	-2,01
Polonya	1 327 953	1 358 415	1 305 414	3,71	3,83	3,75	2,29	-3,90
Portekiz	76 145	84 509	82 364	0,21	0,24	0,24	10,98	-2,54
Slovakya	217 942	210 593	187 488	0,61	0,59	0,54	-3,37	-10,97
Yunanistan	461 776	406 914	386 401	1,29	1,15	1,11	-11,88	-5,04
TOPLAM AFRIKA	959 011	896 266	912 288	2,68	2,53	2,62	-6,54	1,79

MİLLİYET	YILLAR			MİLLİYET PAYI (%)			% DEĞİŞİM ORANI	
	2024	2025	2026	2024	2025	2026	2025/2024	2026/2025
Arnavutluk	112 726	111 092	112 371	0,31	0,31	0,32	-1,45	1,15
Bosna Hersek	136 576	128 101	119 186	0,38	0,36	0,34	-6,21	-6,96
Bulgaristan	1 871 827	1 746 585	1 738 991	5,23	4,92	4,99	-6,69	-0,43
Estonya	63 242	66 810	63 737	0,18	0,19	0,18	5,64	-4,60
Güney Kıbrıs Rum Kesimi	12 043	10 922	10 116	0,03	0,03	0,03	-9,31	-7,38
Hırvatistan	47 802	49 908	46 916	0,13	0,14	0,13	4,41	-6,00
Karadağ	21 327	19 973	18 921	0,06	0,06	0,05	-6,35	-5,27
Kosova	136 495	133 774	132 293	0,38	0,38	0,38	-1,99	-1,11
Kuzey Makedonya Cumhuriyeti	157 368	160 121	153 293	0,44	0,45	0,44	1,75	-4,26
Letonya	77 295	80 842	77 556	0,22	0,23	0,22	4,59	-4,06
Litvanya	180 139	193 163	171 322	0,50	0,54	0,49	7,23	-11,31
Malta	10 242	10 017	9 632	0,03	0,03	0,03	-2,20	-3,84
Romanya	833 313	835 516	782 714	2,33	2,35	2,25	0,26	-6,32
Sırbistan	237 730	216 526	202 340	0,66	0,61	0,58	-8,92	-6,55
Slovenya	37 974	37 534	35 512	0,11	0,11	0,10	-1,16	-5,39
DIĞ. AVRUPA OECD DIŞI ÜLKELERİ	2 324	2 578	2 564	0,01	0,01	0,01	10,93	-0,54
TOPLAM AVRUPA OECD DIŞI	3 938 423	3 803 462	3 677 464	11,00	10,72	10,56	-3,43	-3,31
TOPLAM AFRIKA	959 011	896 266	912 288	2,68	2,53	2,62	-6,54	1,79

MİLLİYET	YILLAR			MİLLİYET PAYI (%)			% DEĞİŞİM ORANI	
	2024	2025	2026	2024	2025	2026	2025/2024	2026/2025
Arjantin	34 499	47 769	38 209	0,10	0,13	0,11	38,46	-20,01
Brezilya	77 198	78 585	82 850	0,22	0,22	0,24	1,80	5,43
Kolombiya	45 739	55 754	55 465	0,13	0,16	0,16	21,90	-0,52
Şili	15 059	22 269	20 635	0,04	0,06	0,06	47,88	-7,34
Venezuela	17 554	20 054	13 473	0,05	0,06	0,04	14,24	-32,82
DİĞ. GÜNEY AMERİKA ÜLKELERİ	36 101	37 133	36 018	0,10	0,10	0,10	2,86	-3,00
TOPLAM GÜNEY AMERİKA	226 150	261 564	246 650	0,63	0,74	0,71	15,66	-5,70
TOPLAM KUZEY AMERİKA	28 965	23 585	18 869	0,08	0,07	0,05	-18,57	-20,00
TOPLAM ORTA AMERİKA	18 431	20 432	17 756	0,05	0,06	0,05	10,86	-13,10
TOPLAM AMERİKA	273 546	305 581	283 275	0,76	0,86	0,81	11,71	-7,30

