

Bülten

MART
2025

Sektörel Rehberiniz



SEKTÖREL HABER VE ANALİZLER

GEZGİNLER, DÜŞÜNÜRLER VE

FESTİVALLER ÜLKESİ
ALMANYA

İTB TURİZM FUARI

İSPANYA TURİZMİNDE YENİ
KURALLAR

10 ÜLKE ANALİZİ



AKDENİZ TURİSTİK OTELCİLER VE İŞLETMECİLER BİRLİĞİ
MEDITERRANEAN TOURISTIC HOTELIERS & INVESTORS ASSOCIATION

İçerik

- | | |
|----|--|
| 03 | ITB TURİZM FUARI
Kaan Kavaloğlu
AKTOB Yönetim Kurulu Başkanı |
| 06 | ALMANYA KAYNAK PAZAR ANALİZİ
Türkiye ve Antalya Turizmindeki Yeri |
| 12 | İSPANYA TURİZMİ
2025 YILI YENİ KURALLAR
Vergiler, Yasaklar ve Turizm Konutları |
| 14 | EN FAZLA ZİYARETÇİ GÖNDEREN
10 ÜLKE TALEP GRAFİĞİ
2014-2024 Turizm Verileri |
| 19 | Antalya Turizm Verileri
2025 OCAK-ŞUBAT |

EDİTÖR
YELDA KARACA
yelda.karaca@aktob.org.tr

ITB BERLİN

2025 yılında, turizm sektöründe büyüme hedeflerimiz yüksek ve bu hedeflere ulaşmak için mevcut riskleri iyi yönetmemiz ve küresel trendleri yakından takip etmemiz gerekiyor.

Bu çerçevede, küresel olarak turizm sektörünü bir araya getiren en büyük turizm fuarı olan ITB Berlin'de yönetim kurulu üyelerimizle çalışmalarda bulunduk.

Genel olarak olumlu izlenimlerle döndüğümüz ITB Berlin Turizm Fuarı turizm sektörünün mevcut durumunu ve gelecekteki yönelimlerini yansıtan önemli bir platform oldu. Sürdürülebilirlik ve dijitalleşme konuları, sektörün odak noktası olarak öne çıktı.

Turizm harcaması ve seyahat sayıları bakımından en büyük hacimli kaynak pazarlardan olan Almanya, tüm dünya destinasyonlarının olduğu gibi Türk turizmcisinin de yakından izlediği bir ülke.

Bu sayımızda kapsamlı olarak ele aldığımız Almanya ve diğer pazarların geliştirilmesi yönünde çalışmalarımız devam edecektir.

Mart sayımızı sizlerin de faydasına sunuyor, güzel bir sezon başlangıcı geçirmenizi diliyorum.



AKTOB
YÖNETİM KURULU BAŞKANI

ITB BERLİN 2025



4-6 Mart 2025 tarihleri arasında Berlin'de düzenlenen ITB Berlin 2025 Turizm Fuarı, dünya genelinden turizm profesyonellerini bir araya getirerek sektördeki son gelişmeleri ve trendleri tartışma fırsatı sundu. Fuar, 170'ten fazla ülkeden 5.800'den fazla firmanın katılımıyla gerçekleşti.

Türkiye'den 137 turizm şirketinin katıldığı fuarda, macera turizmi, iş turizmi, e-turizm, kültür turizmi, eğitim ve istihdam turizmi, seyahat teknolojisi, gençlik seyahati ve ekonomik konaklama gibi konular ele alındı.

Fuar boyunca 17 farklı alanda düzenlenen 200'den fazla oturumda, küresel turizmin başlıca zorlukları, güncel sosyal ve ekonomik gelişmeler, dijital dönüşümün sonuçları ve yapay zekânın etkisi, iklim değişikliği ve sürdürülebilir stratejiler gibi konular tartışıldı.



ITB BERLİN'DE GLOBAL TURİZM



IPK International'ın en son World Travel Monitor® bulgularına göre, küresel giden seyahatler 2024 yılında %13 artış göstererek pandemi öncesi seviyelere dönmüştür. Bu büyüme önemli ölçüde Asya'dan giden seyahatlerdeki %33'lük artıştan kaynaklandı, ancak bu artış zirve seviyelerinin %15 altında kaldı. Avrupa ve Latin Amerika çıkışlı seyahatlerin her biri %9 oranında büyürken, Kuzey Amerika %7'lik bir artışla 2019 rakamlarını aştı.

ITB Berlin ve IPK International raporuna göre; Küresel Dış Seyahat 2024'te Arttı, Meksika, İngiltere, Avusturya, Türkiye, İtalya, Amerika Birleşik Devletleri, İspanya, Almanya, Fransa ve MICE Turizm büyümeyi tetikliyor.

İspanya dünyanın en çok ziyaret edilen destinasyonu olma konumunu korurken, onu ABD, Almanya, Fransa ve İtalya takip etti. Diğer popüler destinasyonlar arasında Meksika, Türkiye, Birleşik Krallık ve Avusturya yer aldı. Eğlence amaçlı seyahatler uluslararası seyahatlerin başlıca nedeni olmaya devam ederken, güneş ve plaj tatilleri ile şehir tatilleri ortalamanın üzerinde büyüme gösterdi. Gidiş-dönüş seyahatler de popülerliğini korumuştur.

İş seyahati sektörü de, özellikle de şu anda iş seyahatlerinin yaklaşık üçte ikisini oluşturan toplantılar, teşvikler, konferanslar ve sergiler (MICE) segmenti olmak üzere genişlemiştir. "Bleisure" seyahat olarak bilinen, iş seyahatlerini boş zaman aktiviteleri ile birleştirme eğilimi önemli olmaya devam etmektedir.

Konaklama açısından, geleneksel oteller, hizmetleri ve geniş yelpazedeki teklifleri ile tercih edilen seçenek olmaya devam etmiştir. Bununla birlikte, tatil daireleri ve özel kiralamarlar gibi alternatif konaklama yerleri popülerlik kazanmaktadır. Buna ek olarak, konaklama ve ulaşım sağlayıcıları aracılığıyla doğrudan yapılan rezervasyonlarda da artış görülmüş olup, bu durum daha fazla esneklik ve rahatlık arzusunu yansıtmaktadır.

