BURSA
TURİZM TANITIM VE MARKA STRATEJİSİ
ÖZET KİTAPÇIĞI

GİRİŞ

Yönetici Özeti

Bursa turizminin somut, soyut, kültürel ve doğal değerlerini koruyarak bu özgün değerlerden beslenerek gelişmesi; doğru yönetişim mekanizması ile kaynaklarını doğru ve etkin kullanması; nitelikli bir yaklaşımla ve hedeflenen kitleler için doğru mesajları verecek şekilde tasarlanması ve yenilikçi bir yaklaşımla sürdürülebilirliğinin sağlanması Bursa Tanıtım, Marka ve İletişim Stratejisinin temelini teşkil etmiştir.

Bu kriterleri karşılamak adına; sahada Bursalıların, yerli ve yabancı mevcut ve potansiyel turistlerin algıları ölçülmüş, Bursa'da turizm ve ilgili alanlarda görev alan yöneticilerin, sektör profesyonellerinin, sivil toplum temsilcilerinin, akademisyenlerin ve araştırmacıların değerlendirme ve görüşleri çeşitli yöntemlerle derlenmiştir. Geçmişte Bursa'da turizme yönelik yapılan araştırma, proje ve yatırımlar analiz edilmiş, üst ölçekli politika belgeleri incelenmiş, veriye dayalı sayısal analizler yapılarak yorumlanmış ve tüm bu girdiler de paydaşların değerlendirmeleri ile bütünleştirilmiştir.

Bu kapsamlı süreç neticesinde Bursa için turizme yönelik tanıtım, marka ve iletişim stratejisi ortaya konmuştur. Bu strateji özellikle altyapı yatırımı gerektiren ve imaj harici unsurlar için tavsiye niteliğinde kurgulanmış, yapısı gereği yatırım ve projeler tanımlamamıştır. Buna karşın mevcut, planlanan ve yapılabilecek çalışmalara girdi sağlamak adına tespitleri içermiştir. Bu tespitler üst kimlik ve imaj çerçevesi, temalar ve hedef kitleler, değerler, benimseme ve insan kaynakları ile fiziki altyapı ve destekleyici hizmetler başlıkları altında bir araya getirilmiştir.

Çalışmanın strateji bölümünde Evliya Çelebi'nin Bursa seyahati sırasında söylediği meşhur sözü olan "Velhasıl Sudan ibarettir Bursa" çıkış noktası olmuştur. Bu söz bütün konseptleri aynı çatı altında toplayan bütünleştirici bir unsuru içermektedir. Evliya Çelebi'nin bahsettiği 'Su' kavramı aslında bir metafordu. Gerçekten de Bursa'da nereye bakılsa, su veya suyun temsil ettiği 'Bereket' kavramı ortaya çıkmaktaydı.

Karacabey Longoz Ormanları'ndan, Uludağ'a, ünlü şifalı kaplıcalarından dillere destan mutfağına, bu kente hayat, kimlik ve ruh veren element su olmuştur. Ilıpınar'dan İznik'e Osmanlı'dan Cumhuriyet'e tam sekiz bin yıldır farklı medeniyetler ve gelenekler geleceğe doğru barış içinde akarak bu potada eriyordu.

Bursa'da sürekli form değiştirerek karşımıza çıkan 'Su' konsepti , doğal bir özellik olarak neredeyse tüm görüşmelerde de vurgulanmıştı. Su, buhar, bulut, yağmur, kar, şelale, göl. Aslında; medeniyetlerin başlangıcı, verimlilik, doğuş, üretkenlik, değişkenlikti.

Bu tespitler doğrultusunda Bursa ili için geliştirilen strateji çerçevesi **"Gelenekten Geleceğe Akan Şehir"** marka çerçevesi ve **su teması** altında Bursa'nın fethinin 700. yıl dönümü olan **2026 hedef yılına** yönelik olarak **3 eksen** üzerinden kurgulanmıştır.

Bu kurguda Bursa'nın turistik değerleri beş tema (4 ana tema, 1 destekleyici tema) altında toplanmıştır. Bu temalar 5 ana iletişim temasını şekillendirmektedir.

Her bir iletişim teması farklı turist ihtiyacına hitap eder niteliktedir. Bu iletişim temaları ve hitap ettikleri ihtiyaçlar değerlerden beslenen alt kırılımlara sahiptir. **Tarih** teması **saygı ve öğrenme** ihtiyacı, **doğa** teması **kaçış ve dinlenme** ihtiyacı, **kış sporları** teması **adrenalin** ihtiyacı, **sağlık** teması **zindelik** ihtiyacı ve **gastronomi** teması **deneyimleme** ihtiyacı ile değerler bazında sentezlenmiştir.

Bu iletişim çerçevesinin hayata geçirilmesine yönelik bir yol haritası ve eylemler bütünü tasarlanmış ve 3 eksen altında bir araya getirilmiştir. Tanıtım ve marka kimliği stratejileri "Gelenekten Geleceğe Akan Şehri **Hisset**", çevre ve topluma yönelik stratejiler "Gelenekten Geleceğe Akan Şehri **Yaşa**" ve kent ekonomisine yönelik stratejiler "Gelenekten Geleceğe Akan Şehri **Büyüt**" eksenleri altında kurgulanmış ve Gelenekten Geleceğe Akan Şehir Bursa imajına yönelik eylemleri içermektedir.

STRATEJİ ÇERÇEVESİ

Bursa için yenilikçi, nitelikli ve tutarlı bir tanıtım, marka ve iletişim stratejisi tasarlanması için kapsamlı analiz çalışmalarına gereksinim duyulmuştur. Bu analiz çalışmaları sürecinde;

- Kent ve destinasyon ölçeğinde tanıtım, markalaşma ve iletişime yönelik kavramsal çerçeve incelenmiş,
- Resmi istatistikler incelenmiş ve anlamlı bir girdi sağlamaları açısından sayısal analiz teknikleriyle birlikte yorumlanmış,
- Bursa hakkında yapılmış çalışmalar ve Bursa'yı kapsayan ulusal ve bölgesel politika belgeleri taranmış,
- Bursa turizmi ve kimliği için karar vericilerin ve alanında yetkin isimlerin değerlendirmeleri alınmış,
- Bursalıların, yerli ve yabancı turistlerin algıları, beklentileri ve değerlendirmeleri sahada araştırılmış,
- Belirli bireyler üzerinden turist profili analizi ve turist deneyimleri ölçme çalışması gerçekleştirilmiş,
- Bursa'nın yurt içi ve dışı rakipleri ve benzer profile sahip örnekleri incelenmiştir.

Bu yaygın analiz ve araştırma sürecinde elde edilen bulgular "strateji çerçevesi" olarak sentezlenmiştir. Bu sentez çalışması stratejilerin tasarımında temel dayanağı teşkil etmektedir. Strateji çerçevesi "üst kimlik ve imaj", "turizm temaları ve hedef kitleler", "değerler ve çekicilikler", "benimsenme ve beşeri kaynaklar" ile "fiziki altyapı ve destekleyici hizmetler" başlıkları altında bir araya getirilmiştir.

Bursa için nitelikli ve etkili bir turizm, tanıtım ve markalaşma stratejisi oluşturmak Bursa'nın sahip olduğu somut ve soyut mirasını tanımak, doğal çekicilikleri ve değerlendirilme imkânlarını bilmek, eğilimleri anlamak, küresel gelişmeleri yorumlayarak yeniliklere hazırlıklı olmak ve mevcut algıyı analiz etmek önemlidir. Bu nedenle Bursa Turizm, Tanıtım ve Marka Stratejisi'nin ilk ve en önemli adımı mevcut durumun analiz edilmesi olmuştur. Mevcut Durum Analizi çalışması bu kapsamda pek çok alt analiz çalışmasının özeti ve birleştirilmiş hali olarak oluşturulmuştur.