MİLLİYET	YILLAR			MİLLİYET PAYI (%)			% DEĞİŞİM ORANI	
	2024	2025	2026	2024	2025	2026	2025/2024	2026/2025
Bangladeş	17 722	18 905	16 732	0,05	0,05	0,05	6,68	-11,49
Çin Halk Cumhuriyeti	268 252	269 045	363 562	0,75	0,76	1,04	0,30	35,13
Endonezya	126 407	136 929	119 695	0,35	0,39	0,34	8,32	-12,59
Filipinler	88 067	85 233	81 673	0,25	0,24	0,23	-3,22	-4,18
Hindistan	220 029	173 689	136 674	0,61	0,49	0,39	-21,06	-21,31
İran	2 101 847	1 944 968	1 911 827	5,87	5,48	5,49	-7,46	-1,70
Malezya	54 350	61 063	58 615	0,15	0,17	0,17	12,35	-4,01
Pakistan	89 438	92 776	100 236	0,25	0,26	0,29	3,73	8,04
Singapur	20 114	20 553	19 344	0,06	0,06	0,06	2,18	-5,88
Tayland	29 134	32 737	25 317	0,08	0,09	0,07	12,37	-22,67
DİĞ. GÜNEY ASYA ÜLKELERİ	155 556	165 096	173 958	0,43	0,47	0,50	6,13	5,37
TOPLAM GÜNEY ASYA	3 170 916	3 000 994	3 007 633	8,86	8,46	8,64	-5,36	0,22
TOPLAM AFRİKA	959 011	896 266	912 288	2,68	2,53	2,62	-6,54	1,79

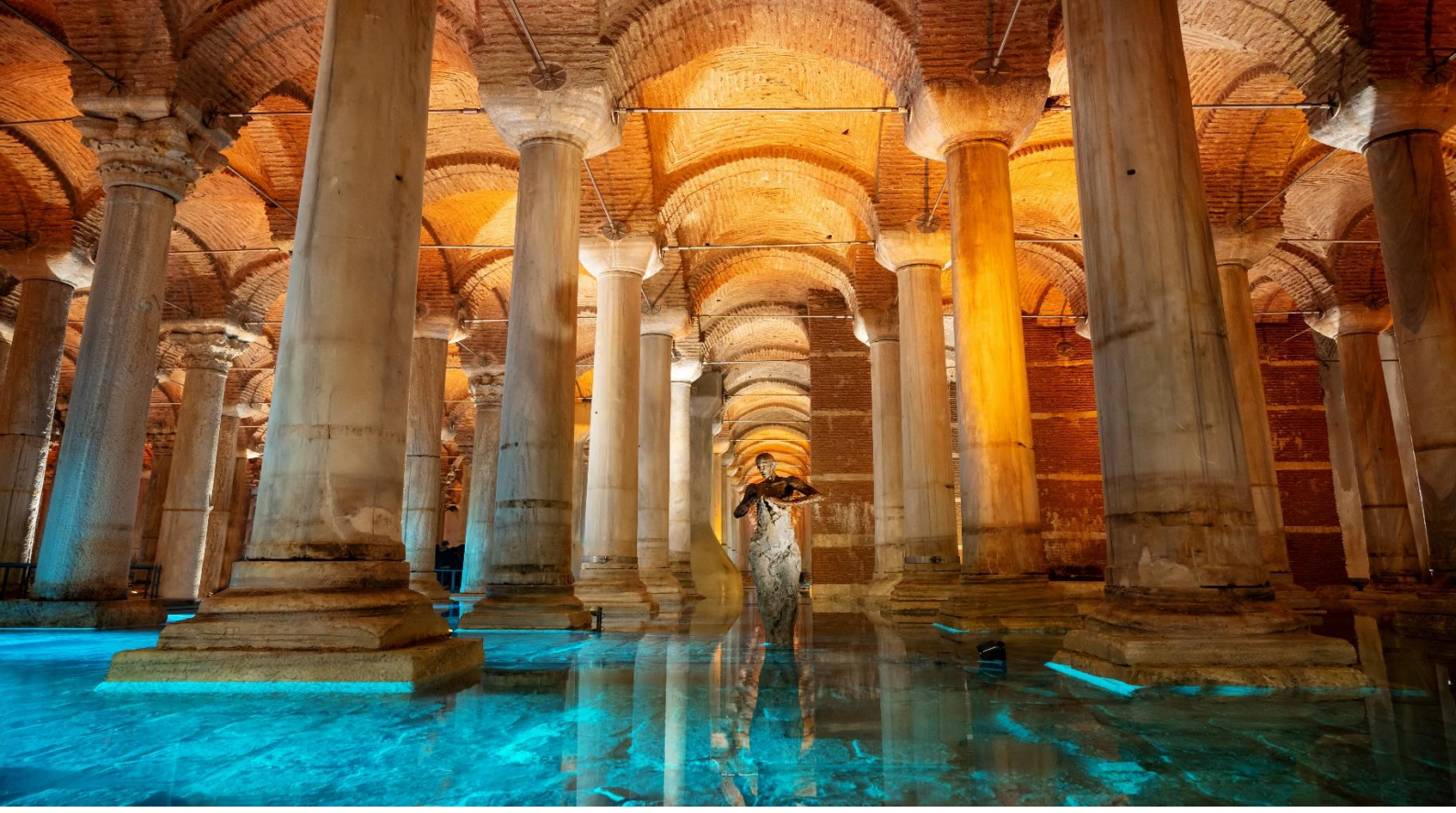
MİLLİYET	YILLAR			MİLLİYET PAYI (%)			% DEĞİŞİM ORANI	
	2024	2025	2026	2024	2025	2026	2025/2024	2026/2025
Azerbaycan	658 378	638 707	639 725	1,84	1,80	1,84	-2,99	0,16
Beyaz Rusya (Belarus)	226 432	215 452	204 825	0,63	0,61	0,59	-4,85	-4,93
Ermenistan	21 272	19 103	23 391	0,06	0,05	0,07	-10,20	22,45
Gürcistan	1 003 932	875 294	896 574	2,80	2,47	2,57	-12,81	2,43
Kazakistan	667 831	573 931	603 619	1,87	1,62	1,73	-14,06	5,17
Kırgızistan	126 236	131 979	141 481	0,35	0,37	0,41	4,55	7,20
Moldova	231 915	247 030	205 763	0,65	0,70	0,59	6,52	-16,71
Özbekistan	381 839	444 681	496 495	1,07	1,25	1,43	16,46	11,65
Rusya Fed.	4 550 588	4 554 395	4 717 814	12,71	12,84	13,55	0,08	3,59
Tacikistan	25 742	14 833	16 451	0,07	0,04	0,05	-42,38	10,91
Türkmenistan	102 176	126 090	151 887	0,29	0,36	0,44	23,40	20,46
Ukrayna	637 466	688 333	725 362	1,78	1,94	2,08	7,98	5,38
TOPLAM AFRİKA	959 011	896 266	912 288	2,68	2,53	2,62	-6,54	1,79