Almanya Turizm Pazarı Trendleri Büyüme ve Tahminleri

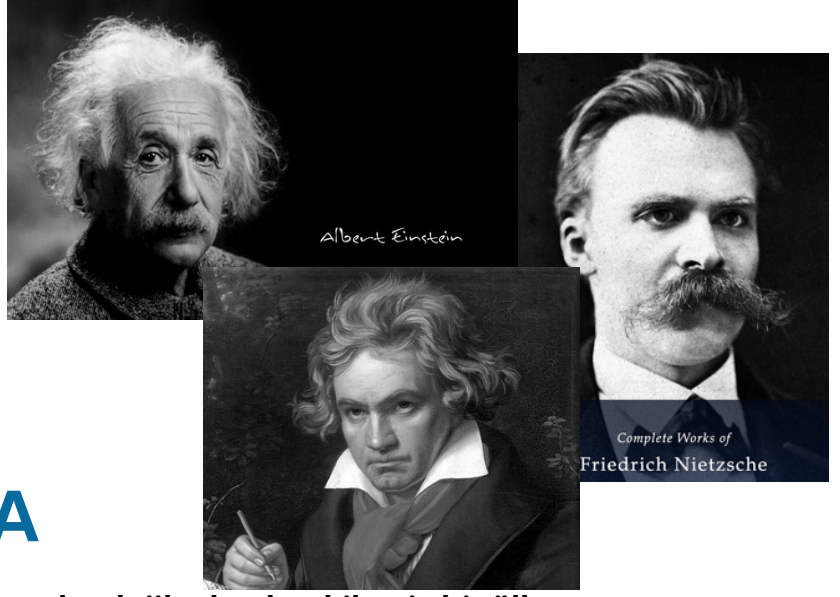


Almanlar seyahat ve keşif tutkuları ile biliniyor ve bu eğilimin sonraki yıllarda da artarak devam etmesi bekleniyor.

Almanya yüksek pazar hacmi nedeniyle, seyahat acenteleri, havayolları, konaklama sağlayıcıları ve destinasyonlar için muazzam bir potansiyel sunuyor.



GEZGİNLER, DÜŞÜNÜRLER VE FESTİVALLER ÜLKESİ ALMANYA



Almanya dünyayı kültürel, bilimsel ve teknolojik olarak etkilemiş bir ülke. Otomobil ve sanayi ürünleri, otoyolları, futbolu, tarihi kaleleri, ünlü müzeleri ve anıtlarına ek olarak dünya müziğine, edebiyatına, mimarisine ve felsefesine katkılarıyla da bilinir.

Almanya'nın Avrupa'nın kalbindeki konumu, tarihini hem iyi hem de kötü yönde şekillendirmiştir. Diğer tüm Avrupa ülkelerinden daha fazla olmak üzere dokuz komşuyla sınır komşusudur.

Almanya'nın en büyük ormanlık alanı ve en ünlüsü güneybatıda, İsviçre sınırına yakındır. Burası çam ve köknar ağaçlarıyla dolu dağlık bir bölge olan Kara Orman'dır. Bu orman, Avrupa'nın en uzun nehirlerinden biri olan Tuna'nın kaynağını barındırmaktadır. Bu uç noktalar arasında Almanya inanılmaz çeşitliliğe sahip bir ülkedir.

Bugün neredeyse her on Alman'dan biri yabancı bir ülkeden geliyor. Bu, tarihin hiçbir döneminde olmadığı kadar yüksek bir orandır. En büyük azınlık, 1950'lerde çalışmak için gelmeye başlayan Türklere'dir. Almanların yaklaşık üçte ikisi Hristiyan.

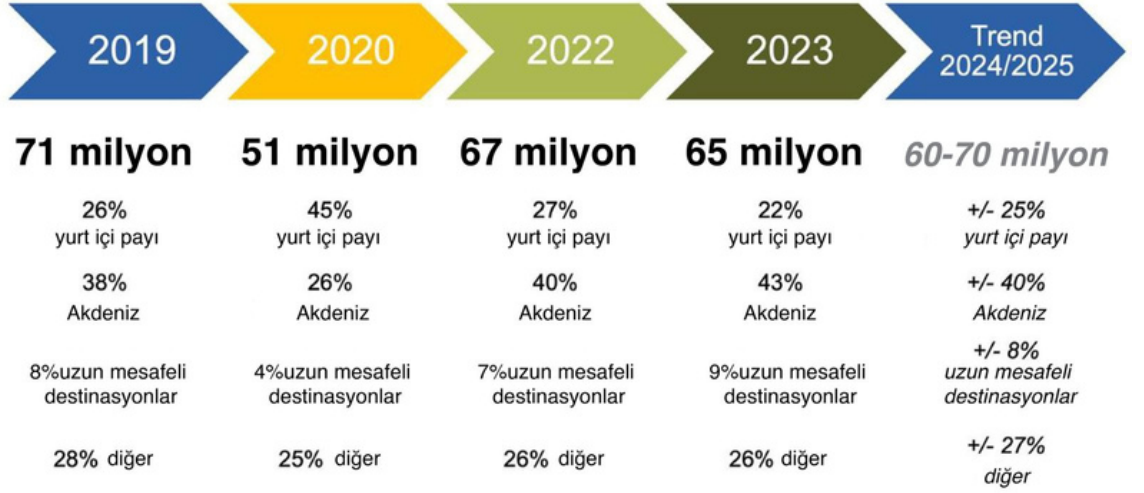
Almanya "Şairler ve Düşünürler Ülkesi" olarak anılır. Almanlar sanatın her dalında, ama özellikle klasik müzikte ünlüdür. Almanya'nın ünlü bestecileri arasında Bach, Brahms, Schumann, Wagner ve Beethoven sayılabilir.

	2023	2024 Estimated	2025 Forecast
GDP - per capita	\$53,560	\$55,426	\$57,010
GDP - YoY Growth Rate	-0.1%	-0.1%	0.6%
Exchange Rate (CAD/EUR) (annual average)	\$1.46	N/A	N/A
Unemployment Rate (annual average)	5.7%	6%	6%
Inflation Rate (annual average)	5.9%	2.2%	1.3%

ALMANYA SEYAHAT PAZARI HACMI

SONUÇ:
Tatil amaçlı seyahatlerin hacmi ve varış noktalarındaki eğilimler

RA ReiseAnalyse
2024



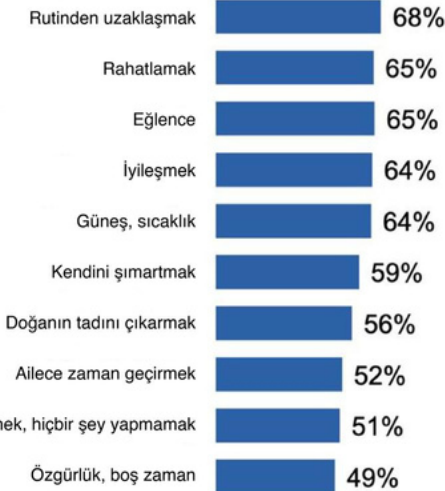
2019 yılında en yüksek rakamlara ulaşan outbound turizm verilerinin 2025 yılında aşılacağı öngörülüyor.

2023, koronavirüsten bu yana pandemi öncesi rakamların oldukça üzerinde kapanan ilk seyahat sezonu oldu.

GENEL TATİL MOTİFLERİ

Arzu ve istekler talep üzerinde dengeleyici bir etkiye sahiptir.

