

**YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**1990 YILINDAN SONRA BERLİN’DE KENTSEL
GELİŞİM BAĞLAMINDA YAPILAN TURİZM
GELİŞTİRME STRATEJİLERİNİN İRDELENMESİ**

Mimar Alev GÖNENÇER

**FBE Mimarlık Anabilim Dalı Bina Araştırma ve Planlama Programında
Hazırlanan**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tez Danışmanı : Doç. Dr. Tülin GÖRGÜLÜ (YTÜ)

İSTANBUL, 2009

İÇİNDEKİLER

Sayfa

KISALTMALAR.....	iv
ŞEKİL LİSTESİ	vi
TABLO LİSTESİ	viii
ÖNSÖZ	ix
ÖZET	Error! Bookmark not defined.
ABSTRACT	Error! Bookmark not defined.
1. GİRİŞ.....	1
1.1 Amaç	1
1.2 Kapsam.....	2
1.3 Yöntem	2
2. TURİZM.....	3
2.1 Turizm ve Turist Kavramları.....	3
2.2 Turizmin Tarihçesi ve Gelişim Süreci	4
2.3 Turizm Çeşitleri.....	7
2.3.1 Kentsel Turizm	8
3. ALMANYA'DA TURİZM	11
3.1 Turizm Politikaları ve Kararları	11
3.2 Turizm Gelişim Stratejileri Sonucu Almanya'daki Turizm Hareketliliği.....	14
4. BERLİN.....	17
4.1 Berlin'in Tarihçesi.....	18
4.1.1 Şehrin Kuruluşu, Prusya, Almanya İmparatorluğu ve Weimar Cumhuriyeti.....	18
4.1.2 Nazi Almanya'sı ve İkinci Dünya Savaşı.....	20
4.1.3 Doğu-Batı Berlin'in Birleşmesi ve Yeni Berlin	23
4.2 Berlin'in Yeniden Başkent Olma Sürecinde Kentsel Gelişim ve Turizm Geliştirme Stratejileri	25
4.2.1 Berlin'de Turizm Geliştirme Stratejileri.....	25
4.2.1.1 İletişim ve İşbirliği.....	26
4.2.1.2 Turizmle İlgili Altyapı.....	27
4.2.1.3 Turizmle ilgili etkinlikler.....	29
4.2.1.4 Servis ve Kalite.....	40
4.2.1.5 Destinasyonun Pazarlanması	41
4.2.1.6 Sayılarla Berlin'de Turizm	42
4.2.2 Berlin'de Kentsel Gelişim Stratejileri	46

4.2.2.1	Berlin'in Kentsel Gelişim Stratejileri Paralelinde Yapılan Kentsel düzenlemeler ve Yapılar.....	50
5.	BERLİN'İN TARİHSEL SÜREÇTE TURİZM ve KENTSEL GELİŞİM STRATEJİLERİ PARALELİNDEKİ KAZANIMLAR.....	73
	KAYNAKLAR.....	76
	İNTERNET KAYNAKLARI.....	80
	ÖZGEÇMİŞ.....	84

KISALTMALAR

ABB	Asea Brown Boveri
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AG City	Arbeitsgemeinschaft City e. V.
BBi	Berlin Brandenburg Uluslararası Havalimanı
BCO	Berlin Kongre Ofisi
Bkz.	Bakınız
BOC	The Berlin Düzenleme Komitesi
BTM	Berlin Turizm Tanıtım Şirketi
BVG	Berlin Toplu Taşıma İşletmesi
BMWİ	Federal Ekonomi ve Teknoloji Bakanlığı
BMVBS	Federal Ulaştırma, İnşaat ve Kentsel Gelişim Bakanlığı
DDR	Demokratik Alman Cumhuriyeti
DEHOGA	Alman Otel ve Lokantalar Birliği
dİM	Debis Emlak Yönetimi
DG	Alman Demiryolları Şirketi
DSTF	Alman Turizm Semineri
DTV	Almanya Turizm Örgütü
DZT	Alman Ulusal Turizm Kurulu
EFRE	Bölgesel Gelişim için Avrupa Ödenekleri
GmbH	Limited Şirket
HBB	Berlin-Brandenburg Ticaret Birliği
IAAF	Uluslararası Atletizm Federasyonları Birliği
ICC Berlin	Berlin Uluslararası Kongre Merkezi
ICCA	Uluslararası Kongre ve Toplantı Birliği
IHK	Sanayi ve Ticaret Odası
ISTAF	Uluslararası Atletizm Şampiyonası
KOBİ	Küçük Ve Orta Büyüklükte İşletmeler
M.Ö.	Milattan Önce
OECD	Ekonomi Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
PwC	PriceWaterhouse Coopers
SenWAF	Ekonomi, Çalışma ve Kadınlardan Sorumlu Eyalet Yönetimi
SenWTF	Ekonomi, Teknoloji ve Kadınlardan Sorumlu Eyalet Yönetimi
SSCB	Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği