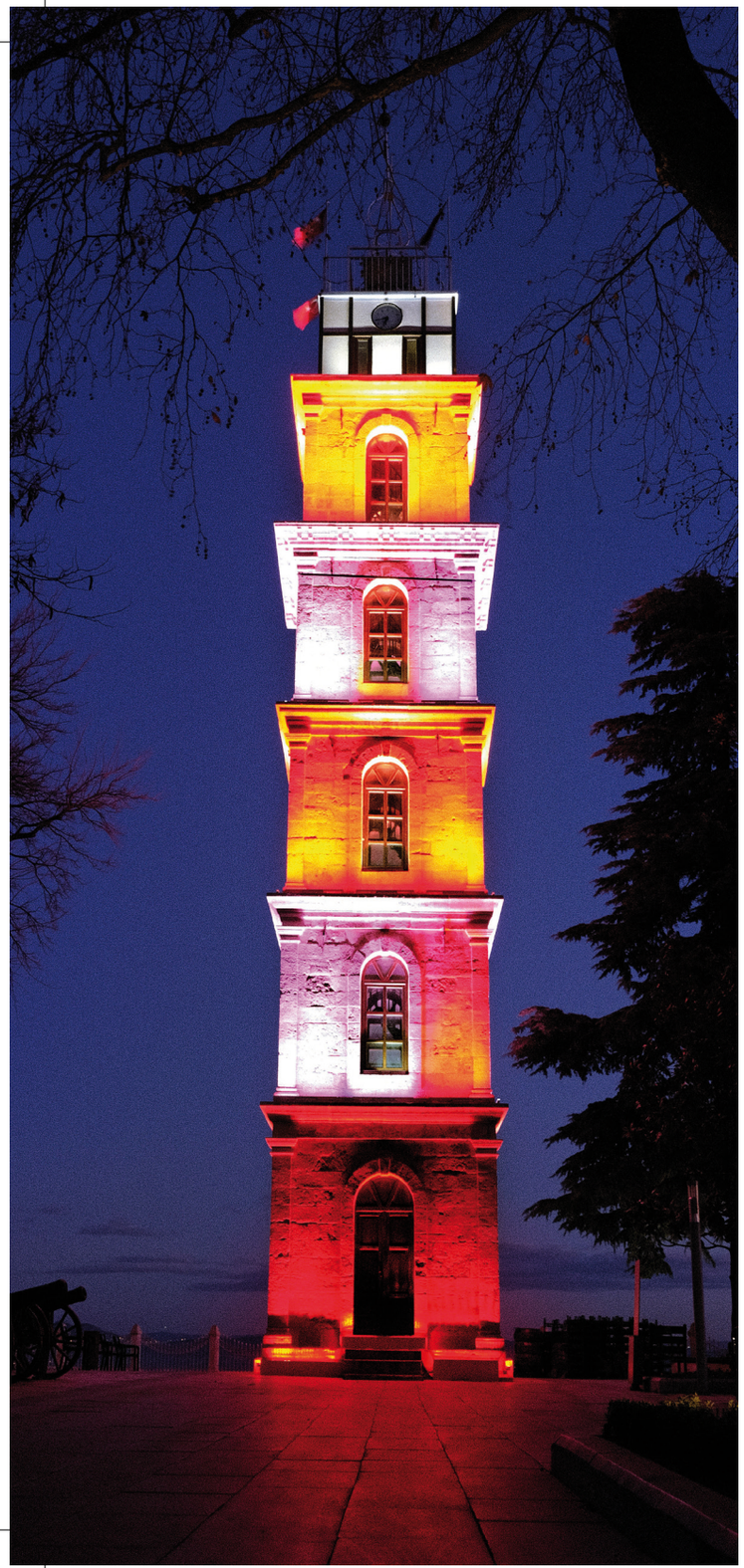
Mevcut durum analizinin ilk aşaması, turizm için mevcut değerleri tekrar ele almak olmuştur. Bu kapsamda farklı resmi ya da akademik envanter ve araştırmalardan Bursa'nın turistik değerleri derlenmiş, bu değerlerin türleri ve konumlarına göre öne çıkan nitelikleri tespit edilmiştir. Ayrıca, değerlerin bilinirlik düzeyleri farklı çalışmalarla Bursalılar ve potansiyel turistler nezdinde ölçülmüştür.

Bursa'nın turizmde nerede olduğunun değerlendirilmesi bir diğer aşama olarak ele alınmıştır. Bu süreçte turizmin Bursa ekonomisindeki yeri ve Bursa'da turizm sektörünün ekonomik yapısı analiz edilmiştir. Gelen turistlerin niteliği nicel ve nitel veriler ışığında yorumlanmış; turizmin alt destinasyonlara, temalara ve mevsimlere göre yapıları değerlendirilmiştir. Benzer şekilde turizm altyapısı ve turizm sektörünün durumu incelenmiş, turizme yönelik olarak farklı kesimlerin yaptığı çeşitli çalışmalar ele alınmıştır.

Stratejinin kilit unsuru olan imaj ve markalaşma konusuna yönelik olarak mevcut algı Bursalılar, yerli turistler ve yabancı turistler nezdinde 3 bin kişilik örneklem üzerinden saha çalışması ile analiz edilmiştir. Saha çalışmaları ile edinilen bu bulgular; ilgili kesimlerin birebir görüşme, odak grup toplantıları ve çalıştay aracılığıyla sağladığı bilgilerle sentezlenmiştir. İlin yöneticileri, turizm sektör temsilcileri,

sivil toplum, ve yazarların algıya yönelik değerlendirmelerinin yanı sıra öneri ve beklentileri de sistematik bir şekilde derlenmiş ve raporlanmıştır.

Yine turizme yönelik stratejilerin oluşturulmasında küresel eğilim ve değişimler, hedef kitle ve pazar temelli yenilikler ve Bursa'yı da içeren yerel politika ve planların değerlendirilmesi önemlidir. Bu kapsamda küresel politika ve trendler farklı kaynaklardan derlenerek sentezlenmiş, ulusal ve bölgesel plan ve politikalar ile akademik çalışmalar incelenmiş, mevcut yapı çerçevesinde raporlanarak stratejiye girdi teşkil etmek üzere derlenmiştir.



LİTERATÜR TARAMASI

Değerler Haritası Araştırması

Turizm tanıtım ve marka stratejisi için yapılan mevcut durum analizi kapsamında Bursa'nın değerleri ve bu değerlere yönelik algı analizi önemsenmiştir. Değerler; 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu başta olmak üzere yapılan sınıflama ve tanımlamalar (tabiat varlıkları: madde 3/A(2); kültür varlıkları: madde 3/A(1); alt türler: madde 6) ile uyumlu şekilde oluşturulmuş resmi ya da akademik envanterler analiz için altlık teşkil etmiştir. Ancak, çalışma amacı gereği birebir kullanılmayıp öne çıkan değerler türlerine göre değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Söz konusu resmi ve akademik envanterler ile birlikte tanıtım materyalleri, anketler ve diğer saha çalışmaları neticesinde 409 adet değer tespit edilmiştir. Tespit edilen değerler; algı araştırması ve paydaş değerlendirme süreçlerinde temel teşkil etmiş, tür ve bulundukları ilçeye göre sınıflandırılmış ve farklı hedef kitleler düzeyinde değerlendirilmiştir. Bu kapsamda yapılan tespitler bu bölümde belirtilmiştir.

Bursa'nın değerleri; Bursa'da kamu kurumlarında, yerel yönetimlerde, üniversitelerde, sektörel sivil toplum kuruluşlarında ve turizm sektöründe çalışanlara bir anket yöneltilerek bilinme düzeyleri ve detaylı bilgi sahibi olunma durumları çerçevesinde analiz edilmiştir. Bu değerlendirmede bir değerin duyulup duyulmadığı veya bu değerle ilgili ne derece bilgi sahibi olunduğu ölçülmeye çalışılmıştır. Bu çıktılar, algı araştırması sonuçları ile birlikte yorumlanarak stratejiye yönelik girdi teşkil etmiştir.

Turizmde Eğilimler

Dünya genelinde yaşanan ekonomik, sosyal, çevresel, teknolojik değişimlerle şekillenen büyük eğilimler (mega trendler) tahmin edilebilir değişimleri getirdiği gibi yeni ve öngörülmeyen pek çok değişimi de ortaya çıkarmaktadır. Bu kapsamda uluslararası kuruluşlar, akademik kaynaklar, yabancı devletlerin turizm araştırmaları, süreli yayınlar, danışman kuruluşların araştırmaları gibi çok sayıda kaynak taraması yapılmıştır.

Üst Ölçek Plan ve Politikalar

Bursa turizmini ve marka kimliğini etkileyebilecek kalkınma planı, bölge planı, sektörel veya tematik strateji belgesi, katılımcı planlama çalışmalarına ilişkin sonuç raporları incelenmiştir.

ANALİZ ÇALIŞMALARI

Bursa'da Turizm Ekonomisi

Bursa'da turizmin kent ekonomisi içerisindeki payını hesaplamak adına Sosyal Güvenlik Kurumu'nun istihdam ve işletme sayılarına ilişkin verileri kullanılmıştır. Buna göre, esasen bir sanayi ve hizmet kenti olan Bursa'da turizm ekonomisi, turizmin kentin tüm sektörel yapısı içerisindeki rolü üzerinden yorumlanmıştır. Bu bağlamda

faaliyet alanı doğrudan turizm sektörü olan işletmelerin yıllara göre sayıca değişimi, oransal durumu ve yığınlaşma yapısı gözlenmiştir.