İlk 10 Motif



2019'dan bu yana büyüme

Merak, değişim, varış noktası ilgisi

Doğa, yeni izlenimler, kültür, yeni deneyimler, etrafı gezmek, deneyimleri başkalarıyla paylaşmak, keşfetmek

Kendine yönelim, hazcılık

Eğlence, şımartmak, güzellik, sağlık

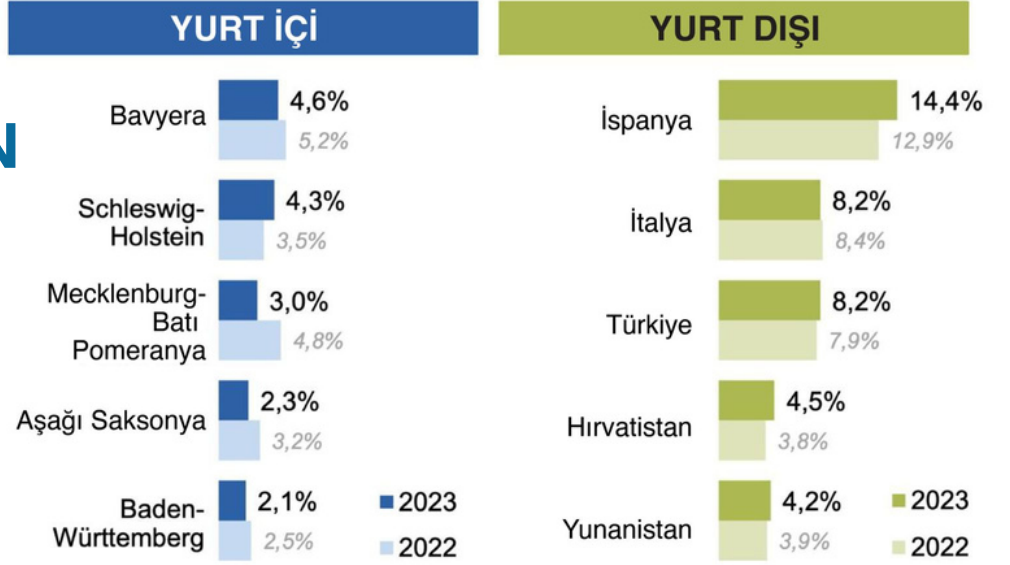
Orta ve uzun mesafeli rotalarda Akdeniz ve güneşli destinasyonlara yönelik paket tatiller, gemi turlarının yanı sıra tur operatörleri arasında en çok satılanlar oldu.

Yapılan anket çalışmasında Alman gezginlerin en baskın seyahat motivasyonu "rutinden uzaklaşmak oldu."

2024'TE TATİL SEYAHATLERİ İÇİN DESTİNASYONLAR

Bavyera Almanya'da, İspanya ise yurt dışında birinci sırada

ALMAN GEZGİNLERİN EN FAZLA ZİYARET ETTİĞİ VARİŞ YERLERİ



Almanların yüzde 71,1'inin yakın aileleriyle birlikte seyahat etmeyi tercih ettiğini ortaya koymuştur. Katılımcıların yüzde 16,3'ü için aile dostu olmak seyahat seçimlerinde önemli bir faktördür ve yüzde 17,8'i büyükanne ve büyükbabalarını da getirmektedir. Almanların yüzde 17,2'sinin yalnız seyahat etmesiyle yalnız seyahat de artıyor. Yalnız seyahat edenlerin çoğu Avrupa'yı ziyaret etmeyi (yüzde 42), Almanya içinde keşif yapmayı (yüzde 19,5) veya Asya'ya seyahat etmeyi (yüzde 10,5) tercih ediyor. Ayrıca, ankete katılanların yaklaşık üçte biri yalnız seyahat ederken güvenliğe öncelik veriyor.

Baltık Denizi Yurtiçi Seyahatlerde En Popüler Bölge

Alman gezginlerin yaklaşık dörtte biri Almanya içinde bir tatil planlıyor. Yurt içi tatili için en güçlü istek Brandenburg, Saksonya-Anhalt ve Thüringen'den gelenler arasında. En popüler yurt içi destinasyonlar Baltık Denizi (yüzde 40,1), Kuzey Denizi (yüzde 35,2) ve Konstanz Gölü (yüzde 21,8).

Bleisure seyahat ABD'de yaygın ve Almanya'da da popülerlik kazanıyor.

Güneş, ay ve yıldızlar: Almanların yaklaşık dörtte biri seyahat planlarken astrolojiyi dikkate alıyor. Yapılan bir araştırmaya göre 18-44 yaş arası gençlerin yüzde 29'u seyahate çıkmadan önce yıldızlara bakıyor.

ALMAN GEZGİNLERİN YARISI ÇEVİRİMİÇİ SEYAHAT KANALLARINDAN REZERVASYON YAPIYOR

Total Gross Bookings		Online Bookings	Offline Bookings
Country		Online Bookings (US\$B)	YoY Change ('23-'24)
	U.S.	\$316.9	5.9%
	China	\$121.4	20.2%
	Japan	\$51.3	10.5%
	Germany	\$49.3	9.3%
	France	\$37.2	15.3%
	U.K.	\$54.4	11.2%
	U.A.E.	\$23.8	13.6%
	India	\$23.8	14.0%
	Canada	\$25.3	6.4%
	Spain	\$24.6	11.3%

Dünyanın dördüncü büyük ekonomisi olan Almanya, Avrupa Birliği'nin (AB) en kalabalık ülkesidir ve Avrupa'da lider bir rol oynamaktadır.

Kıtının ekonomik, siyasi ve güvenlik meseleleri. Almanya teknolojik yenilikleri, sanatı ve bilimiyle tanınıyor.

Aynı zamanda, Alman tüketiciler için yurtdışı tatilleri gündemin üst sıralarında yer alıyor ve önemli bir boş zaman uğraşı olarak görülüyor.

Almanlar zor ekonomik zamanlarda bile tatillerinden vazgeçmek istemedi. Almanya'nın güçlü ekonomisi ve Avrupa'daki kilit rolü tüketici güveninin nispeten yüksek olması, yurt dışı seyahat talebini desteklemektedir.

Almanya'nın yurt dışı pazarı dünyanın en büyük ve en gelişmiş pazarlarından biridir. Sağlam Alman ekonomisi ve yüksek Almanların sahip olduğu yaşam standardı, vatandaşların büyük bir kısmının seyahat isteklerini gerçeğe dönüştürebileceği anlamına gelmektedir.

Her ne kadar gelişmiş bir pazar olsa da, giden tatil amaçlı seyahatler ağırlıklı olarak kısa ve orta mesafeli destinasyonlarda yoğunlaşmaktadır.