Unesco	Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü
UNWTO	Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü
vb.	ve benzerleri

ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa

Şekil 4.1 Berlin'in idari bölgeleri [1]	17
Şekil 4.2 Potsdam Meydanı 1924 [7]	20
Şekil 4.3 Toplama kampı [8]	21
Şekil 4.4 Wilhelm Meydanı İkinci Dünya Savaşından önce (1936) ve sonra (1945) [9].....	21
Şekil 4.5 Berlinlilerin Sovyetler Birliği bölgesinden kaçmaları, Ağustos 1961 [10].....	22
Şekil 4.6 Ağustos 1961'de Doğu ve Batı Berlin arasına çekilen tel örgülü bariyer [12]	22
Şekil 4.7 9-10 Kasım Brandenburg Kapısı [13]	23
Şekil 4.8 Potsdam Meydanı (A. Gönençer Arşivi).....	24
Şekil 4.9 Estrel Otel ve Kongre Merkezi [16]	30
Şekil 4.10 ICC Berlin [17].....	31
Şekil 4.11 O2 World Arena [18]	32
Şekil 4.12 Müze Adası [20]	33
Şekil 4.13 Berlin Maratonu 2008 [21].....	35
Şekil 4.14 Şehir merkezinde tekne gezisi [24]	38
Şekil 4.15 Tauentzien Caddesi [25].....	39
Şekil 4.16 Berlin'in kentsel gelişimi [28].....	48
Şekil 4.17 Berlin şehir merkezi [29].....	50
Şekil 4.18 Potsdam Meydanı 1993 [31]	52
Şekil 4.19 Potsdam Meydanı 2003 [32]	52
Şekil 4.20 Daimler Chrysler Bölgesi [34]	54
Şekil 4.21 Marlene Dietrich Meydanı'ndaki Casino ve Tiyatro (A. Gönençer arşivi)	55
Şekil 4.22 Richard Rogers'ın tasarladığı binalar ve Tilla Durieux Parkı (A. Gönençer arşivi)	56
Şekil 4.23 Arkaden Alışveriş Merkezi (A. Gönençer arşivi)	56
Şekil 4.24 Potsdam Meydanı Üç Gökdelin [32]	57
Şekil 4.25 Sony Merkezi [40].....	58
Şekil 4.26 Sony Merkezi [41].....	58
Şekil 4.27 Lenne Üçgeni [44].....	59
Şekil 4.28 Ritz Carlton Otel ve Delbrück Bankası [46]	60
Şekil 4.29 Park Side Apartmanları [47].....	60
Şekil 4.30 Park Kolonadları [52].....	62
Şekil 4.31 Leipzig Meydanı 2005 [54].....	63
Şekil 4.32 Reichstag Binası [61]	66
Şekil 4.33 Reichstag Binası'nın kubbesi (A. Gönençer arşivi)	67

Şekil 4.34 Kubbenin içi [63].....	67
Şekil 4.35 Yahudi Müzesi [65].....	68
Şekil 4.36 Hoffman Bahçesi [67]	69
Şekil 4.37 Yahudi Müzesi iç mekânı (A. Gönençer arşivi).....	69
Şekil 4.38 Cam örtülü bahçe [69].....	70
Şekil 4.39 Berlin Merkez Tren Garı (A. Gönençer arşivi)	72
Şekil 4.40 Berlin Merkez Tren Garı'nın kesiti (Anonim, 2005.5)	72