Turist Profili

Bursa'nın turist profilini incelemek üzere Kültür ve Turizm Bakanlığı, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü'ne ait turist istatistikleri 2000-2019 yılları için derlenmiştir. Ayrıca, Türkiye geneline yönelik istatistikler de ele alınmış ve karşılaştırmalı analiz için kullanılmıştır. Yabancı turistlerin milliyetlere göre dağılım verileri de 2017-2019 dönemi için analize tabi tutulmuş ve eğilimler analiz edilmiştir. Bursa ilçelerine ait resmi turist verileri de derlenmiş ve il içerisinde turizm eğilimleri incelenmiştir. Aylara göre turist sayıları da yerli ve yabancılar için incelenmiş ve mevsimsel değişiklikler ortaya konmuştur. Konaklama tesislerinin türlerine ve ilçelere göre dağılımları da aynı veri kaynağı kullanılarak incelenmiştir. Buna ilaveten, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Teşvik Uygulama ve Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü'nce yayınlanan Teşvik Belgeli Yatırımlar verileri de ilçe ve yıllar bazında derlenerek turistik kapasite ve altyapının değerlendirilmesi için kullanılmıştır. Uludağ Milli Park Müdürlüğü'nden temin edilen Karabelen kapısı giriş istatistikleri de yıllara ve mevsimlere göre Uludağ'ın ziyaret edilme durumunun analizinde kullanılmıştır. Bu kapsamda yararlanılan diğer veri kaynakları Otoyol A.Ş., DHMİ, BURULAŞ, BEBKA, Yenişehir Havalimanı Müdürlüğü, TOBB olmuştur. Bu kaynaklardan edinilen veriler tematik alanlarda durum tespiti için kullanılmıştır.

Turist Değerlendirmeleri (Netnografi)

Netnografik durum değerlendirme çalışmaları internet ortamında yer alan birey ve grupların çözümlenmesi, ilişkilerinin ortaya konulması, motivasyonları ve isteklerinin anlaşılması için yapılan "nitel" bir çalışma türüdür. Bu kapsamda seyahat deneyimlerinin paylaşıldığı internet siteleri ve sanal platformlar arasında etkin olanlar değerlendirilmiştir. Bu kapsamda; ziyaretçi profillerinin ve beklentilerinin analizi için sosyal medya platformları üzerinde 168 yorum incelenmiştir. Ayrıca, 16 Facebook sayfası, 5 gezi bloğu ve 4 turizm sitesi sosyal medya platformu kategorisi içerisinde değerlendirilerek incelenmiştir. Bu platformlar içerisinde en yaygın kullanımda olanlardan ekşi sözlük üzerinde ise her üç sayfadan biri değerlendirilmiştir. Bu paylaşım siteleri dışında arama motorları incelemelerinde yapılan değerlendirmede, Bursa ile ilgili 115 içerik çalışmaya tabi tutulmuştur. Çalışmada toplamda 500 içerik incelenmiştir.

Bu kapsamda, Bursa ile ilgili olarak internet kullanıcıları üzerinde bir netnografi çalışması gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmada Bursa ile ilgili iki temel unsur sorgulanmıştır:

- 1. Bursa, bir meta olarak internet kullanıcıları tarafından nasıl tüketilmektedir? Bu tüketim sonucunda ortaya çıkan olgu nedir? (Nedir? Ne şekilde konumlanmıştır? Nasıl yeniden üretilmektedir?)
- 2. Bursa hakkında internet ortamında içerik üreten kullanıcılar kimlerdir? Ortak alanları ve özellikleri nelerdir? (Grup dinamikleri, motivasyonları, kolektif bilinçleri, algısal filtreleri)

Kamu tarafından üretilen içerikler (valilik, belediye vs.) çalışma kapsamına alınmamıştır. Aynı zamanda profesyonel olarak üretilen içerikler de benzer şekilde çalışmaya dahil edilmemiştir. Çalışmada sadece amatör internet kullanıcılarının ürettikleri içerikler ele alınmıştır.

Çalışmada;
- **Sosyal medya platformları,**
- **Arama motorları,**
- **Bloglar,**
- **Wikipedia,**
- **Turizm siteleri**

incelenmiştir.

Oluşturulan bu liste, araştırma ile ilgili olarak önem sırasına göre dizilmiştir. Çalışmada verilere erişmek için, Twitter Search, Google Search, Google Trend Search, Google Images, Facebook Group Search gibi arama araçları kullanılmıştır. Buradaki veriler sondan başa şeklinde incelenmiştir. Çalışmada haber sitelerinin içerikleri kapsam dışında bırakılmıştır. Çalışmaya dâhil edilmiş olan platformlar şu şekilde listelenebilir.

Bursa Netnografi Çalışmasına Dahil Edilmiş Platformlar

Platform Adı	Platform İçeriği
Facebook	Facebook Grupları Facebook Sayfaları
Twitter	Twitter Search Hashtagler
Google	Arama Butonu Google Resimler Google Haberler
Youtube	Bursa Araması Video İçerik Analizi Video Yorumları
Ekşi Sözlük	Bursa Sayfası
Bloglar	https://www.bizevdeyokuz.com/ https://yoldaolmak.com/ https://www.birhayalinpesinde.com/ https://oitheblog.com/ https://kesfetsek.com/ https://onedio.com
Wikipedia Turizm Siteleri	Bursa Sayfası Otel rezervasyon siteleri ve bu sitelere yapılmış yorumlar.

Bu çalışma, bir nitel durum değerlendirme çalışmasıdır. Çalışmada belirtilmiş olan sosyal medya hesapları ve arama motorları üzerinde Bursa ile ilgili olarak üretilmiş içerikler taranmıştır. Bu içeriklerin tümünün amatör internet kullanıcıları tarafından yaratılmış olması koşulu çalışmanın tümünde uygulanmıştır.

Çalışmada Bursa algısı ve Bursa ile ilgili içerik üreticiler ve kullanıcılar değerlendirmeye tabi tutulmuş, alınan sonuçlar netnografi değerlendirmesi olarak sentezlenmiş ve strateji çalışmalarına girdi olarak hazırlanmıştır.

Bursa'da Turizme Yönelik Yakın Dönemdeki Çalışmalar

Bursa'da turizmin gelişmesi anlamında yerel aktörlerin etkin bir koordinasyon ve uyum içerisinde çalışması son derece önemlidir. Bu bağlamda da gerek bilgi altyapısının iyileştirilmesi perspektifinde araştırma çalışmalarının yapılması, gerekse de bu alanda finansal destek sağlayarak sektöre doğrudan katkı sağlaması boyutuyla BEBKA'nın faaliyetleri son derece önemlidir. Bu kapsamda nitel araştırma tekniklerinden yararlanılmış ve çok sayıda kaynak taranmıştır.

Uluslararası Kıyaslama Analizi

Bursa ile benzerlik gösteren ya da Bursa'nın rakibi olabilecek uluslararası destinasyonlar yönetim mekanizmaları, tanıtım ve pazarlama stratejileri, ürün geliştirme yöntemleri çerçevesinde incelenmiş ve Bursa'ya yönelik öneriler ortaya konmuştur. Bu kapsamda, Slovenya, Prag, Torino ve Osaka detaylı olarak analize tabi tutulmuştur. Bu süreçte çok sayıda kaynak taranmış ve raporlanmıştır.

BURSA ALGI ARAŞTIRMASI

Bursa'nın turistlerin aklında yer ettiği imajı ve marka değerini anlamak için birbirini tamamlayıcı nitelikte iki farklı süreç yürütülmüştür. Bu süreçler Bursa algı araştırması ve Bursa paydaş değerlendirmeleridir.

Bursa algı araştırması üç farklı gruba yönelik uygulanmıştır. Bu süreçte her bir alt grup için anket formları oluşturulmuş, temsil gücü hesaplanarak yeterli büyüklükteki bir örneklem grubunda, öncelikle ön test sonra da araştırmanın tamamı gerçekleştirilmiştir. Bu niteliğiyle Bursa algı araştırması; Türkiye genelinde 1.000 kişilik potansiyel turist grubu, Bursa'da ikamet eden 1.006 kişi ve Bursa ve Türkiye'de bulunan 1.000 yabancı turist ile yüz yüze anket yoluyla uygulanmıştır. Toplam 3.006 kişilik örneklem ile gerçekleştirilen bu saha araştırması Bursa algısına ilişkin algının kapsamlı şekilde analiz edilmesine yönelik girdi sağlamıştır.

İkinci aşama olan paydaş değerlendirmeleri ile Bursa yönetişiminde ve Bursa turizminde etkili ve bilgili kişilerin düşüncelerinin alınması ve stratejiye yönelik girdilerin derlenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda,

30 kişi ile derinlemesine görüşme gerçekleştirilmiş, 8 tematik odak grup toplantısı yapılmış ve 1 geniş katılımlı çalıştay düzenlenmiştir.

Bursa algısına yönelik saha araştırmaları, her bir grubun bakış açısından Bursa'nın nasıl algılandığı konusunda ipuçları sunmaktadır. Bu husus Bursa'nın turizm tanıtım ve marka stratejisinin farklı gruplar için şekillenmesinde önemli girdi niteliğindedir.