Country		Total Gross Bookings (US\$B)	YoY Change ('23-'24)
	U.S.	\$502.6	5.6%
	China	\$167.8	17.6%
	Japan	\$91.4	7.5%
	Germany	\$77.0	4.4%
	France	\$67.2	11.5%
	U.K.	\$64.7	10.2%
	U.A.E.	\$48.6	9.1%
	India	\$42.1	11.4%
	Canada	\$41.3	6.1%
	Spain	\$40.6	8.7%

Alman Ziyaretçilerin Türkiye ve Antalya'ya Ölan İlgisi

Pandemi sonrası Çıkış Yaptı

ALMANYA'NIN EN BÜYÜK TUR OPERATÖRLERİ

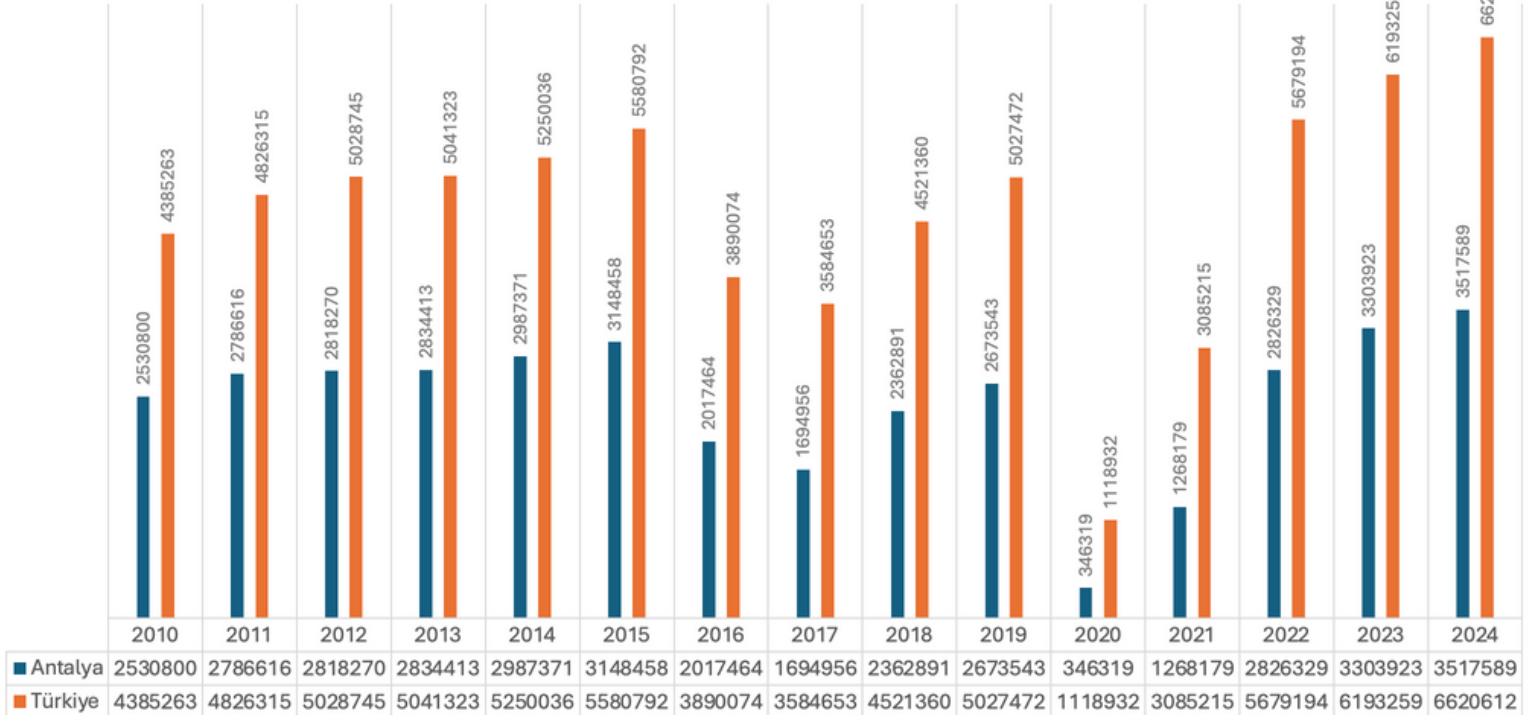


1. TUI Group
2. DER Touristik Group
3. FTI Group
4. Schauinsland-Reisen GmbH
5. Lufthansa Group
6. Emirates Group
7. Expedia Group
8. Booking Holdings Inc.
9. American Express Global Business Travel
10. CWT (Carlson Wagonlit Travel)

Alman Seyahat Birliği (DRV) tarafından yapılan açıklamalara göre; erken rezervasyonlarda Antalya ve Türkiye'nin bu yaz için en çok talep gören tatil destinasyonları olduğunu gösteriyor.

2022 yılı itibari ile 2019 yılına kadar sürdürdüğü "durgun" talep trendini kırarak daha güçlü performans gösteren Almanya'da 2025 yılında da bu trendin devam edeceği öngörülüyor.

YILLARA GÖRE ALMANYA'DAN GELEN ZİYARETÇİ





İSPANYA TURİZMİNDE YENİ KURALLAR

İspanya, rekor kıran ziyaretçi sayılarına yanıt olarak 2025 yılında bir dizi yeni seyahat düzenlemesi getiriyor. Ülke 2024 yılında 94 milyon turisti ağırladı – bir önceki yıla göre %10 daha fazla – bu da yerel topluluklar, altyapı ve çevre üzerindeki baskının artmasına yol açtı.

Kitle turizmini daha iyi yönetebilmek için ulusal ve bölgesel yetkililer giriş koşulları, turist vergileri ve kamu davranışlarını kapsayan bir dizi kuralı uygulamaya koymuştur. İşte İspanya'nın 2025 yılında uygulamaya koyduğu kurallar.

Kruvaziyer gemi gelişlerine sınırlama: Palma de Mallorca ve Barselona gibi limanlar, şehir merkezlerinde aşırı kalabalığı önlemek için günlük yanaşan kruvaziyer gemisi sayısını kısıtlamayı düşündürmektedir.

Tarihi yerler için turist giriş ücretleri: Bazı şehirler, bakım ve kalabalık kontrol önlemlerini finanse etmek için Venedik'teki turist ücretine benzer şekilde tarihi bölgeler veya simge yapılar için yeni giriş ücretleri getirebilir.

Turist taşımacılığına daha sıkı kısıtlamalar: Barselona, Valensiya ve trafiğin yoğun olduğu diğer destinasyonlar, şehir merkezlerinde turist otobüslerine getirilen kısıtlamalar ve sadece yayalara açık yeni bölgeler de dahil olmak üzere, trafik sıkışıklığını sınırlandırmak için yeni önlemler alıyor. Bazı bölgelerde yollardaki aşırı kalabalığı azaltmak için kiralık araçlara kota getirilmesi de düşünülüyor.

Saygısız turist davranışları için para cezaları: Anıtlara tırmanmak, kamusal alanda aşırı çıplaklık yapmak veya tarihi alanlarda rahatsızlık vermek gibi uygunsuz davranışlarda bulunan gezginler daha yüksek para cezalarıyla karşı karşıya kalmaktadır. Sevilla ve Malaga'da yerel yetkililer, kamusal alanlarda kostüm giyen büyük grupları hedef alan yeni düzenlemelerle, rahatsız edici bekarlığa veda partilerine karşı baskı uyguluyor.