MİLLİYET	YILLAR			MİLLİYET PAYI (%)			% DEĞİŞİM ORANI	
	2024	2025	2026	2024	2025	2026	2025/2024	2026/2025
Cezayir	206 677	208 517	214 895	0,58	0,59	0,62	0,89	3,06
Fas	158 377	153 037	146 334	0,44	0,43	0,42	-3,37	-4,38
Güney Afrika Cumhuriyeti	44 539	46 055	39 712	0,12	0,13	0,11	3,40	-13,77
Libya	147 250	122 170	105 234	0,41	0,34	0,30	-17,03	-13,86
Mısır	146 044	133 775	165 957	0,41	0,38	0,48	-8,40	24,06
Sudan	9 651	9 851	9 699	0,03	0,03	0,03	2,07	-1,54
Tunus	121 551	101 529	106 602	0,34	0,29	0,31	-16,47	5,00
DİĞ. AFRİKA ÜLKELERİ	124 922	121 332	123 855	0,35	0,34	0,36	-2,87	2,08
TOPLAM AFRİKA	959 011	896 266	912 288	2,68	2,53	2,62	-6,54	1,79

MİLLİYET	YILLAR			MİLLİYET PAYI (%)			% DEĞİŞİM ORANI	
	2024	2025	2026	2024	2025	2026	2025/2024	2026/2025
Bahreyn	45 890	36 463	23 832	0,13	0,10	0,07	-20,54	-34,64
Birleşik Arap Emirlikleri	69 647	67 480	45 833	0,19	0,19	0,13	-3,11	-32,08
Irak	635 497	691 291	691 489	1,77	1,95	1,99	8,78	0,03
İsrail	57 664	81 578	87 950	0,16	0,23	0,25	41,47	7,81
Katar	42 869	38 612	28 524	0,12	0,11	0,08	-9,93	-26,13
Kuveyt	213 539	163 398	92 354	0,60	0,46	0,27	-23,48	-43,48
Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti	178 385	199 880	216 713	0,50	0,56	0,62	12,05	8,42
Lübnan	189 294	159 152	148 166	0,53	0,45	0,43	-15,92	-6,90
Suudi Arabistan	654 391	688 040	612 038	1,83	1,94	1,76	5,14	-11,05
Ürdün	221 485	193 836	174 779	0,62	0,55	0,50	-12,48	-9,83
Yemen	21 385	19 822	18 077	0,06	0,06	0,05	-7,31	-8,80
DİĞ. BATI ASYA ÜLKELERİ	293 188	252 887	272 508	0,82	0,71	0,78	-13,75	7,76
TOPLAM AFRIKA	959 011	896 266	912 288	2,68	2,53	2,62	-6,54	1,79