TABLO LİSTESİ

Sayfa

Tablo3.1 2003'den 2007 yılına kadar yıllara göre Almanya'ya gelen yabancı, yerli ve toplam turist sayıları	14
Tablo 3.2 2003'den 2007 yılına kadar yıllara göre Almanya'da yabancı turist, yerli turist ve toplam geceleme sayıları	14
Tablo 3.3 2007 yılında Almanya'ya en çok gelen yabancı ülkelere göre turist sayıları	15
Tablo 3.4 2003'den 2007 yılına kadar Almanya'da bulunan yatak sayıları.....	15
Tablo 3.5 2007 yılında Almanya'da en çok geceleme yapılan şehirler.....	16
Tablo 4.1 1989'dan 2007 yılına kadar yıllara göre Berlin'e gelen yabancı, yerli ve toplam turist sayıları	42
Tablo 4.2 1989'dan 2007 yılına kadar yıllara göre Berlin'de yabancı turist, yerli turist ve toplam geceleme sayıları	43
Tablo 4.3 2007 yılında Berlin'e en çok gelen yabancı ülkelere göre turist sayıları	44
Tablo 4.4 1989'dan 2007 yılına kadar yıllara göre Berlin'de bulunan tesis sayıları.....	45
Tablo 4.5 1989'dan 2007 yılına kadar Berlin'de bulunan yatak sayıları	45

ÖNSÖZ

Bu tez çerçevesinde; duvarın yıkılması ardından yeniden birleşen Berlin kentinde, birleşme sonrasında uygulanan kentsel gelişim ve turizm geliştirme stratejilerden ve bu stratejiler paralelinde kentin elde ettiği kazanımlardan bahsedilmiştir.

Bu çalışma süresi boyunca bana çok değerli bilgi ve önerileriyle yardımcı ve destek olan, çalışmamın şekillenmesinde ve diğer tüm aşamalarında sağladığı katkılardan dolayı, Yıldız Teknik Üniversitesi Tasarım Kuram ve Yöntemleri Bilim dalı öğretim üyesi ve tez danışmanım Doç. Dr. Tülin Görgülü'ye; çalışmama katkıda bulunan meslektaş ve dostlarıma; beni her zaman destekleyen ve yanımda olan canım anneme, babama ve ağabeyime; bütün süreç boyunca bana destek olan ve yardımını esirgemeyen dostum Murat Yaşlıoğlu'na çok teşekkür ederim...

Ocak, 2009

Alev GÖNENÇER

1990 YILINDAN SONRA BERLİN'DE KENTSEL GELİŞİM BAĞLAMINDA YAPILAN TURİZM GELİŞTİRME STRATEJİLERİNİN İRDELENMESİ

Alev GÖNENÇER
Mimarlık, Yüksek Lisans Tezi

Beş bölümden oluşan çalışmanın amacı; Doğu-Batı Berlin'in 1990 yılında birleşmesinden sonra kentsel gelişim bağlamında yapılan turizm geliştirme stratejilerinin tanımlanması ve bu stratejiler sonucunda kentin sağladığı kazanımların irdelenmesidir.

Giriş bölümünde, çalışmanın konusu olan “1990 yılından sonra Berlin’de kentsel gelişim bağlamında yapılan turizm geliştirme stratejilerinin irdelenmesi” kapsamında araştırmanın amacı, kapsamı ve yönetimi belirtilmektedir.

İkinci bölümde; genel turizm tanımına, tarihsel gelişimine ve çeşitlerine değinilmektedir. Ayrıca son yıllarda önemli bir yere sahip olan “kentsel turizm” anlatılmaktadır.

Üçüncü bölümde ise, Almanya’nın seyahat endüstrisinin genel yapısına ve turizm politikalarına yer verilmektedir. Ayrıca sayısal veriler yardımıyla Almanya’nın son beş yıllık turizm gelişimi incelenmektedir.