Aşırı kalabalık bölgelerde yeni otel yasağı: Barselona'nın da aralarında bulunduğu bazı şehirler, turizm yoğunluğunu kontrol altına almak için daha önce yeni otel inşaatlarını durdurmuştu. Konut ve altyapı üzerindeki baskıyı hafifletmek için başka bölgeler de aynı şeyi yapabilir.

İSPANYA'DA TURİZM

KISITLAMALARI



AB Üyesi olmayan ziyaretçiler için Zorunlu Seyahat Sigortası: AB üyesi olmayan tüm ziyaretçiler artık İspanya'ya girerken tıbbi masrafları kapsayan bir seyahat sigortası belgesi sunmak zorundadır. Bu zorunluluk, turistlerin maruz kaldığı ödenmemiş sağlık masraflarını önlemeyi amaçlamaktadır.

Artan turist vergileri: Barselona, Palma de Mallorca ve Kanarya Adaları dahil olmak üzere birçok popüler destinasyon, otel konaklamaları, kruvaziyer yolcuları ve kısa süreli kiralamalar için turist vergisi oranlarını artırıyor. Elde edilen ekstra gelir, yerel hizmetleri ve sürdürülebilirlik çabalarını desteklemek için kullanılacak.



Daha sıkı kısa dönemli kiralama düzenlemeleri: Madrid, Sevilla ve Valensiya dahil olmak üzere birçok şehir kısa süreli tatil kiralamalarına daha sıkı kurallar getiriyor. Yeni izin sistemleri, Airbnb gibi platformlarda bulunan mülklerin sayısını sınırlandıracak ve yasadışı kiralamalar için daha katı cezalar getirecek.

Daha sert içki yasaları: İbiza, Magaluf ve Barselona'nın bazı bölgeleri gibi gece hayatının yoğun olduğu yerlerdeki taşkın davranışları engellemek amacıyla İspanya, kamusal alanlarda alkol tüketimine yönelik kısıtlamaları genişletti. Sokaklarda, parklarda ve plajlarda içki içmek artık kesinlikle yasak ve 3.000 Avro'ya varan para cezaları söz konusu. Bazı bölgelerde belirli bir saatten sonra dükkanlarda alkol satışına da sınırlama getirilmiştir.

Turistlerin plajlara ve doğal alanlara erişimine yeni sınırlamalar: Aşırı kalabalık ve çevresel bozulmayla mücadele etmek için İspanya, özellikle Balear ve Kanarya Adaları'ndaki bazı plajlara günlük ziyaretçi sınırlaması getiriyor. Bazı doğa rezervleri ve deniz parkları da yeni giriş ücretleri ve daha sıkı koruma kuralları uygulayacak.



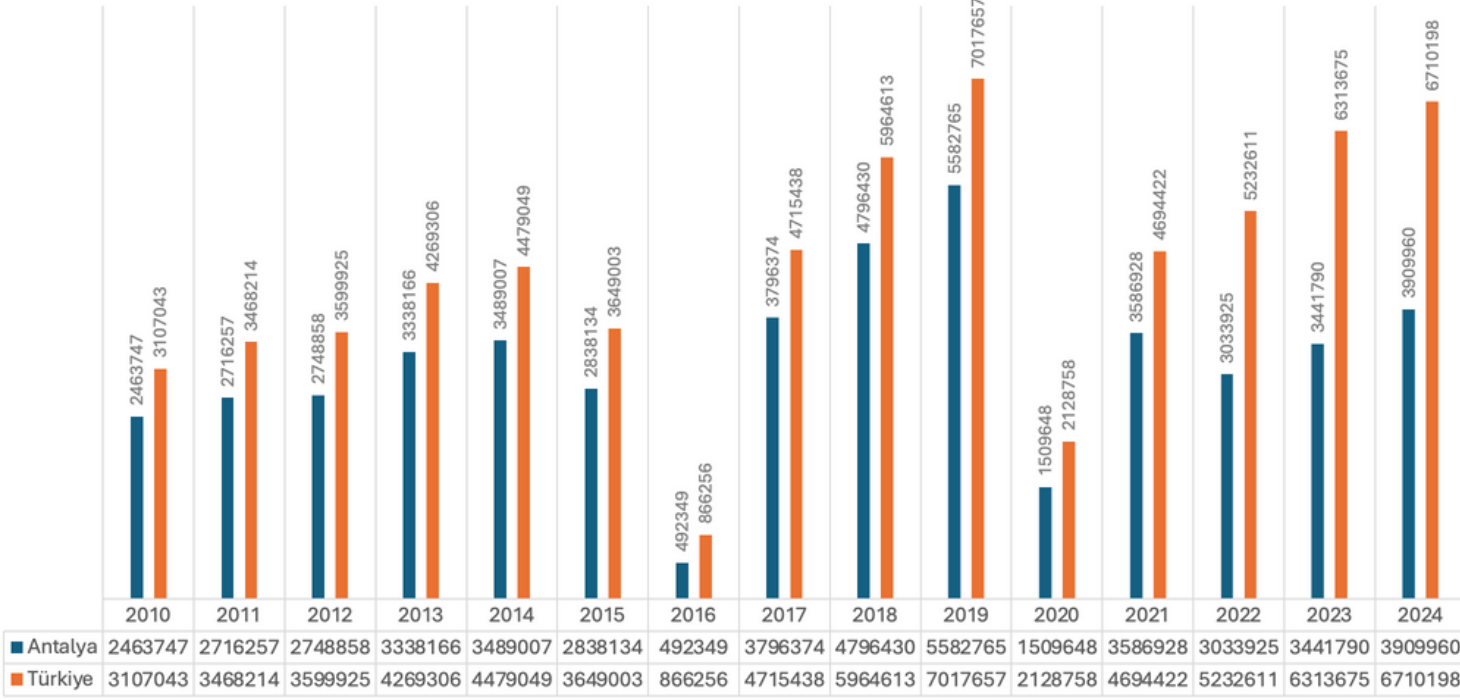
TURİZM KAYNAK PAZAR ANALİZLERİ

*Türkiye ve Antalya
Turizm Kaynak
Pazarlarında talep
trendleri;
Rusya, Polonya, İngiltere,
Hollanda, Romanya,
Fransa, Ukrayna, Çek
Cumhuriyeti, Litvanya.*



RUSYA FEDERASYONU

YILLARA GÖRE RUSYA'DAN GELEN ZİYARETÇİ



RUTİ'YE GÖRE RUSYA'NIN 36 ÜLKEYE DOĞRUDAN UÇUŞU VAR VE BU ÜLKELERİN BİRÇOĞUNA TURİSTLER İÇİN CHARTER UÇUŞLAR DÜZENLENİYOR.

Rusya Seyahat Endüstrisi Birliği (RUTİ) verilerine göre; Rusya'da outbound turizm %20 büyüdü ve 2024 yılında çeşitli amaçlarla yaklaşık 30 milyon uluslararası seyahat gerçekleştirildi.