MİLLİYET	YILLAR			MİLLİYET PAYI (%)			% DEĞİŞİM ORANI	
	2024	2025	2026	2024	2025	2026	2025/2024	2026/2025
Amerika Birleşik Devletleri	943 099	1 026 835	959 130	2,63	2,89	2,75	8,88	-6,59
Avustralya	133 421	146 002	143 720	0,37	0,41	0,41	9,43	-1,56
Güney Kore	134 715	142 508	117 192	0,38	0,40	0,34	5,78	-17,76
Japonya	82 496	104 212	84 485	0,23	0,29	0,24	26,32	-18,93
Kanada	190 894	203 297	209 176	0,53	0,57	0,60	6,50	2,89
Meksika	89 239	91 899	71 159	0,25	0,26	0,20	2,98	-22,57
Yeni Zelanda	22 678	26 031	24 385	0,06	0,07	0,07	14,79	-6,32
TOPLAM DİĞER OECD	1 596 542	1 740 784	1 609 247	4,46	4,91	4,62	9,03	-7,56
TOPLAM MİLLİYETSİZ	35 968	30 565	28 722	0,10	0,09	0,08	-15,02	-6,03
TOPLAM OKYANUSYA	691	772	635	0,00	0,00	0,00	11,72	-17,75
YABANCI TOPLAM	35 803 874	35 481 223	34 826 677	100,00	100,00	100,00	-0,90	-1,84





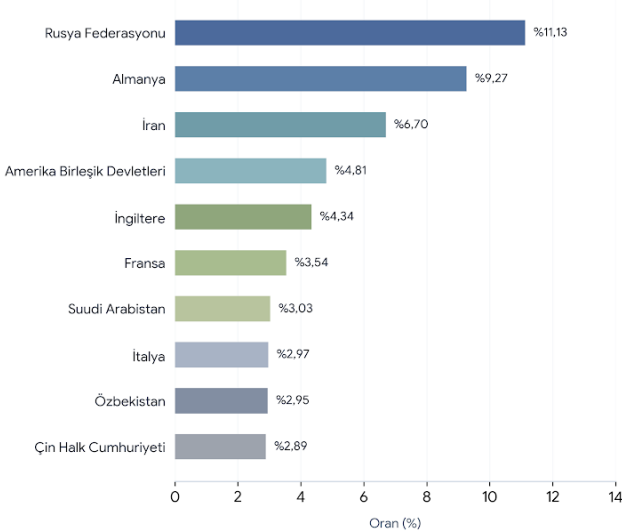
En Çok Ziyaretçi Ağırlayan 5 İlimizin Turizm Verileri

İSTANBUL

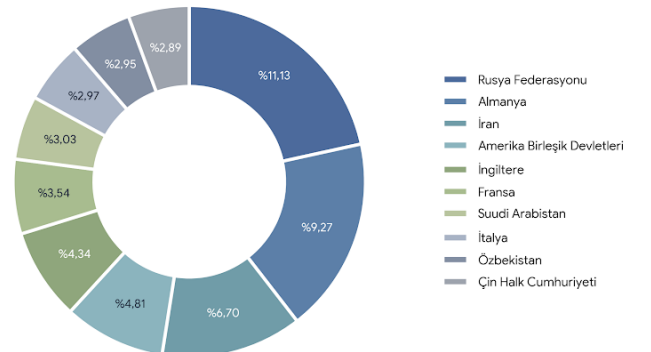
İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından açıklanan verilere göre, 2026 yılının ağustos ayında İstanbul'a gelen ziyaretçi sayısı %4,12 oranında artış sağlayarak 1 milyon 929bin 358 olarak gerçekleşmiştir. 2026 yılının ocak – ağustos aylarında ise; %0,86 oranında bir artışla 12 milyon 473 bin 679 olarak gerçekleşti.

2026 Ağustos döneminde havayolu ile giriş yapan yabancı ziyaretçi sayısı 2025'in aynı dönemine göre %6,27 oranında artarak 1.873.770 ziyaretçi olarak gerçekleşmiştir. Havayolu ile giriş yapan yabancıların %70,75'i İstanbul Havalimanını, %29,17'si Sabiha Gökçen Havalimanını kullanmışlardır. Denizyolu ile geliş ise 55.588 ziyaretçi ile %38,12 oranında azalış göstermiştir.