Dördüncü bölümde, Doğu-Batı Almanya’nın birleşmesinden sonra yeniden başkent olan Berlin ele alınmaktadır. Berlin’in tanıtılmasından sonra kentin, kuruluşundan günümüze kadar olan tarihçesine yer verilmektedir. Doğu-Batı Berlin’in birleşmesinden sonra “dünya kenti olma” vizyonu kapsamında yapılan turizm geliştirme ve kentsel gelişim stratejileri incelenmektedir. Turizm geliştirme stratejileri altında, turizmle ilgili yapılan düzenleme ve geliştirme çalışmalarına yer verilirken; kentsel gelişim stratejileri altında ise, 1990 yılından sonra yapılan kentsel gelişim uygulamalarından bahsedilmekte ve bu bağlamda yapılan kentsel düzenlemeler ve yapılar incelenmektedir. Ayrıca bu bölümde tablolar yardımıyla sunulan sayısal verilerle, 1989 yılından günümüze kadar olan Berlin turizm gelişimi incelenmekte ve bazı çıkarımlar yapılmaktadır.

Son bölümde ise, Berlin’in uyguladığı bu gelişim stratejileri doğrultusunda elde ettiği kazanımlar değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, kentsel turizm, Berlin, kentsel gelişim

JÜRİ:

1. Doç. Dr. Tülin Görgülü
2. Prof. Dr. Harun Batırbaygil
3. Yrd. Doç. Dr. Ayfer Yazgan Gül

Kabul tarihi: 18.05.2009
Sayfa Sayısı: 95

THE ANALYSIS OF TOURISM DEVELOPMENT STRATEGIES AS A PART OF URBAN DEVELOPMENT STRATEGIES AFTER 1990 IN BERLIN

Alev GÖNENÇER
Architecture, M.S. Thesis

The purpose of this research, which consists of five chapters, is to define the tourism development strategies as a part of the urban development and earnings of the city in return of these strategies, after Berlin's reunification in 1989.

In introduction part; the purpose, scope and methodology of the research will be given in respect with the main topic "The Analysis Of Tourism Development Strategies As A Part Of Urban Development Strategies After 1990 In Berlin".

In the second chapter; general tourism definition, historical development and types of tourism are mentioned. "Urban tourism", which is recently considered as a crucial factor both for economy and marketing of the city is, also described in this chapter.

In the third chapter; the general structure of Germany's tourism industry and tourism policies are discussed. The tourism development of Germany is investigated with the help of numbers.

In the fourth chapter; Berlin, the capital city of Germany, is mentioned. After the introduction to Berlin, the history of the city from the establishment up to date is briefly discussed. The urban development and tourism development strategies of Berlin after reunification is described. Tourism arrangements and development works are discussed under the heading "tourism development strategies"; the heading "urban development strategies" includes of the urban development practices after the reunification and the buildings and areas that are constructed in this context. Furthermore, in this chapter the numerical data given with the help of charts, indicates the tourism development of Berlin and gives opportunity to make some implications.

In the final chapter, the earnings of Berlin in parallel with these development strategies, within tourism context, are evaluated.

Keywords: Tourism, urban tourism, Berlin, urban development

JURY:

1. Assoc. Prof. Tülin Görgülü
2. Prof. Dr. Harun Batırbaygil
3. Assist. Prof. Dr. Ayfer Yazgan Gül

Date of acceptance: 18.05.2009

Number of pages: 95

1. GİRİŞ

1.1 Amaç

Küreselleşen dünya ile birlikte turizm sektörü ve hareketlerindeki hızlı gelişme, turizmi son yılların en önemli sektörlerinden biri haline getirmiştir. Günümüzde ekonomik açıdan olumlu etkisi, milli gelire olan katkısı, istihdam sağlaması ve büyük bir tanıtım aracı olmasından dolayı, turizmin giderek artan önemi ülkeler tarafından kabul görmektedir.

Turizmin, bölgeler ve ülkeler için önemli olmasından dolayı kentler, gündeme gelmek ve turizminden daha büyük pay alabilmek için kültürel, akademik, spor etkinlikleri gibi her türlü faaliyetleri çekici hale getirerek, tüm bu faaliyetlerin sağladığı tanıtım, pazarlama ve yeni gelir getirici yatırım avantajlarından faydalanmaktadır.