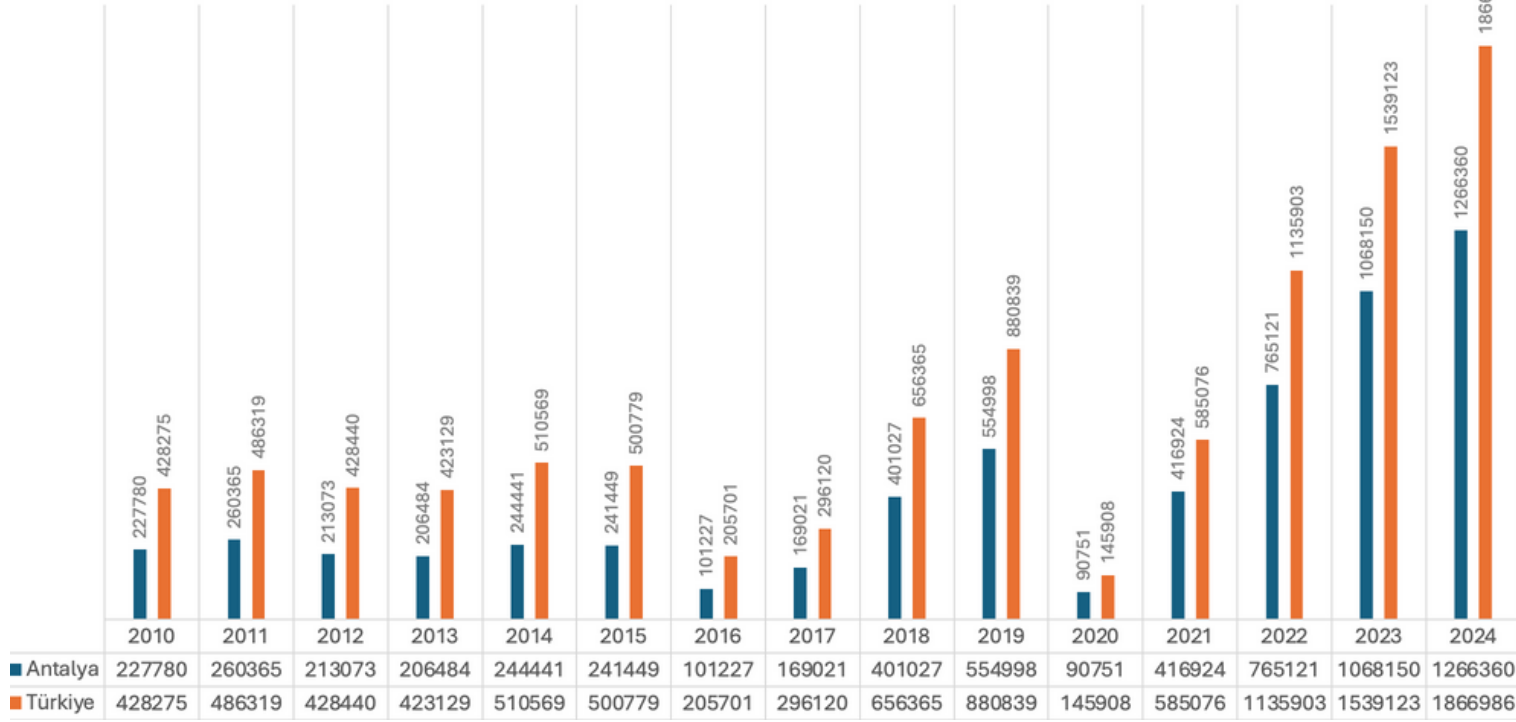
Çin, Mısır, Tayland, BAE ciddi çıkış trendinde olan ülkeler.

2024 YILINDA OUTBOUND TURİZM %17 BÜYÜDÜ

TÜRKİYE BÜYÜME ORANI İSE YAKLAŞIK % 7

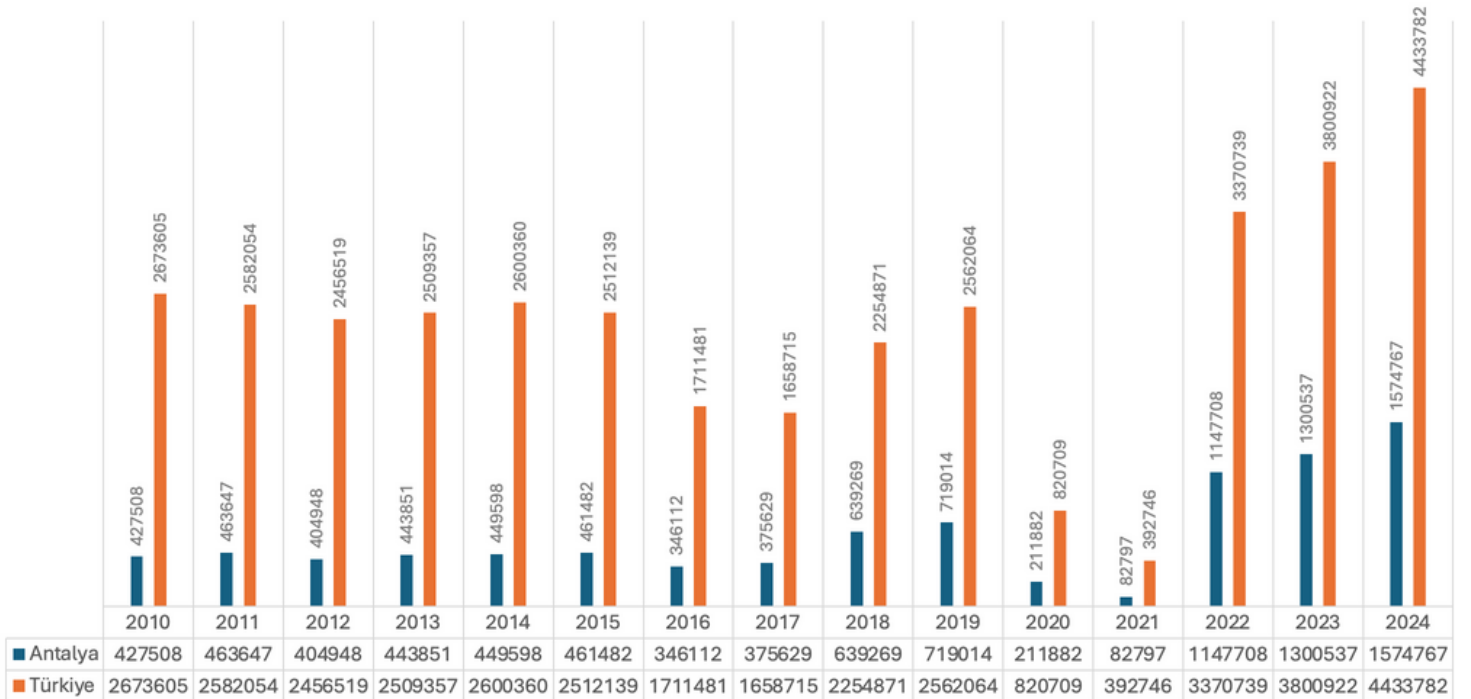
2024 yılı sonunda Ruslar için en popüler ilk 5 yurt dışı destinasyon arasında Türkiye, Mısır, BAE, Tayland ve Çin yer alırken, bu ülkelere yapılan seyahatler satışların yaklaşık %85'ini oluşturdu. İlk 10'da ise Küba, Sri Lanka, Vietnam, Maldivler ve Endonezya yer aldı.