Bursalılarda Bursa Algısı

26 Ekim - 21 Kasım 2019 tarihleri arasında yürütülen çalışmanın birinci aşamasında 1.006 kişiye yüz yüze uygulanan anketlerle, Bursa halkının Bursa algısı hakkındaki görüşleri toplanmıştır. Görüşmeler hanelerde ve iş yerlerinde yapılmıştır. Örneklemin ilçeleri yeterli düzeyde temsil etmesi için örneklem, ilçe nüfuslarına orantılı olarak dağıtılmıştır. Bununla birlikte cinsiyete göre farklılıkları yansıtması adına da anket örnekleminde kadın ve erkek dağılımının eşit olmasına özen gösterilmiştir. Çalışmada Bursalılara 3 ana başlıkta sorular yöneltilmiştir. Bunlar; Bursa'nın turistik değerleri, turizm potansiyeli, gelecek vizyonu ve halkın beklentileri şeklinde belirlenmiştir.

Türkiye'de Bursa Algısı

Algı analizinin ikinci bileşeni olarak ise; Türkiye genelinde tatil yapan yerli turist nezdinde Bursa'nın nasıl algılandığı, ne derece bilindiği, bilgi kaynakları, Bursa'nın en çok bilinen değerleri, Bursa'yı ziyaret etme arzusu, Bursa'yı ziyaret edenlerin deneyimlerini ölçmeye yönelik bir çalışma yürütülmüştür. Bu bağlamda örneklem dağılımı Türkiye genelini temsil edecek şekilde, 12 alt bölgede 16 ilde, il ve bölge nüfuslarıyla orantılı olacak şekilde toplamda 1.000 kişi olarak tanımlanmıştır.

Turistlerde Bursa Algısı

Çalışmanın üçüncü bileşeni olarak ise Bursa'nın yabancı turist gözünde nasıl konumlandığı ve Bursa algısını ölçmek amaçlanmıştır. Bu bağlamda araştırma iki aşamada uygulanmıştır. İlk olarak Bursa'ya gelen yabancı ziyaretçilerle, ikinci olarak ise Türkiye'de bulunan yabancı turistlerle görüşmeler yapılarak Bursa algısının ölçülmesi amaçlanmıştır.

Çalışmanın birinci aşamasında Bursa'da bulunan yabancı turistlerin Bursa'yı nasıl algıladığı, Bursa hakkındaki görüşleri, Bursa'da bulunma amaçları, Bursa'daki turistik deneyimleri ve genel Bursa değerlendirmelerinin ölçümüne yönelik sorular içeren formlar hazırlanmıştır. Bursa'da bulunan 200 turistle yüz yüze görüşülmüştür. Görüşmeler Bursa'daki farklı turistik merkezlerde ve ören yerlerinde yapılmıştır.

Görüşme yapılan turist profili çoğunlukla yaş ortalaması yüksek bir gruptan oluşmaktadır, görüşme yapılan grubun yaş ortalaması 46,3'tür. Görüşme yapılan grup büyük oranda Orta Doğu ve Körfez ülkelerinden gelen turistlerden oluşmaktadır.

Çalışmanın ikinci aşamasında ise Türkiye'ye gelen yabancı turistlerde Bursa algısı araştırılmıştır. Bu çalışma kapsamında Türkiye'de bulunan 800 turistle yüz yüze görüşülmüştür. Görüşmeler İstanbul, Antalya, İzmir, Muğla, Trabzon ve Ankara'da ören yerleri, müze gibi turistik mekânlarda yapılmıştır. Araştırma yapılan grubun yaş ortalaması 34,84'tür.

Bursa için nitelikli ve etkili bir turizm, tanıtım ve markalaşma stratejisi oluşturmak Bursa'nın sahip olduğu somut ve soyut mirasını tanımak, doğal çekicilikleri ve değerlendirilme imkânlarını bilmek, eğilimleri anlamak, küresel gelişmeleri yorumlayarak yeniliklere hazırlıklı olmak ve mevcut algıyı analiz etmek önemlidir. Bu nedenle Bursa Turizm, Tanıtım ve Marka Stratejisi'nin ilk ve en önemli adımı mevcut durumun analiz edilmesi olmuştur. Mevcut Durum Analizi çalışması bu kapsamda pek çok alt analiz çalışmasının özeti ve birleştirilmiş hali olarak oluşturulmuştur.

Mevcut durum analizinin ilk aşaması, turizm için mevcut değerleri tekrar ele almak olmuştur. Bu kapsamda farklı resmi ya da akademik envanter ve araştırmalardan Bursa'nın turistik değerleri derlenmiş, bu değerlerin türleri ve konumlarına göre öne çıkan nitelikleri tespit edilmiştir. Ayrıca, değerlerin bilinirlik düzeyleri farklı çalışmalarla Bursalılar ve potansiyel turistler nezdinde ölçülmüştür.

Bursa'nın turizmde nerede olduğunun değerlendirilmesi bir diğer aşama olarak ele alınmıştır. Bu süreçte turizmin Bursa ekonomisindeki yeri ve Bursa'da turizm sektörünün ekonomik yapısı analiz edilmiştir. Gelen turistlerin niteliği nicel ve nitel veriler ışığında yorumlanmış; turizmin alt destinasyonlara, temalara ve mevsimlere göre yapıları değerlendirilmiştir. Benzer şekilde turizm altyapısı ve turizm sektörünün durumu incelenmiş, turizme yönelik olarak farklı kesimlerin yaptığı çeşitli çalışmalar ele alınmıştır.

Stratejinin kilit unsuru olan imaj ve markalaşma konusuna yönelik olarak mevcut algı Bursalılar, yerli turistler ve yabancı turistler nezdinde 3 bin kişilik örneklem üzerinden saha çalışması ile analiz edilmiştir. Saha çalışmaları ile edinilen bu bulgular; ilgili kesimlerin birebir görüşme, odak grup toplantıları ve çalıştay aracılığıyla sağladığı bilgilerle sentezlenmiştir. İlin yöneticileri, turizm sektör temsilcileri, sivil toplum, araştırmacı ve yazarların algıya yönelik değerlendirmelerinin yanı sıra öneri ve beklentileri de sistematik bir şekilde derlenmiş ve raporlanmıştır.

Yine turizme yönelik stratejilerin oluşturulmasında küresel eğilim ve değişimler, hedef kitle ve pazar temelli yenilikler ve Bursa'yı da içeren yerel politika ve planların değerlendirilmesi önemlidir. Bu kapsamda küresel politika ve trendler farklı kaynaklardan derlenerek sentezlenmiş, ulusal ve bölgesel plan ve politikalar ile akademik çalışmalar incelenmiş, mevcut yapı çerçevesinde raporlanarak stratejiye girdi teşkil etmek üzere derlenmiştir.

PAYDAŞ DEĞERLENDİRMELERİ

Paydaş değerlendirmeleri birebir görüşmeler, odak grup toplantıları ve çalıştayda edinilen bilgilerin derlenmesi ile oluşturulmuştur.

ODAK GRUP TOPLANTILARI

Bursa algı araştırmasına yönelik olarak projenin tanıtımının yapıldığı, ilk çıktıların sunulduğu ve ilin önde gelen yetkililerinin görüş ve değerlendirmelerinin alındığı odak grup toplantıları gerçekleştirilmiştir. Odak grup toplantısında tur operatörleri, seyahat acenteleri, alışveriş merkezleri temsilcileri ve Bursa turizminde tur operatörlerinin görüş ve değerlendirmeleri de alınmıştır. Böylelikle Bursa turizminde sektör temsilcileri ile doğrudan görüşmeler yapılarak, tüm paydaşlar bir arada ve karşılıklı olarak görüşlerin derlenmesi amaçlanmıştır.

Odak grup toplantıları; konu bazlı değerlendirmeler, mevcut durumun analizi ve politika önerilerine ilişkin bilgileri derlemek üzere üçer bölümde ele alınmıştır. Her bir odak grup toplantısında bu bölümlere ilişkin yönlendirici ve yarı yapılandırılmış sorular ile odaklanılacak konular belirlenmiş ve katılımcılara sunulmuştur.

Toplantı çıktıları, ilgili konu ile doğrudan ilişkili değerlendirmeleri, hemfikir olunan ya da itiraz edilmeyen tespit ve önerileri içerecek şekilde derlenerek raporlanmıştır. Ayrıca, odak gruplarda farklı temalara ilişkin değerlendirmeler de raporlanmış ve ilgili bölümler ile bütünleştirilmiştir.