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



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

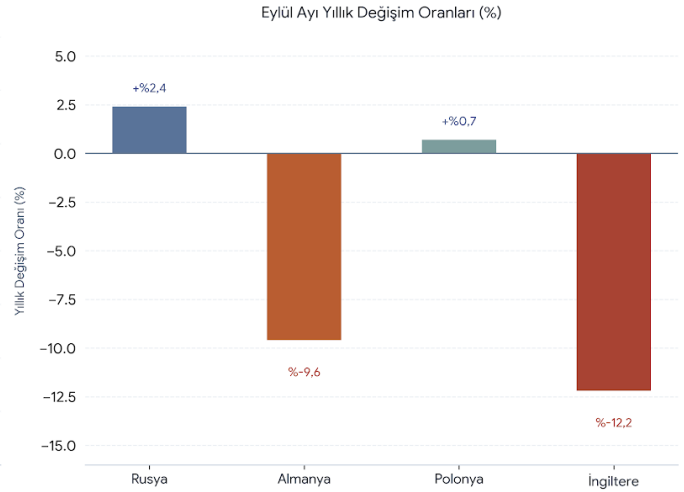
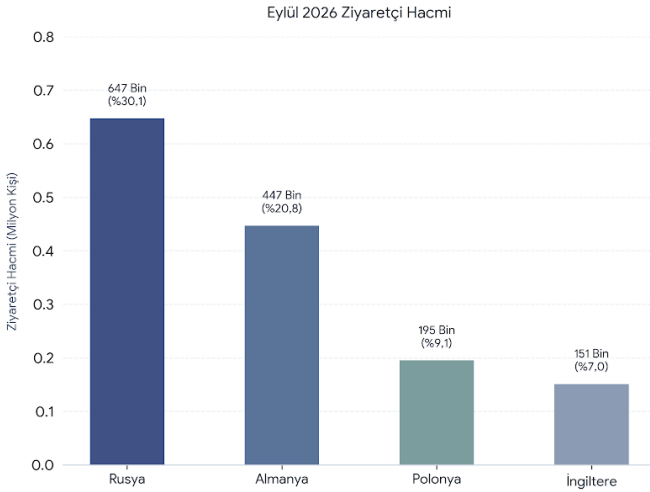


ANTALYA

2026 yılı Eylül ayında Antalya'ya (havalimanı dış hatlar girişleri bazında) toplam 2 milyon 147 bin 743 yabancı turist giriş yaptı. Eylül ayı verileri, kaynak pazarların performansında belirgin bir ayrışmaya işaret ederken; Rusya pazarındaki yükselişe karşın Avrupa pazarındaki daralma öne çıktı.

Antalya, 2026 yılı **ocak – eylül** döneminde havalimanı dış hatlar üzerinden gelen toplam **13 milyon 150 bin 888** yabancı ziyaretçi ağırlamıştır.

Antalya Turizmi | Eylül 2026 Pazar Performansı ve Yıllık Değişimler



Rusya Federasyonu Liderliğini Pekiştirdi: Eylül ayında Antalya'nın en büyük kaynak pazarı olmayı sürdüren Rusya'dan 647 bin 134 turist geldi (%2,4 artış). Rusya'nın toplam yabancı turistler içerisindeki payı %30,13 seviyesine ulaştı.

Almanya ve İngiltere'de Geri Çekilme: Almanya'dan gelen ziyaretçi sayısı geçen yılın aynı ayına kıyasla %9,6 azalarak 447 bin 483 kişi (%20,84 pay) oldu. İngiltere pazarında ise %12,2'lik bir düşüşle ziyaretçi sayısı 150 bin 835'e (%7,02

pay) geriledi. İki pazardaki toplam kayıp 68 bin 535 ziyaretçiye ulaştı.

Polonya Güçlü Konumunu Koruyor: Antalya'nın son yıllarda en istikrarlı büyüyen pazarlarından Polonya, Eylül ayında 195 bin 329 turist (%0,7 artış) ve %9,09'luk pay ile İngiltere'nin önünde 3. sıradaki yerini korudu.