YILLARA GÖRE POLONYA'DAN GELEN ZİYARETÇİ



Polonya ve Birleşik Krallık en güçlü istikrar gösteren 2 ülke konumunda. 2024 yılında 2019 verilerinin üzerinde performans gösteren iki kaynak pazar oldu.

YILLARA GÖRE İNGİLTERE'DEN GELEN ZİYARETÇİ



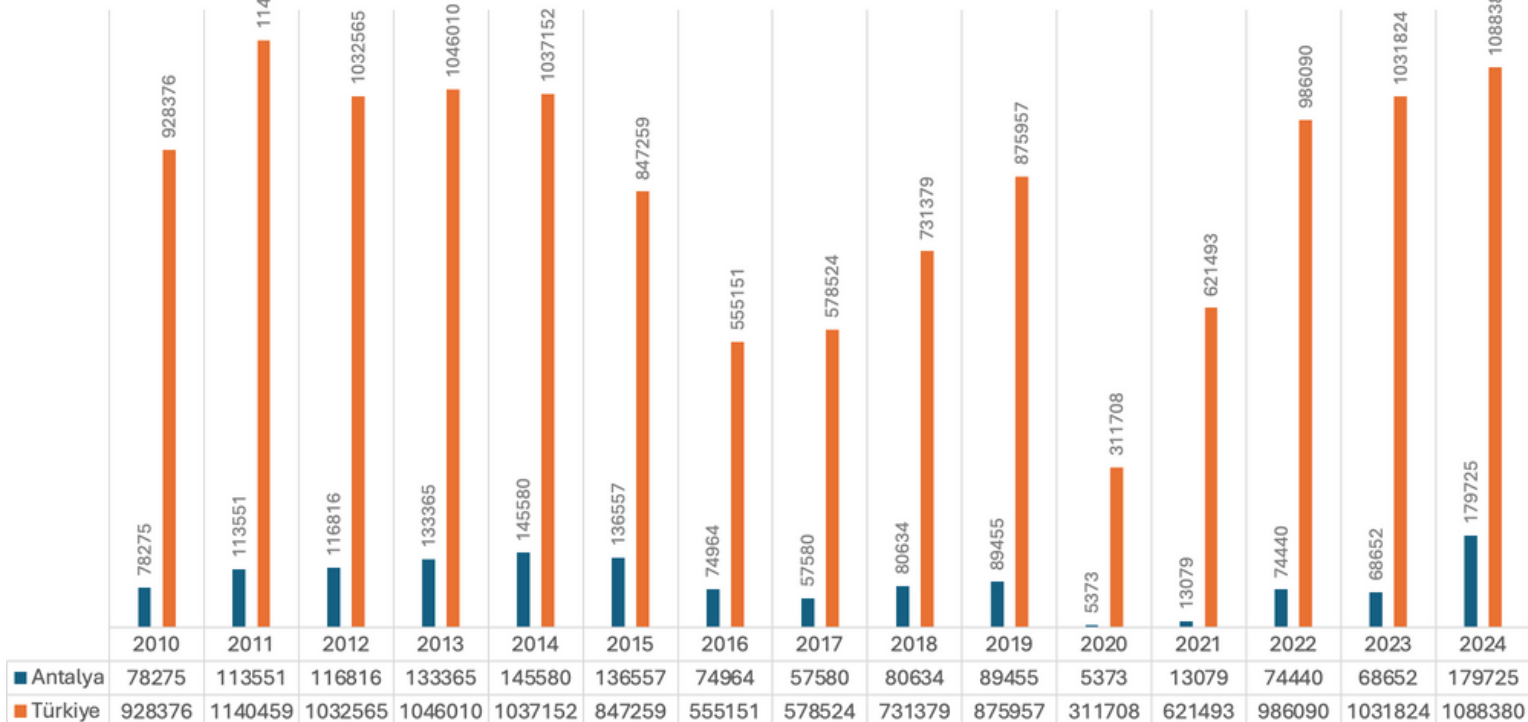
YILLARA GÖRE ROMANYA'DAN GELEN ZİYARETÇİ



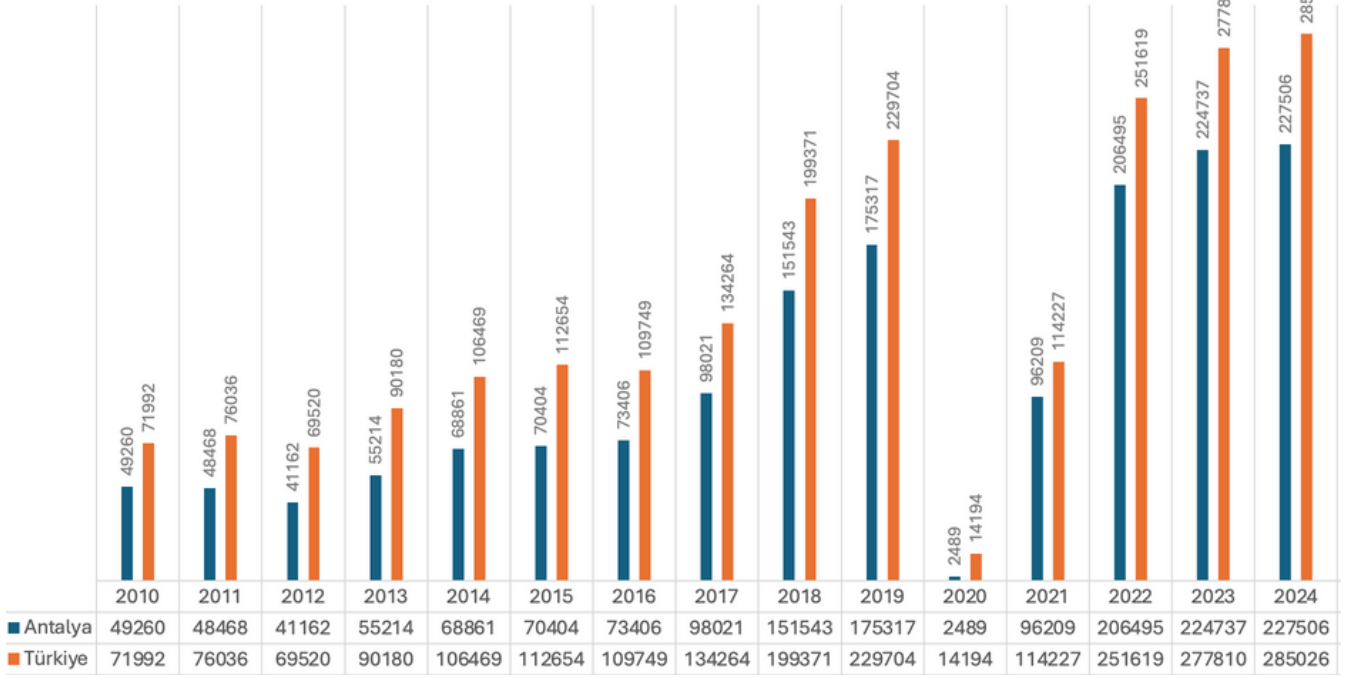
İstikrarlı büyüyen Romanya 2024 yılında güçlü bir çıkışını sürdürdü.