STRATEJİ ÇALIŞMASI

- Bursa için yenilikçi, nitelikli ve tutarlı bir tanıtım, marka ve iletişim stratejisi tasarlanması için kapsamlı analiz çalışmalarına gereksinim duyulmuştur. Bu analiz çalışmaları sürecinde;
- Kent ve destinasyon ölçeğinde tanıtım, markalaşma ve iletişime yönelik kavramsal çerçeve incelenmiş,
- Resmi istatistikler incelenmiş ve anlamlı bir girdi sağlamaları açısından sayısal analiz teknikleriyle birlikte yorumlanmış,
- Bursa hakkında yapılmış çalışmalar ve Bursa'yı kapsayan ulusal ve bölgesel politika belgeleri taranmış,
- Bursa turizmi ve kimliği için karar vericilerin ve alanında yetkin isimlerin değerlendirmeleri alınmış,
- Bursalıların, yerli ve yabancı turistlerin algıları, beklentileri ve değerlendirmeleri sahada araştırılmış,
- Belirli bireyler üzerinden turist profili analizi ve turist deneyimleri ölçme çalışması gerçekleştirilmiş,

- Bursa'nın yurt içi ve dışı rakipleri ve benzer profile sahip örnekleri incelenmiştir.

Bu yaygın analiz ve araştırma sürecinde elde edilen bulgular "strateji çerçevesi" olarak sentezlenmiştir. Bu sentez çalışması stratejilerin tasarımında temel dayanağı teşkil etmektedir. Strateji çerçevesi "üst kimlik ve imaj", "turizm temaları ve hedef kitleler", "değerler ve çekicilikler", "benimsenme ve beşeri kaynaklar" ile "fiziki altyapı ve destekleyici hizmetler" başlıkları altında bir araya getirilmiştir.

Strateji belgesi bu başlıklar altında detaylandırılmış, eylemlerle bütünleştirilmiş, takvimlendirme ve sorumlu önerme süreçleri ile tamamlanmıştır.

Üst Kimlik ve İmaj

Bursa'nın ana kimliğini şekillendirmek, Bursa imajının mevcut durumunu ölçmek ve paydaşların beklentilerini bir araya getirmek üzere edinilen bulgular "üst kimlik ve imaj çerçevesi" çatısı altında derlenmiştir. Bursa'nın üst kimlik ve imajına yönelik bulgular "üst kimliğe yönelik genel tespitler", "bütünleyici kimlik faktörleri", "alt destinasyonların genel imaja yönelik etkileri", "Bursa'nın simgeleri" ile "pazarlama ve tanıtım araçları" başlıklarında sentezlenmiştir.

Temalar ve Hedef Kitleler

Bursa'nın turizmde odak alınacak temaları ve hedef kitlelerin etkin şekilde saptanması için ve bu tema ile pazarlara yönelik doğru stratejilerin oluşturulması adına yapılan tespitler "temalar ve hedef kitleler" başlığında bir araya getirilmiştir. Bu tespitler "temalar", "iç ve dış pazara yönelik genel tespitler", "Avrupa ve Asya" ve "Orta Doğu" için tespitler olarak ayrıştırılmıştır.

Değerler ve Çekicilikler

Bursa'nın markalaşmaya yönelik stratejilerinde somut ve soyut değerlerinin rollerine ilişkin doneler "değerler ve çekiciliklere ilişkin tespitler" başlığı altında ele alınmıştır. Bu çerçevede, "değerlere yönelik genel değerlendirmeler"in yanı sıra "kültürel değerler", "doğal değerler", "yöresel ürünler" ve "soyut değerler" ile ilgili tespitler ayrı ayrı sentezlenmiştir.

Benimsenme ve Beşeri Kaynaklar

Bursa tanıtım marka ve iletişim stratejisinin oluşturulmasında en kilit bileşen "insan" olarak görülmektedir. Tüm kimlik tasarımının ve stratejilerin başarısı tüm kesimlerin benimsemesi ile doğrudan ilişkilidir. Benzer şekilde stratejilerin uygulanması da insan kaynağının niteliğine bağlıdır. Bu nedenle strateji sürecinde insana ait tüm bileşenler "benimsenme ve beşeri kaynaklar" başlığı altında bir araya getirilmiştir. Bu başlıkta "Bursalıların turizme bakışı", "turizm sektörünün algısı ve beklentileri" ve "turizmin yönetişim yapısı" çerçevelerinde getirilen tespitler sentezlenmiştir.

Fiziki Altyapı ve Destekleyici Hizmetler

Turizmde "fiziki altyapı ve destekleyici hizmetler" turistik ürün üretiminin büyük bölümünü oluşturmaktadır. Bu turistik ürün arzı doğru tanıtım ve pazarlama ile birleştiği takdirde başarı sağlanabilmektedir. Bu nedenle "konaklama tesisleri", "ulaşım altyapısı", "etkinlik noktaları", "yapılı çevre" ve "kültür ve tabiat varlıkları" başlıkları altında fiziki altyapı ve destekleyici hizmetlere yönelik tespitler bir araya getirilmiştir.

YÖNETİŞİM MODELİ ALTERNATİFLERİ VE ÖNERİSİ

Bursa destinasyon markasının etkinliğinin ve sürdürülebilirliğinin sağlanmasının yanı sıra kaynakların etkin kullanımını sağlamak üzere kapsayıcı (inclusive) ve kapsamlı (comprehensive) bir destinasyon yönetim modeli önerisi çalışması gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda Dünya Turizm Örgütü destinasyon yönetim rehberleri başta olmak üzere literatür taraması, yurt içi ve dışı başarılı örneklerin değerlendirilmesi ve alternatif yöntemlerin analizi gerçekleştirilmiştir. Slovenya, Torino, Osaka, Normandiya, Malta, Selanik, Amsterdam, Prag, Şanlıurfa ve Antalya modelleri bu kapsamda incelenmiştir.

SONUÇ

Bileşenler iş planında belirtilen süreçte sunulmuş ve müzakere süreci yürütülmüştür. Çalışma kapsamında:

- **409** potansiyel turistik değer analiz edilmiştir,
- **48** kitap ve yayın incelenmiştir,
- **70** kaynaktan bilgi ve veri kullanılmıştır,
- **21** veri seti analiz edilmiştir,
- **30** kişiyle birebir görüşülmüştür,
- **200** kişiyle toplantılarda görüşülmüştür,
- **8** tematik odak grup toplantısı **1** geniş katılımlı çalıştay düzenlenmiştir,
- Türkiye genelinde **1000** kişi, Bursa'da yaşayan **1000** kişi ve **1000** turist olmak üzere
- **3000** kişiyle yüz yüze görüşmeler yapılmıştır,
- **Toplam 3500** kişinin fikir ve görüşleri farklı yöntemlerle alınmıştır.

Bursa turizminin somut, soyut, kültürel ve doğal değerlerini koruyarak bu özgün değerlerden beslenerek gelişmesi; doğru yönetişim mekanizması ile kaynaklarını doğru ve etkin kullanması; nitelikli bir yaklaşımla ve hedeflenen kitleler için doğru mesajları verecek şekilde tasarlanması ve yenilikçi bir yaklaşımla sürdürülebilirliğinin sağlanması Bursa Tanıtım, Marka ve İletişim Stratejisinin temelini teşkil etmiştir.

Bu kriterleri karşılamak adına; sahada Bursalıların, yerli ve yabancı mevcut ve potansiyel turistlerin algıları ölçülmüş, Bursa'da turizm ve ilgili alanlarda görev alan yöneticilerin, sektör profesyonellerinin, sivil toplum temsilcilerinin, akademisyenlerin ve araştırmacıların değerlendirme ve görüşleri çeşitli yöntemlerle derlenmiştir. Geçmişte Bursa'da turizme yönelik yapılan araştırma, proje ve yatırımlar analiz edilmiş, üst ölçekli politika belgeleri incelenmiş, veriye dayalı sayısal analizler yapılarak yorumlanmış ve tüm bu girdiler de paydaşların değerlendirmeleri ile bütünleştirilmiştir.

Veri analizleri, üst ölçekli plan ve politikaların incelenmesi, literatür taramaları, kıyaslama analizleri, uluslararası kıyaslama, persona, tur rotaları, alt destinasyonlar, netnografi çalışmaları ile Türkiye'de şehir markalaşması alanında bugüne kadar hazırlanmış en ayrıntılı strateji çalışmalarından biri hazırlanmıştır.