Ayrıca son yıllarda turizm eğilimlerinde insanların yeniliğe ve çeşitliliğe olan talebi hızla artmasıyla deniz, kum, güneş üçlüsü yerine kültür, tarih, kongre ve spor gibi tüm yıla yayılan turizm hareketleri ön plana çıkmaktadır. Bu nedenle kentler, bu yeni turizm hareketleri çerçevesinde mevcut bütün olanakları farklı biçimde pazarlamak ve diğer kentlerle yarışabilecek hale gelmek için çabalamaktadır.

Bu kentlerden biri ise, Almanya'nın başkenti Berlin'dir. 1989 yılında Berlin Duvarı'nın yıkılıp, Doğu-Batı Berlin'in yeniden birleşmesiyle hızlı bir değişim sürecine giren şehrin, yeniden dünya kenti olma vizyonu ortaya çıkmış ve bu bağlamda şehri öne çıkarmak için çalışmalar yapılmıştır. Berlin, Almanya'nın Paris ve Londra şehirlerine denk uluslararası metropolü olma yolunda ilerlemekte ve Almanya'nın dışarıya bakan yüzü olarak uluslararası yatırımcıların ve dünyanın her tarafından gelen ziyaretçileri çekmek için büyük uğraşlar vermektedir.

Mimarlık ise, kentsel gelişim stratejilerinin bir parçası olmakta ve kentin gelişimi açısından önemli bir rol oynamaktadır. Ayrıca kent gelişimi açısından önemli bir gelişim lokomotifi olmakla birlikte, son dönemlerde kentsel gelişim stratejileri alanında kullanılmasıyla gündemde yer almaktadır.

1990 yılında Doğu-Batı Berlin'in birleşmesinden sonra kentte uygulanan kentsel dönüşüm ve mimari gelişim projeleri, son yıllarda yapılan büyük ölçekli kentsel gelişim ve dönüşüm örnekleri arasında önemli bir yere sahiptir. Yaşanan kentsel gelişimin, 20. yüzyılın sonlarında yaşanan küresel ekonomik değişimlerin ve politikaların etkisi altında olmasıyla da Berlin

önemli bir örnek olmaktadır. Ayrıca uygulanan kentsel ve mimari dönüşümde izlenen ulusal ve uluslararası politikalar açısından da kent önemli bir örnek sayılmaktadır.

Çalışmada; 1990 yılında birleşen ve 1999 yılında yeniden başkent olan Berlin'in, birleştikten sonra kentsel gelişim bağlamında uyguladığı turizm geliştirme stratejilerinin ortaya konulması amaçlanmış ve uygulanan bu stratejilerin, kente sağladığı kazanımların tespit edilmesi hedeflenmiştir.

1.2 Kapsam

Çalışma kapsamında, çalışmanın altyapısını oluşturan turizm kavramının tanımı yapılmıştır. Almanya'daki turizm politikaları ve turizm gelişimi incelenmiş ve çalışmanın odak noktasını oluşturan Berlin kenti ele alınmıştır. 1990 yılında Doğu-Batı Berlin'in birleşmesinden sonra, kentin uyguladığı turizm ve kent gelişimi ile ilintili politikalar araştırılmış ve bu politikalar bağlamında yapılan düzenlemeler incelenmiştir. Ayrıca uygulanan bu politikalar sonucunda Berlin kentinin elde ettiği kazanımlar çeşitli verilerle ortaya koyulmuştur.

1.3 Yöntem

Berlin'in son dönemdeki dünya gündemine çıkma hedefleri, çalışma için önemli bir kriter olmuştur. Bu kriterden yola çıkılarak Berlin'in ulaşmak istediği hedef sorgulanacaktır. Turizm ve kentsel gelişim bağlamında Berlin'in oluşturduğu politikalarla hangi sonuçlara ulaştığı, ekonomik ve turizm anlamında ne tür değişimler geçirdiğini sonuçlar bölümünde tartışılacaktır.