Pazar hacmi ve performans değerlendirmesinde en zayıf pazarlardan olan Fransa 2024 yılında “iyileşme” trendini sürdürdü.

YILLARA GÖRE FRANSA'DAN GELEN ZİYARETÇİ



YILLARA GÖRE LİTVANYA'DAN GELEN ZİYARETÇİ



GlobalData'nın Litvanya'da Seyahat ve Turizm (2023) raporuna göre, ülkenin gezginleri için en popüler destinasyonlar arasında Polonya, Letonya, Birleşik Krallık, Türkiye ve Almanya yer alıyor.

Yaklaşık 3 milyon nüfusa sahip olan Litvanya'dan gerçekleşen seyahat sayısı nüfus sayısına oranla oldukça yüksek.

	Number of tourists' trips thousand ¹
2023	2,153.0
2022	1,919.4
2021	830.2
2020	681.9
2019	2,347.3



ANTALYA OCAK-ŞUBAT GELEN ZİYARETÇİ SAYILARI

2021 - 2025 YILLARINDA İLİMİZE GELEN ZİYARETÇİLERİN SAYISI VE MİLLİYETLERİNE GÖRE DAĞILIMI (OCAK - ŞUBAT DÖNEMİ)

MİLLİYETLER	2021 YILI OCAK-ŞUBAT DÖNEMİ		2022 YILI OCAK-ŞUBAT DÖNEMİ		2023 YILI OCAK-ŞUBAT DÖNEMİ		2024 YILI OCAK-ŞUBAT DÖNEMİ		2025 YILI OCAK-ŞUBAT DÖNEMİ		2025 / 2024 YILI KARŞILAŞTIRMASI	
	ZİYARETÇİ SAYISI	MİLLİYET PAYI (%)	ZİYARETÇİ SAYISI	MİLLİYET PAYI (%)	ZİYARETÇİ SAYISI	MİLLİYET PAYI (%)	ZİYARETÇİ SAYISI	MİLLİYET PAYI (%)	ZİYARETÇİ SAYISI	MİLLİYET PAYI (%)	SAYISAL DEĞİŞİM	ORANSAL DEĞİŞİM (%)
ALMANYA	5 454	5,93	53 007	21,22	79 797	21,00	97 655	24,33	89 418	23,99	- 8 237	-8,43
RUSYA FEDERASYONU	69 466	75,54	70 707	28,30	132 077	34,76	106 305	26,49	78 973	21,19	- 27 332	-25,71
İNGİLTERE	186	0,20	23 469	9,39	40 010	10,53	55 384	13,80	55 532	14,90	148	0,27
POLONYA	432	0,47	9 277	3,71	15 808	4,16	18 277	4,55	22 848	6,13	4 571	25,01
UKRAYNA	2 633	2,86	4 980	1,99	7 322	1,93	10 087	2,51	10 500	2,82	413	4,09
KAZAKİSTAN	4 960	5,39	9 311	3,73	9 139	2,41	10 196	2,54	10 124	2,72	- 72	-0,71
HOLLANDA	400	0,43	6 616	2,65	7 445	1,96	8 639	2,15	8 117	2,18	- 522	-6,04
AVUSTURYA	157	0,17	3 284	1,31	4 420	1,16	5 488	1,37	6 054	1,62	566	10,31
FRANSA	212	0,23	3 126	1,25	3 748	0,99	5 284	1,32	5 806	1,56	522	9,88
BELÇİKA	180	0,20	4 619	1,85	5 019	1,32	5 784	1,44	4 975	1,33	- 809	-13,99
DANİMARKA	58	0,06	4 520	1,81	5 540	1,46	5 670	1,41	4 762	1,28	- 908	-16,01
İSVİÇRE	701	0,76	2 526	1,01	3 995	1,05	4 698	1,17	4 756	1,28	58	1,23
KIRGIZİSTAN	1 572	1,71	3 035	1,21	3 563	0,94	4 679	1,17	4 727	1,27	48	1,03
İSVEÇ	172	0,19	4 107	1,64	3 225	0,85	3 654	0,91	3 988	1,07	334	9,14
NORVEÇ	18	0,02	3 064	1,23	2 917	0,77	2 860	0,71	3 619	0,97	759	26,54
ROMANYA	92	0,10	1 229	0,49	1 953	0,51	2 614	0,65	3 320	0,89	706	27,01
KUZEY KIBRIS TÜRK CUMHURİYETİ	6	0,01	837	0,34	2 431	0,64	2 528	0,63	3 271	0,88	743	29,39
ÜRDÜN	810	0,88	4 604	1,84	4 721	1,24	2 945	0,73	3 058	0,82	113	3,84
İRAN	245	0,27	7 802	3,12	3 779	0,99	6 087	1,52	2 810	0,75	- 3 277	-53,84
ÇEK CUMHURİYETİ	55	0,06	858	0,34	1 594	0,42	2 273	0,57	2 700	0,72	427	18,79
AZERBAYCAN	647	0,70	1 907	0,76	1 837	0,48	2 528	0,63	2 335	0,63	- 193	-7,63
YABANCI ZİYARETÇİLER TOPLAMI	91 957	100,00	249 807	100,00	379 916	100,00	401 306	100,00	372 661	100,00	- 28 645	-7,14
VATANDAŞ ZİYARETÇİLER TOPLAMI	6 432	6,54	39 430	13,63	71 053	15,76	98 480	19,70	116 984	23,89	18 504	18,79
GENEL TOPLAM	98 389		289 237		450 969		499 786		489 645		- 10 141	-2,03

Antalya iki aylık dönemde yaklaşık 490.000 ziyaretçi ağırladı. Geçen yıla göre % 2 oranında kayıp yaşayan Antalya'da çıkış trendini en güçlü sürdüren Polonya'dan oldu. 2023 yılına göre Polonya'dan gelen ziyaretçi sayısı % 25 oranında arttı. Norveç ve Romanya % 26 ve % 27 oranında güçlü çıkış yapan 2 ülke oldu.

Genel Toplamda vatandaş ziyaretçi sayısı 2 ayda %18,7 artarken, yabancı ziyaretçi sayısında % 7 oranında kayıp gerçekleşti.





AKDENİZ TURİSTİK OTELCİLER VE İŞLETMECİLER BİRLİĞİ
MEDITERRANEAN TOURISTIC HOTELIERS & INVESTORS ASSOCIATION



ANTALYA-LARA DÜDEN
ŞELALESİ

www.aktob.org.tr