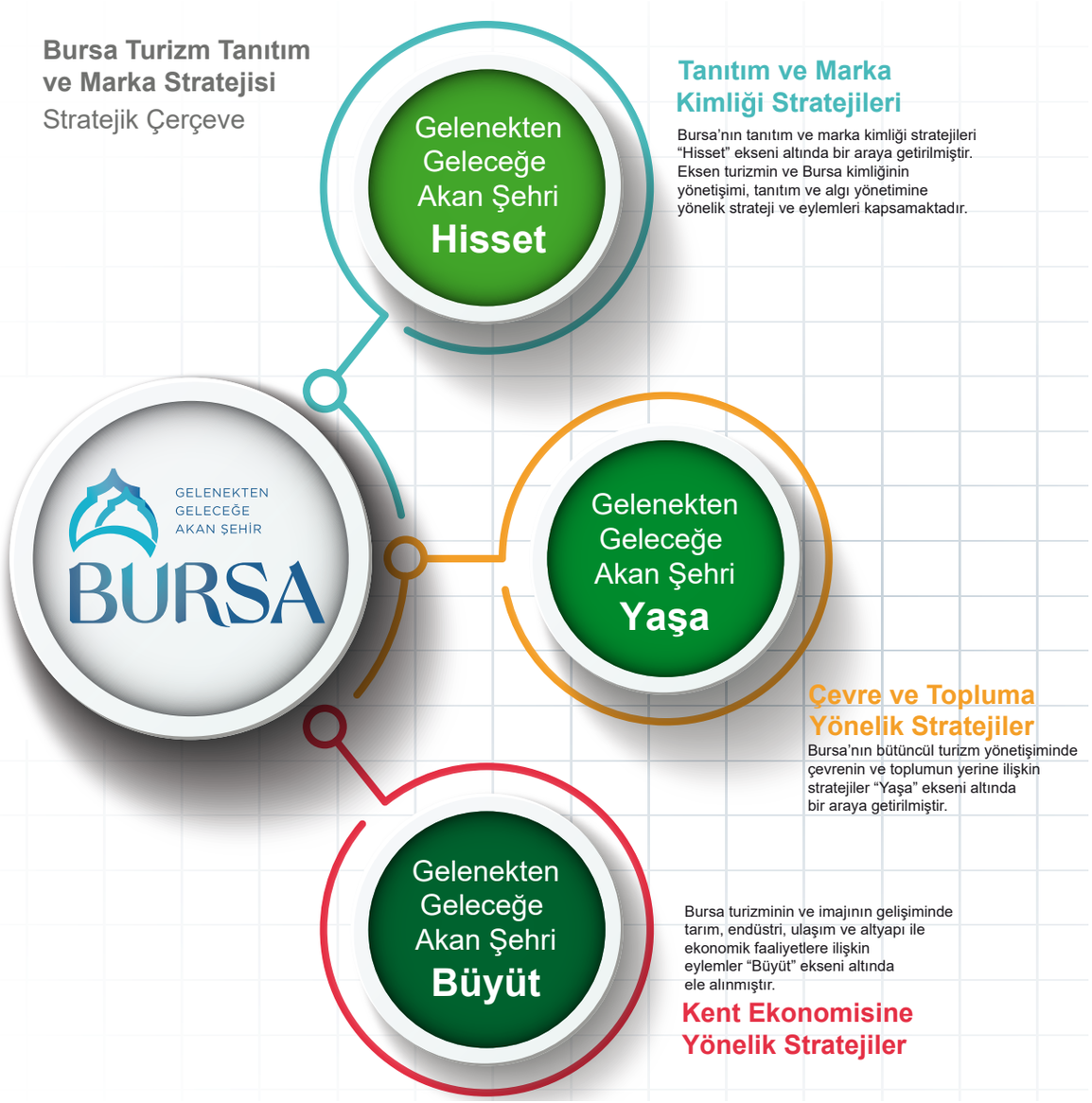
Bu kapsamlı süreç neticesinde Bursa için turizme yönelik tanıtım, marka ve iletişim stratejisi ortaya konmuştur. Bu strateji özellikle altyapı yatırımı gerektiren ve imaj harici unsurlar için tavsiye niteliğinde kurgulanmış, yapısı gereği yatırım ve projeler tanımlamamıştır. Buna karşın mevcut, planlanan ve yapılabilecek çalışmalara girdi sağlamak adına tespitleri içermiştir. Bu tespitler üst kimlik ve imaj çerçevesi, temalar ve hedef kitleler, değerler, benimseme ve insan kaynakları ile fiziki altyapı ve destekleyici hizmetler başlıkları altında bir araya getirilmiştir.

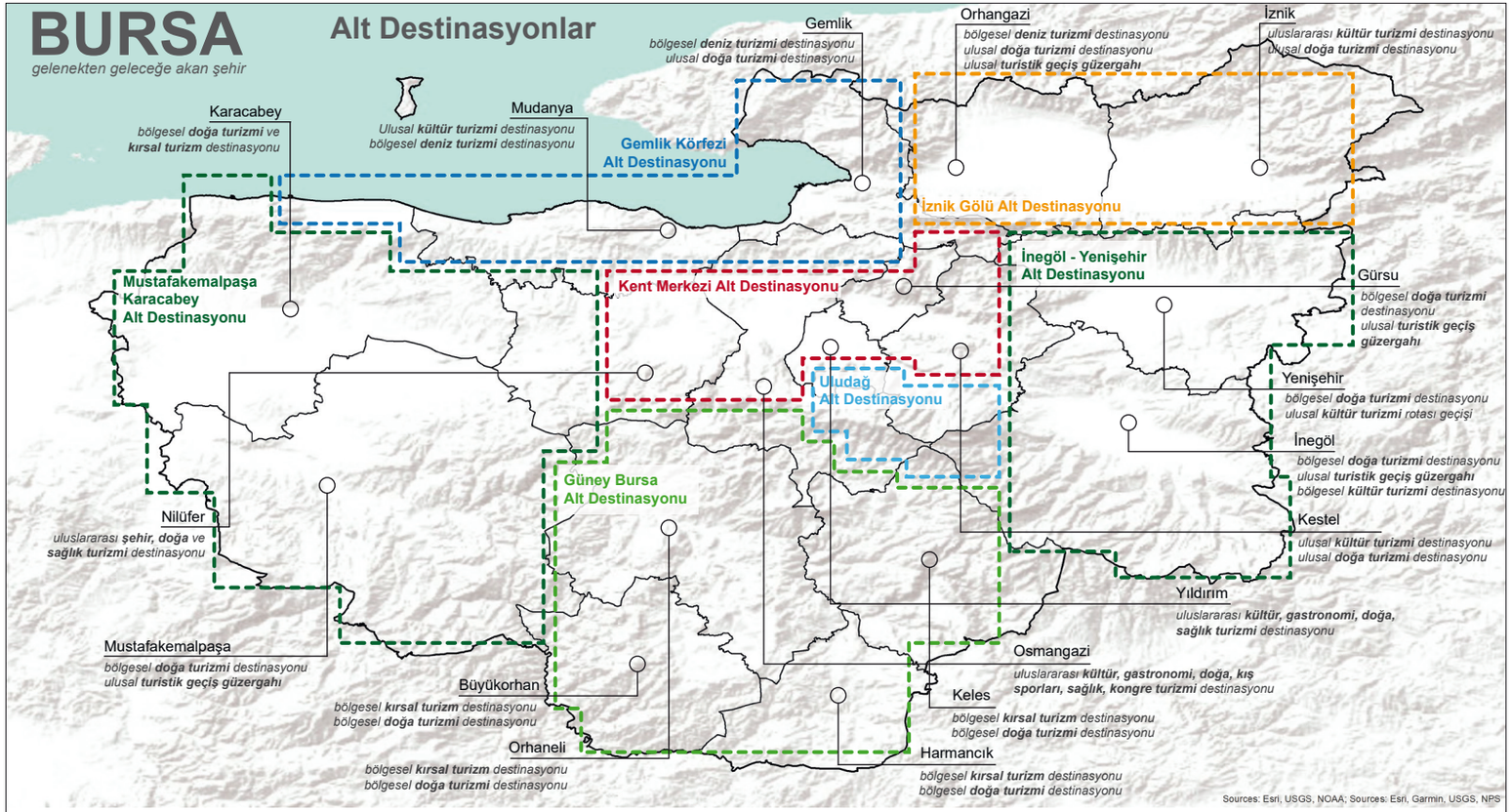
Bu tespitler doğrultusunda Bursa ili için geliştirilen strateji çerçevesi **"Gelenekten Geleceğe Akan Şehir"** marka çerçevesi ve **su teması** altında Bursa'nın fethinin 700. yıl dönümü olan **2026 hedef yılına** yönelik olarak **3 eksen** üzerinden kurgulanmıştır.

Bu kurguda Bursa'nın turistik değerleri beş tema (4 ana tema, 1 destekleyici tema) altında toplanmıştır. Bu temalar 5 ana iletişim temasını şekillendirmektedir. Her bir iletişim teması farklı turist ihtiyacına hitap eder niteliktedir. Bu iletişim temaları

ve hitap ettikleri ihtiyaçlar değerlerden beslenen alt kırılımlara sahiptir. **Tarih** teması **saygı ve öğrenme** ihtiyacı, **doğa** teması **kaçış ve dinlenme** ihtiyacı, **kış sporları** teması **adrenalin** ihtiyacı, **sağlık** teması **zindelik** ihtiyacı ve **gastronomi** teması **deneyimleme** ihtiyacı ile değerler bazında sentezlenmiştir.