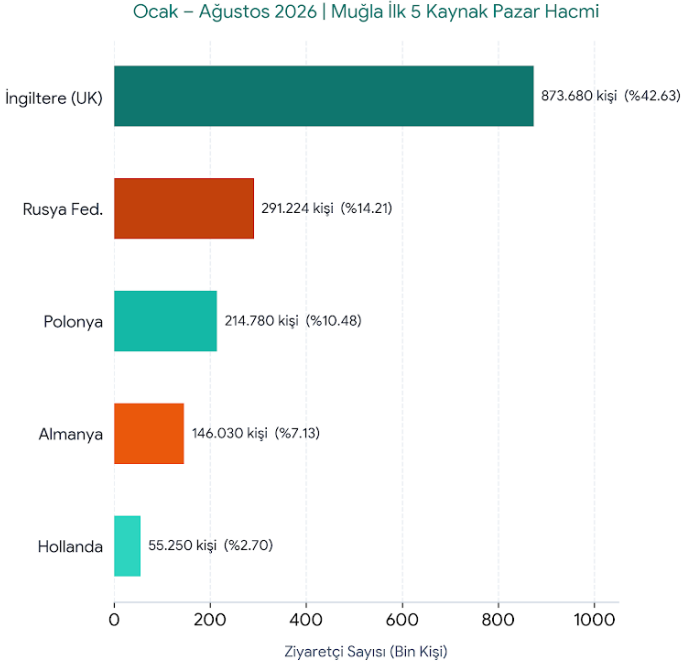
Genel Pazar Konsantrasyonu: İlk 4 büyük kaynak pazar (Rusya, Almanya, Polonya ve İngiltere), Eylül ayında kente gelen tüm yabancı ziyaretçilerin %67,08'ini (1 milyon 440 bin 781 kişi) oluşturdu.



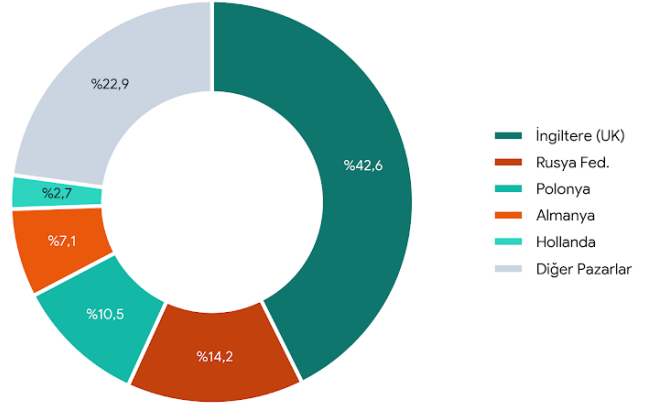
MUĞLA

Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü hudut kapıları resmi giriş verilerine göre, 2026 yılının Ocak–Ağustos döneminde Muğla sınır kapılarından (havalimanları ve deniz limanları) toplam 2 milyon 353 bin 203 yolcu girişi gerçekleşti. Bu hacmin 2 milyon 49 bin 260'ını (%87,08) yabancı turistler oluştururken, 303 bin 943'ünü (%12,92) yurt dışında ikamet eden Türk vatandaşları teşkil etti.

Geçtiğimiz yılın aynı dönemiyle (2025 ilk 8 ay: 2.494.898) karşılaştırıldığında genel girişlerde %5,68'lik (141.695 kişi) sınırlı bir gerileme izlendi. Yüksek sezonun tepe noktası olan ağustos ayında ise 557 bin 434 yabancı ve 94 bin 13 Türk vatandaşı olmak üzere toplam 651 bin 447 ziyaretçi Muğla kapılarından giriş yaptı.



Muğla Yabancı Ziyaretçi Dağılım Payları
(Toplam 2,05 Milyon Yabancı Turist)



Pazar yapısında Muğla, Türkiye genelinden ve Antalya profilinden tamamen ayrılarak **İngiltere (Birleşik Krallık)** pazarındaki mutlak hakimiyetini sürdürdü. İngiltere tek başına toplam yabancı ziyaretçilerin **%42,63'ünü (873.680 turist)** oluştururken; Rusya Federasyonu %14,21, Polonya %10,48 ve Almanya %7,13 pay ile sıralandı.