Çalışmanın başlangıç aşamasında Berlin kentinde, yerinde inceleme, araştırma ve fotoğraf çekimleri gerçekleştirilmiştir. Çalışmada yoğun olarak veri toplama tekniklerinden, literatür tarama metodundan yararlanılmaya çalışılmıştır. Bu amaçla Türkiye'de mevcut turizm ve mimarlıkla ilgili bilgilerin olduğu üniversite kütüphaneleri ve çeşitli kurum ve kuruluşların dokümantasyon merkezleri taranmıştır. Literatür taramasıyla bulunamayan çeşitli makale, araştırma ve tablolara internet üzerinden ulaşılmıştır. Ayrıca yapılan literatür çalışmaları, internet araştırmaları ve Berlin-Brandenburg İstatistik Kurumu ile irtibat sonucunda elde edilen verilerden bazı tablolar oluşturulmuş ve konu ile istatistiksel çıkarımlar yapılmıştır.

2. TURİZM

2.1 Turizm ve Turist Kavramları

Seyahat, milyonlarca insanın günlük hayatını sürdürdüğü yerlerden geçici süreler için başka yerlere hareket etmesi anlamına gelmektedir. Yer değişimleri, ulaşım olanakları vasıtasıyla olup, varılan yerlerdeki konaklama birimleriyle sağlanmaktadır. Bu olgu XX. yüzyıla özgü modern bir olay olarak düşünülse de, insanlık tarihi kadar eskidir. İnsanlar yüzyıllar boyunca çeşitli sebep ve amaçlar doğrultusunda bulundukları yerler dışında, başka mekânlara doğru hareket etmişlerdir. Bu hareketler çeşitli dillerde değişik kavramlarla ifade edilirken, farklı kavramların doğurduğu karışıklıklar neticesinde son yıllarda mutabık kalınan bu hareketin ifade edilen şekline “turizm” denilmektedir (Kozak, 2001).

Jean Ginier eserinde, turizm sözcüğünün İngilizce “tourism” den geldiğini ve 1800 yılında Pegge tarafından “tour-ist” şeklinde ilk kez kullanıldığını, 1811 yılında ise Sporting Magazine’de “tourism” olarak geçtiğini kaydetmiştir (Çubuk, 1981).

Turizm başta insan özüne dayalı bir hareket olup ekonomik, siyasal, sosyal ve psikolojik unsurlar içermektedir. Bu nedenle turizm kavramı üzerinde birçok tanım yapılmışsa da, bütün sosyal kavramlarda olduğu gibi ortak bir tanım üzerinde uzlaşılammıştır (Öztaş, 2002).

Turizm kavramı üzerine yapılmış tanımlara bakılacak olursa;

Turizm; insanların sürekli konutlarının bulunduğu yer dışında sürekli olarak yerleşmek, sadece para kazanmak veya politik ya da askeri bir amacı izlemek üzere değil de; serbest bir ortam içinde, is, merak, din, sağlık, spor, dinlenme, eğlence, kültür, deneyim kazanma, snobik (taklit) amaçlarla veya dost ve akraba ziyareti, kongre ve seminerlere katılmak gibi nedenlerle, kişisel veya toplu olarak yaptıkları seyahatlerden, gittikleri yerlerde 24 saati asan veya o yerin bir konaklama tesisinde en az bir geceleme süre ile konaklamalarından ortaya çıkan is ve ilişkileri kapsayan, bir tüketim olayı, sosyal bir olay, ağır, bütün bir hizmet ve kültür endüstrisidir (Tataroğlu, 1990).

Dünya Turizm Örgütü’nün (WTO) kabul ettiği tanımda ise turizm, şahısların günlük çevreleri dışında boş zaman, iş ve başka amaçlar için bir yıldan fazla olmamak kaydıyla yolculuk etme ve konaklama aktivitelerini kapsamaktadır (Goeldner, 2006).

Turizm kavramı üzerine uzun yıllar boyunca özellikle akademik çevrelerde tartışmalar yapılmaktadır. Ekonomistler turizmi bir endüstri olarak görürken, pazarlamacılar pazar olarak görmektedir. Turizm kavramının tek bir tanımının yapılamamasının nedeni, turizmin birçok

sektör ve disiplinle ilişkide bulunması ve araştırmacıların turizmi kendi disiplinlerine özgü niteliklerini dikkate alarak tanımlamalarından kaynaklanmaktadır (Kozak, 2001).

Turizm olayının öznesi, insandır. Turizmin temelinde insanın “psikolojik tatmin duygusu” ön planda olmaktadır. Turizm hareketinin doğmasına olanak sağlayan ve bu hareketin odak noktası olan insan “turist” olarak tanımlanmaktadır (Tataroğlu,1990).