Bu iletişim çerçevesinin hayata geçirilmesine yönelik bir yol haritası ve eylemler bütünü tasarlanmış ve 3 eksen altında bir araya getirilmiştir. Tanıtım ve marka kimliği stratejileri "Gelenekten Geleceğe Akan Şehri **Hisset**", çevre ve topluma yönelik stratejiler "Gelenekten Geleceğe Akan Şehri **Yaşa**" ve kent ekonomisine yönelik stratejiler "Gelenekten Geleceğe Akan Şehri **Büyü**t" eksenleri altında kurgulanmış ve Gelenekten Geleceğe Akan Şehir Bursa imajına yönelik eylemleri içermektedir.





Kent Merkezi Alt Destinasyonu

Yerli turist için saygı ve öğrenme başta olmak üzere **tarih** teması önceliklidir.

Beyaz yakalı olarak kabul edilebilecek nispeten üst eğitim ve gelir grubundaki yerli turistlere yönelik deneyimleme öncelikli **gastronomi** öne çıkartılmıştır.

Yabancı turist nezdinde Batı ülkeleri ve Uzakdoğu öncelikli olarak kültür öne çıkmaktadır. Bu kitle için öğrenme başta olmak üzere **tarih** temasına odaklanılacaktır.

Tüm yerli ve yabancı kitleler için **termal ve sağlık** teması alt destinasyon için önceliklidir.

Uludağ Alt Destinasyonu

Yerli turist için saygı ve öğrenme başta olmak üzere **tarih** teması önceliklidir.

Beyaz yakalı olarak kabul edilebilecek nispeten üst eğitim ve gelir grubundaki yerli turistlere yönelik deneyimleme öncelikli **gastronomi** öne çıkartılmıştır.

Yabancı turist nezdinde Batı ülkeleri ve Uzakdoğu öncelikli olarak kültür öne çıkmaktadır. Bu kitle için öğrenme başta olmak üzere **tarih** temasına odaklanılacaktır.

Tüm yerli ve yabancı kitleler için **termal ve sağlık** teması alt destinasyon için önceliklidir.

İznik Gölü Alt Destinasyonu

Batılı ve Uzakdoğulu turistler için öğrenme kavramı üzerinden **tarih** teması ile öncelikleştirilmiştir.

Bölgesel ölçekte kaçış - dinlenme odaklı **doğa** turizmi destinasyonudur.

Gemlik Körfezi Alt Destinasyonu

Gemlik, Mudanya ve Karacabey'in sahil kesimlerini kapsayan alt destinasyon kaçış - dinlenme kavramları odaklı ve denize dayalı **doğa** turizmi teması önceliklidir.

İnegöl - Yenişehir Alt Destinasyonu

Geçiş güzergahı olarak ulusal ölçekte ve bölgesel çapta kaçış - dinlenme ve kırsal faaliyetler odaklı **doğa** turizmi destinasyonudur.

Yerli turistlere yönelik deneyimleme öncelikli **gastronomi** öne çıkartılmıştır.

Mustafakemalpaşa Karacabey Alt Destinasyonu

Geçiş güzergahı olarak ulusal ölçekte ve bölgesel çapta kaçış - dinlenme ve kırsal faaliyetler odaklı **doğa** turizmi destinasyonudur.

Güney Bursa Alt Destinasyonu

Bursa'nın turizmden en düşük payı alan ancak büyük potansiyel barındıran destinasyonu olarak kaçış - dinlenme kavramları üzerinden **doğa** turizmi destinasyonu olarak tanımlanmıştır.

Gelenekten Geleceğe Akan Şehir Bursa'yı

HİSSET
Tanıtım ve Marka Kimliği Stratejileri

YAŞA
Çevre ve Topluma Yönelik Stratejiler

BÜYÜT
Kent ve Turizm Ekonomisine Yönelik Stratejiler

EYLEM	SORUMLU	ZAMANLAMA
Yöresel Ürünleri Koru ve Markalaştır		
Coğrafi İşaret (Menşe, Mahreç) Belgesi Bulunmayan Yöresel Tarım Ürünlerinin İşlemlerinin Tamamlanması	Bursa Ticaret ve Sanayi Odası	2023 / 2
Yöresel Ürünleri İçeren Lüks Hediyeliklerin Geliştirilmesi	Bursa Ticaret Borsası	2021 / 4
İpek Böcekçiliği Sektörünün ve İpek Üretiminin Geliştirilmesi	Bursa Ticaret ve Sanayi Odası	2026 / 3
Organik Ürün Üretiminin ve Pazarlarının Yaygınlaştırılması	İlçe Belediyeleri	Sürekli
Bursa Mutfağı Markası Altında Standart Turistik Menüler Oluşturulması ve Düzenli Tanıtımının Yapılması	Bursa Aşçılar Odası	2022 / 3
Bursa Hediyelik Eşya Tasarımı Yarışması ve Atölye Çalışmaları Düzenlenmesi	Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği	2022 / 3
Yöresel Ürün Üretimine Yönelik Kadın Kooperatiflerinin Yaygınlaşması	Bursa Ticaret ve Sanayi Odası	2022 / 3
Temiz Üretimi Benimse		
Bursa Organize Sanayi Bölgesinin Yeşil OSB Olması	Bursa Organize Sanayi Bölgesi Müdürlüğü	2021 / 4
Bursa'da Düzenlenen Fuarlara Yabancı Katılımın Arttırılması	Bursa Ticaret ve Sanayi Odası	2022 / 1
Bursa Sağlık Turizmi Stratejilerinin Uygulanması	Bursa Eskişehir Bilecik Kalkınma Ajansı	2022 / 1
Bursa'ya Gelen İş İnsanlarının Aileleri ile Gelişlerinin Özendirilmesi	Bursa Ticaret ve Sanayi Odası	2022 / 4
Ovalar ve Su Havzaları Başta Olmak Üzere Kirletici Sanayi Yatırımlarının Kısıtlanması	Bursa Sanayi ve Teknoloji İl Müdürlüğü	2026 / 2
Bursa Ticaret ve Sanayi Odası Çevre Ödülleri Organizasyonu	Bursa Ticaret ve Sanayi Odası	Sürekli
Çevreye Duyarlı Yatırımları Artır		
Glamping Yatırımları Yapılması	Doğa Koruma ve Milli Parklar Bölge Müdürlüğü	2023 / 2
Nitelikli Butik Otel Yatırımlarının Arttırılması ve Desteklenmesi	Bursa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	2024 / 4
Çevreye Duyarlı Turizm Tesisi (Yeşil Yıldız) Belgeli Otel Sayısının Arttırılması	Bursa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	2024 / 4
Helal Turizm Tesislerinin Arttırılması	Bursa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	2024 / 4
Organik Tarıma Dayalı Eko-Turizm Yatırımlarının Artması ve Turizme Açılması	İlçe Belediyeleri	2024 / 2