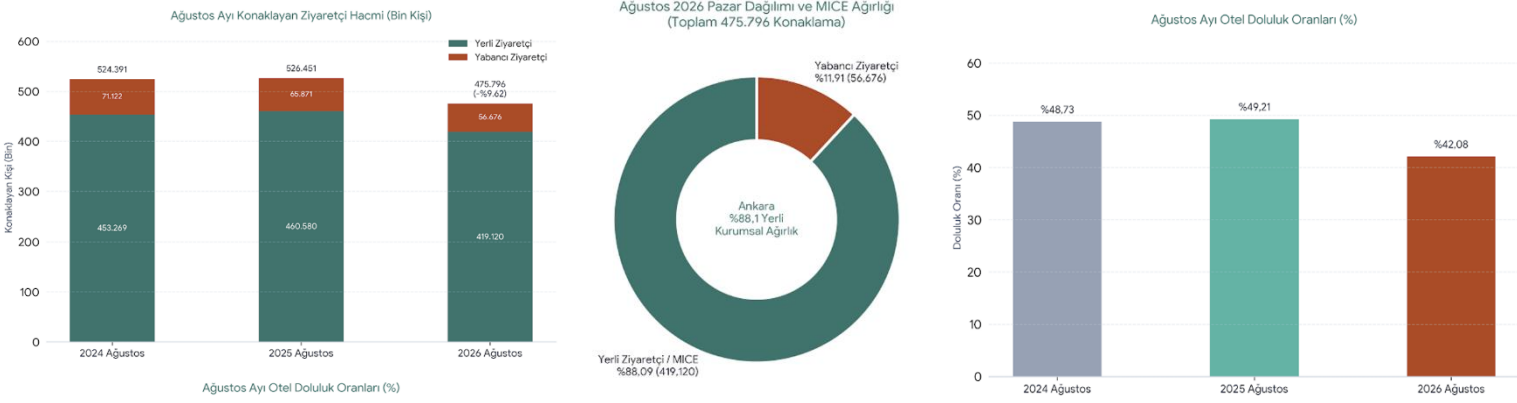
ANKARA

Ankara İl Emniyet Müdürlüğü resmi konaklama verilerine göre, Başkentteki konaklama tesislerinde 2026 yılı ağustos ayında 419 bin 120'si yerli ve 56 bin 676'sı yabancı olmak üzere toplam 475 bin 796 kişi ağırlandı.

Yaz tatili dönemi dolayısıyla kamu kurumlarının çalışma takviminin rölantiye girmesi, üniversitelerin tatilde oluşu ve kurumsal kongre, seminer ile teşvik toplantılarını kapsayan MICE (Toplantı ve Etkinlik) trafiğinin sezonluk dip seviyesini görmesi, kentin konaklama hacminde geçtiğimiz yılların gerisinde kalınmasına neden oldu. Bir önceki yılın aynı ayı ile kıyaslandığında toplam konaklayan sayısında %9,62'lik (50.655 kişi), toplam geceleme hacminde ise %9,83'lük daralma kaydedildi.

Ziyaretçi başına ortalama kalış süresi ise Ankara'nın iş ve bürokrasi odaklı dinamiklerini yansıtarak 1,57 gece seviyesinde yatay seyrini sürdürdü.

2025 yılında 526 bin bandında yatay kalan konaklama trafiği, 2026 Ağustos ayında **%9,62 oranında (50.655 kişi)** gerilemiştir. Yerli ziyaretçi sayısında **%9,00'luk (41.460 kişi)** kayıp yaşanırken, yabancı ziyaretçi hacmi **%13,96 azalışla** 56 bin seviyesine inmiştir.



KONAKLAMA VERİLERİ

Kültür ve Turizm Bakanlığı belgeli konaklama tesisleri verilerine göre, 2026 yılının en yoğun aylarından olan Ağustos'ta Türkiye genelinde tesislere toplam **14 milyon 336 bin 497** kişi giriş yaptı.