Turist kavramı, turizmin ekonomilerde büyük bir ağırlık kazanarak önemli bir hale gelmesi sonucuyla tanımlanmıştır. Turist kavramının da, turizm kavramında olduğu gibi tanım birliği bulunmamaktadır. Tarihsel açıdan bakıldığında, turist tanımlarının birbiriyle bağımsız olduğu ortaya çıkmıştır. Turist kelimesinin kökeni 17. yüzyıla dayanmaktadır. Ogilvy ’nin turist kavramında “sürekli oturduğu yerden en çok bir yıl süre ile ayrılan ve geçici olarak gittiği yerlerde, buralarda kazanmadığı parayı harcayan kimse” olarak bahsetmiştir. Ogilvy’nin turistle ilgili tanımı, turizm kavramında olduğu gibi süre ve ekonomik ölçütlerden bahsetmektedir.

İlk turist tanımı, Milletler Cemiyeti İstatistik Uzmanları Komitesi tarafından 1937 yılında yapılmıştır. Yer değiştiren insanları turistten ayırmak için şu tanım yapılmıştır: Bir ülkeye en az 24 saatlik bir süre kalmak için zevk, ailevi, sağlık, bilimsel, idari, dini, ticari, sportif nedenler ve çeşitli toplantılara katılmak amacıyla veya deniz gezileri ile gelenler turist olarak kabul edilmektedir (Kozak, 2001).

2.2 Turizmin Tarihçesi ve Gelişim Süreci

Turizm olgusu, tarih içinde insanlığın sosyal hayatları gibi istikrarlı bir gelişme göstermiştir. Turizmin tarihi ve gelişim süreci İlk Çağlardan günümüze kadar, alt başlıklar halinde incelenecektir.

İlk Çağda Turizm:

Tarihte Fenikelilerin ilk gezginler olduğu söylenmektedir. Birçok bölgeye çoğu ticaret olmak üzere dinsel ve sağlık amaçlı seyahat etmişlerdir. Eski Mısır M.Ö 3000 yıllarında en fazla ziyaret edilen yerlerden biri olmuştur. Gezginler Mısır’a piramitleri ve diğer eserleri görmeye gelerek konaklamayı iyi bir seviyeye ulaştırmıştır. Eski Yunan’da, M.Ö 700 yıllarında Olimpiyat Oyunları’nın başlaması sonucuyla, ülkeye birçok turist gelerek turizmi modern bir seviyeye taşımıştır. (Kozak, 2001).

Roma İmparatorluğu döneminin sağladığı güvenlik ve ulaşım ağları zevk amaçlı seyahatin başlamasını sağlamıştır. Bu dönemde yolları ve adlarını, aralarındaki uzaklıkları ve bunlara

erişmek için gereken süreleri içeren kitaplar oluşturulmuştur. Roma İmparatorluğunun çöküşüyle güvenliğin ortadan kalkmasıyla seyahatlerde azalma görülmüştür (Özgüç, 1998).

Orta Çağda Turizm:

Orta Çağ döneminde turizm faaliyetleri daha çok dini amaçlar çerçevesinde yapılmıştır. İngiltere’de Canterbury’ye, Fransa’da Lourdes’a, Anadolu’da Efes’e ve Kudüs’e hac ziyareti yapmak toplumsal bir özellik haline gelmiştir(Özgüç,1998). Orta Çağın önemli seyahat olaylarından biri de Haçlı Seferleri’dir. Ayrıca sağlık ve rahatlama nedeniyle, kaplıcalar ziyaret edilmiştir. Avrupa’daki ülkelerden 1557 yılında on binden fazla kişi Pymont’a gelip, basit kulübe ve kent çadırlarında konaklamışlardır (Kozak, 2001).

Orta Çağda, Marco Polo’nun uzun süren seyahatleri turistik açıdan önem taşımaktadır. Ayrıca Çin’e yaptığı seyahatten sonra yayınladığı eser, Asya’yı Avrupa’ya tanıtan ilk yayın olması bakımından önem taşımaktadır (Öztaş, 2002) .