GELENEKTEN GELECEĞE AKAN ŞEHİR BURSA

Gelenekten Geleceğe Akan Şehir Bursa'yı

HİSSET
Tanıtım ve Marka Kimliği Stratejileri

YAŞA
Çevre ve Topluma Yönelik Stratejiler

BÜYÜT
Kent ve Turizm Ekonomisine Yönelik Stratejiler

EYLEM	SORUMLU	ZAMANLAMA
Turizmi ve Tanıtımı Dijitalleştir		
Dijital İçeriklerin Güncel Tutulması	Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği	Sürekli
Ortak Bursa Tanıtım Sitesi ve Mobil Aplikasyonunun Geliştirilmesi ve Yaygınlaştırılması	Bursa Büyükşehir Belediyesi	2021 / 4
Çince Dijital İçerikler Oluşturulması ve Mobil Ödeme Uygulamalarının Yaygınlaşması	Bursa Ticaret ve Sanayi Odası	2022 / 1
Hintçe İçerik Oluşturulması ve Sosyal Medyada Kullanılması	Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği	2022 / 1
Bursa Müzelerindeki Farklı Dillerde Sesli Anlatımı için Altyapı Oluşturulması	Bursa Büyükşehir Belediyesi	2023 / 1
Bursa'daki Turistik Çekicilikler İçin Arttırılmış Gerçeklik Uygulamaları	Bursa Büyükşehir Belediyesi	2023 / 1
Bursa Dijital Veri Tabanı Oluşturulması	Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği	2023 / 3
Bursa Akıllı Destinasyon Eylem Planı Hazırlanması ve Kademeli Şekilde Akıllı Destinasyon Olması	Bursa Büyükşehir Belediyesi	2026 / 4
Bursa'nın Dijital Oyunlar ve Yarışmalarda Mekan Olarak Kullanılması	Bursa Büyükşehir Belediyesi	2026 / 4
Tarihi Alanlarda Işık ve Ses Gösterileri Yapılması	Bursa Büyükşehir Belediyesi	2026 / 4
Sürdürülebilir Kent Uygulamalarını Artır		
Tarihi Kent Merkezinde Yayalaştırma Uygulamaları	Bursa Büyükşehir Belediyesi	2022 / 2
22 Eylül Arabasız Gün Uygulaması	Bursa Büyükşehir Belediyesi	Her Yıl
2023 Yılı Avrupa Yeşil Başkentler (EU Green Capitals) Başvurusu	Bursa Büyükşehir Belediyesi	2021 / 3
Kültür ve Sanat Faaliyetlerinin Çeşitlendirilmesi	Bursa Büyükşehir Belediyesi	2022 / 2
Gölyazı'da Konaklamanın ve Turistik Etkinliklerin Geliştirilmesi	Nilüfer Belediyesi	2022 / 2
Cumalıkızık'ın Yaşayan Osmanlı Köyü Olarak Ülke Genelinde ve Yurt Dışında Tanınması	Yıldırım Belediyesi	2023 / 1
Tur Otobüsleri ve Bireysel Taşıtlar için Oto Park Alanlarının Yaygınlaştırılması	Bursa Büyükşehir Belediyesi	2023 / 2
Bisiklet Kiralama Sistemi Kurulması ve Bisiklet Rotalarının Planlanması	Bursa Büyükşehir Belediyesi	2025 / 4
Gelenekten Geleceğe Bursa Müzesi	Bursa Büyükşehir Belediyesi	2026 / 4
Gelenekten Geleceğe Bursa Sokağı	Bursa Büyükşehir Belediyesi	2026 / 4
Gelenekten Geleceğe Bursa Kent Mobilyası Tasarım Yarışması	Bursa Büyükşehir Belediyesi	2026 / 4
Koruma Bilincini Geliştir		
Ramazan Aylarında Geniş Katılımlı Karagöz Oyunu Uygulamaları ve Destekleyici Ürünler	Bursa Büyükşehir Belediyesi	Her Yıl Ramazan Ayında
Mavi Bayraklı Plaj ve Marina Oluşturulması	Bursa Büyükşehir Belediyesi	2023 / 2
Gençlere (Backpackers) Özel Etkinlik ve Olanakların Arttırılması	Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği	2021 / 2
İl Geneli Ağaçlandırma Seferberliklerinin Gerçekleştirilmesi	Bursa Orman Bölge Müdürlüğü	2023 / 1 - 2025 / 1
İznik Çinisinin Yaşatılması ve Ticarileşmesi	İznik Belediyesi	2025 / 2
Restorasyon ve Sokak Sağlıklaştırma Projelerinin Desteklenmesi	Bursa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	Sürekli

GELENEKTEN GELECEĞE AKAN ŞEHİR BURSA

Gelenekten Geleceğe Akan Şehir Bursa'yı

HİSSET
Tanıtım ve Marka Kimliği Stratejileri

YAŞA
Çevre ve Topluma Yönelik Stratejiler

BÜYÜT
Kent ve Turizm Ekonomisine Yönelik Stratejiler

EYLEM	SORUMLU	ZAMANLAMA
Turizmi ve Marka Kimliğini Birlikte Yönet		
Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği'nin Destinasyon Yönetim Örgütü Niteliği Kazanması	Bursa Büyükşehir Belediyesi	2021 / 2
"Gelenekten Geleceğe Akan Şehir" Kimliğinin Ulusal Düzeyde Benimsenmesi ve Sahiplenilmesi Çalışmaları	Bursa Valiliği	2021 / 2
Sabiha Gökçen Havalimanında Bursa Yönlendirmelerinin ve Bilgilendirmelerinin Güçlendirilmesi	Bursa Valiliği	2021 / 3
Bursalı Turistik İşletmelerin Yereldeki ve İl Dışındaki Şubelerinde ve Ürünlerinde Kimlik Temalarını Kullanmaları	Bursa Ticaret ve Sanayi Odası	2021 / 4
Uludağ Alan / Destinasyon Yönetiminin Ortak Bir Yapı ile Gerçekleştirilmesi	Bursa Valiliği	2023 / 2
Düzenli Turist Memnuniyet Ölçümleri ve Geri Bildirim	Bursa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	Yılda 2 Kere
Dış Paydaşlarla Düzenli İletişim Sistematiği Kurulması ve Yönetilmesi	Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği	Sürekli
Uludağ Üniversitesi'nde Turizm Fakültesi Açılması	Bursa Uludağ Üniversitesi	2025 / 3
Bursa Kimlik Unsurlarının Çıkartma (Sticker) Olarak Esnafa ve İşletmelere Dağıtılması	Bursa Büyükşehir Belediyesi	2021 / 4
Bursa'yı Birlikte Tanıt		
Çinli Turizmcilerin Bursa'da Ağırlanması	Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği	2022 / 3 (2 Yıl Boyunca)
Balkan ve Karadeniz Ülkelerinden Sağlık Turizmi Acentelerine Yönelik Tanıtım Turu	Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği	2022 / 3 (3 Yıl Boyunca)
Hintli Seyahat Acentelerine Yönelik Tanıtım Turu	Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği	2023 / 2 (3 Yıl Boyunca)
Dubai ATM Fuarına Ortak Katılım	Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği	2022 / 2 (5 Yıl Boyunca)
Jeddah International Travel & Tourism Exhibition (JTTX-SA) Katılımı	Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği	2022 / 2 (3 Yıl Boyunca)
Riyadh Travel Fair Katılımı	Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği	2022 / 2 (3 Yıl Boyunca)
Yenişehir Doğrudan Uçuş Noktalarında Odaklanmış Tanıtım Gerçekleştirilmesi ve Acenteler Arası İş Birlikleri	Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği	2022 / 1 (3 Yıl Boyunca)
İstanbul - Mudanya Seferi Yapılan Noktalarda Bursa Ortak Kimliğinin Kullanılması	Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği	2021 / 3 (3 Yıl Boyunca)
Orta Doğu Ülkelerine Yönelik "Bursa'da Ramazan" Temalı Paket Programların Yaygınlaştırılması	TÜRSAB Güney Marmara Bölge Temsil Kurulu	2022 / 1
Uluslararası ve Ulusal Festivallerin Düzenlenmesi	Bursa Büyükşehir Belediyesi	2022 / 2 (5 Yıl Boyunca)
Tüm Tanıtım Materyallerinin Ortak ve Marka Kimliğine Uygun Hale Getirilmesi	Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği	2021 / 4 - 2025 / 4
İznik'in de rotası içinde bulunduğu "Hoşgörü Yolu (Tolerance Way)"nun Tanınırlığının Arttırılması	Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği	2024 / 1
Acentelerin ve Tur Operatörlerinin ve Sinema Yapım Şirketlerinin Düzenli Olarak Bursa'da Ağırlanması	Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği	2022 / 1 (5 Yıl Boyunca)
Gelenekten Geleceğe Akan Şehir Bursa Mobil Tanıtım Aracı	Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği	Sürekli
Beş Duyuya Hitap Eden Bursa Tanıtım Klipleri	Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği	2022 / 2
"Bursa'da Yapılması Gereken 10 Şey" ve "Unutulmaz Deneyimler" Kampanyası	Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği	2024 / 3
Bursalılarda ve Turistlerde Turizm Algısını Yerleştir		
Çekicilikler ve Değerlerin Tabelalandırılması	Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği	2021 / 3
Bursa'nın Kent Kapılarında Kimlik Uygulamaları	Bursa Kültür Turizm ve Tanıtma Birliği	2021 / 3
2027 Avrupa Gençlik Olimpik Festivali (European Youth Olympic Winter Festivals - EYOF) Adaylığı	Bursa Büyükşehir Belediyesi	2021 / 3
Gençlerin Turizm için Çalışmalarının Sağlanması	Bursa Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü	Sürekli
İznik'te Turizm Algısının Geliştirilmesi	İznik Belediyesi	2022 / 1
Turistik Yerleşimlerde Kültürel Miras ve Turizm Bilincini Geliştirici Eğitim Programları Düzenlenmesi	Bursa İl Milli Eğitim Müdürlüğü	Sürekli
Yerel Gelenekleri Yansıtan ve Turistlere Sunulabilecek Deneyimleme İmkanlarının Süreklileştirilmesi	İlçe Belediyeleri	Sürekli
Bursa Hazine Avı	Bursa Büyükşehir Belediyesi	Sürekli
Bursa Marka Elçileri (Brand Ambassadors of Bursa)	Bursa Büyükşehir Belediyesi	2022 / 1
"Bunları Biliyor Muydunuz?" Kampanyası	Bursa Büyükşehir Belediyesi	2023

GELENEKTEN GELECEĞE AKAN ŞEHİR BURSA

GELENEKTEN
GELECEĞE
AKAN ŞEHİR

BURSA

BURSA BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ

KÜLTÜR TURİZM TANITMA BİRLİĞİ
BURSA

BEBKA
Bursa Eskişehir Bilecik Kalkınma Ajansı