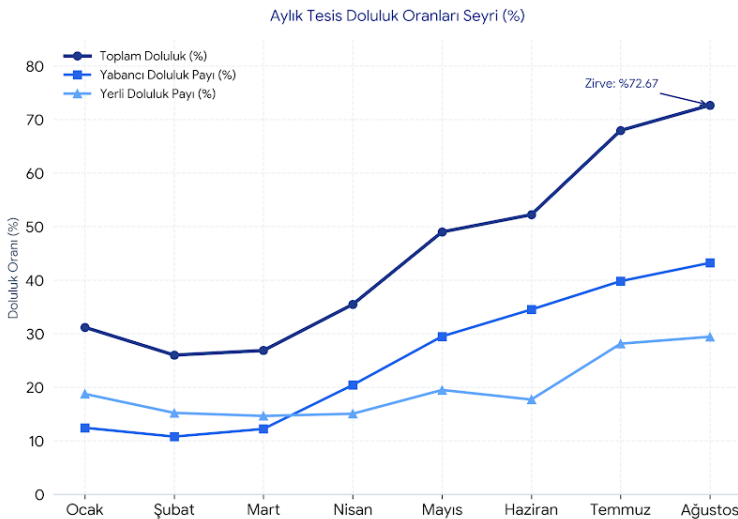
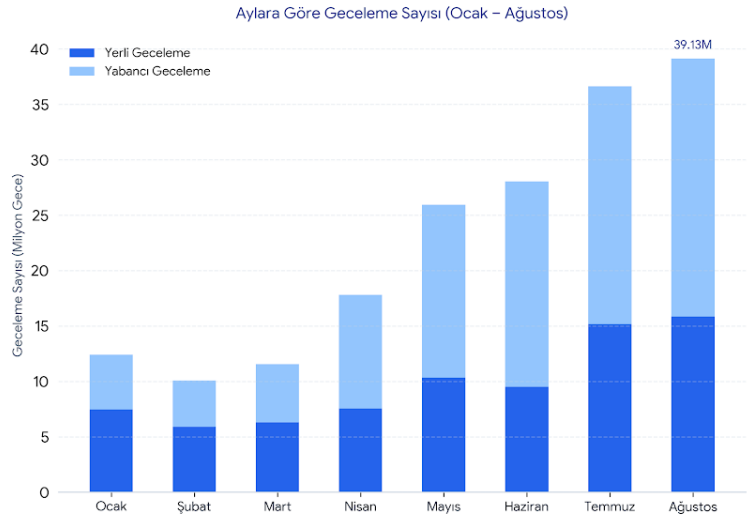
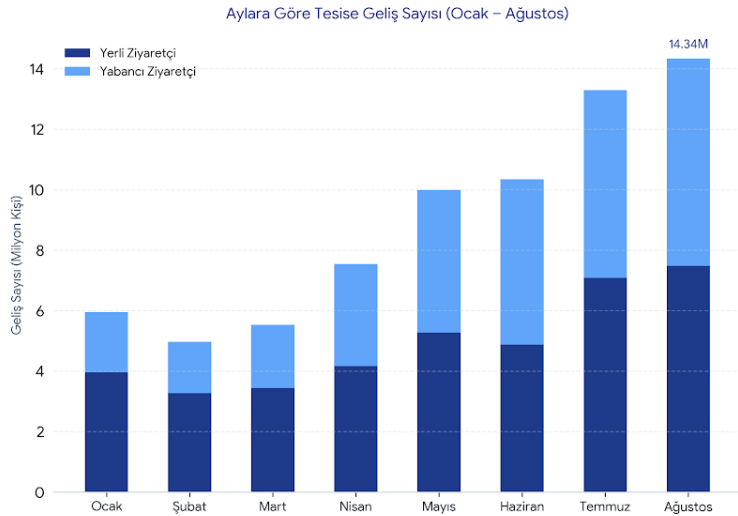
Tesislerde gerçekleşen toplam geceleme sayısı **39 milyon 131 bin 166** geceye ulaşırken, tesis doluluk oranı %72,67 ile yılın en yüksek seviyesine çıktı. Ağustos ayında konaklama hacminin taşıyıcı gücünü yabancı ziyaretçiler oluşturdu:

Geliş Sayısı: Tesise gelenlerin 7 milyon 486 bin 933'ü (%52,22) yerli, 6 milyon 849 bin 564'ü (%47,78) yabancı misafirlerden oluştu.

Geceleme Ağırlığı: Yabancı ziyaretçilerin ortalama kalış süresinin 3,40 güne çıkmasıyla (yerli ziyaretçi: 2,12 gün), toplam 39,13 milyon geceleminin 23 milyon 279 bin 336'sını (%59,49) yabancılar gerçekleştirdi.

Doluluk Katkısı: Toplam %72,67'lik doluluğun %43,23 puanı yabancı, %29,44 puanı ise yerli misafir kaynaklı oldu.

Yılın ilk 8 aylık kümülatif döneminde (Ocak – Ağustos) ise Bakanlık belgeli tesislere toplam 71 milyon 992 bin 115 geliş kaydedildi. 8 aylık toplam geceleme sayısı 181 milyon 556 bin 879 olurken, dönem ortalaması doluluk oranı %47,04, ortalama kalış süresi ise 2,52 gün olarak gerçekleşti.



Ağustos 2026 Geceleme Hacmi Dağılımı
(Toplam 39,13 Milyon Geceleme)