Bu dönemde, Türk kavimlerinde de turizm faaliyetleri yayılmaya başlamıştır. Özellikle Anadolu Selçuklu Devleti, seyahat edenlerin konaklaması için, turizm tesislerinin ilk örnekleri olan kervansarayları inşa etmişlerdir (Kozak, 2001).

Yeni Çağda Turizm:

Yeni Çağın başlarında zevk ve tatil nedeniyle yapılan seyahatler, toplumun sadece üst tabakasına ait bir faaliyettir. Zevk ve tatil dışında olan seyahatler ise, iş amaçlı olup ticaret yapan kişiler tarafından yapılmaktadır (Toskay, 1983).

Rönesans’ın başlamasıyla birlikte seyahatler, sanatsal açıdan zengin merkezlere yönelik artmış ve daha çok İtalya’da yoğunlaşmıştır. Çok sayıda sanatçı, bilim adamı ve öğrenci her sene İtalya’ya seyahat etmeye başlamıştır (Kozak, 2001).

17. ve 18. yüzyıllarda diplomatlar, iş adamları ve zengin ailelerin çocukları başta Fransa ve İtalya olmak üzere Avrupa’ya seyahat etmişlerdir. Bu seyahatlere “Grand Tour” adı verilmiştir. O dönemde Paris, Roma, Floransa ve diğer kültür merkezlerinde eğitim görmek moda haline gelmiştir (Goeldner, 2006). Grand Tour yolculukları, çağdaş anlamda ilk otellerin açılmasında rol oynamıştır (İlk otel Londra’da 1634’te ve Paris’te 1667’de açılmıştır) (Ekenyazıcı, 2005).

Bu dönemde, sanayi devriminin başlamasıyla birlikte turizm alanında da bazı değişiklikler olmuştur. Nüfusun, gelirin ve şehirleşmenin artması nedeniyle turizm faaliyetleri artmıştır. Seyahatlerin planlanması ve düzenlenmesi için seyahat acenteleri kurulmuştur. Ayrıca oluşan

turizm pazarının yeni koşullarına uyum sağlamak amacıyla, konaklama birimlerinin kapasiteleri ve nitelikleri iyileştirilmiştir (Toskay, 1983).

Yakın Çağda Turizm:

Yakın Çağda fabrikaların kurulmasıyla iş gücü artmıştır. Sermaye sahipleri vakit doldurmak ve zenginliklerini göstermek amacıyla seyahate çıkmışlardır. Bu dönemde birçok otel açılmasına rağmen, turizm hala çok lüks bir olgu olmaya devam etmiştir. 1828 yılında ilk seyahat rehberi “Rheinland” tarafından yayınlanmıştır.

Avrupa’da demiryolu ulaşımının hızla gelişmesi sonucunda, seyahat sayısı da artmıştır. Demiryolu ulaşımının yanında, buharlı gemilerin kullanılmasıyla deniz ulaşımı da hızla gelişmiştir.

Bu dönemde görülen en önemli gelişme, demiryollarının sunduğu olanaklar sayesinde 1841 yılında Thomas Cook tarafından planlanan ilk paket turun gerçekleştirilmesidir (Kozak, 2001). Thomas Cook, daha sonra 1845 yılında yine demiryolu ulaşımıyla Glasgow şehrine tur düzenlenmiştir. Turizmin gelişiminde bir başlangıcı gerçekleştiren Thomas Cook, ilk tur operatörlüğünü de başlatmıştır. İlk seyahat acentesi de 1845’de Thomas Cook tarafından kurulmuştur. Ayrıca 1872 yılında ilk kez dünya turunu da Cook düzenlemiştir (Öztaş, 2002).

Refah seviyesinin artmasıyla artan turizm gelişmeleri, Birinci ve İkinci Dünya Savaşları ve 1930 yılında dünyayı saran önemli ekonomik krizle kesintiye uğramıştır. İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra, dünyada savaşın verdiği sıkıntıların dağıtılma çabası, turizmin gelişmesine yardımcı olmuştur. Ayrıca karayolu ulaşımının gelişmesi de, otomobil kullanımını artırmış ve bireyler kendi başlarına da seyahat etmeye başlamışlardır.

1950 Sonrası Turizm:

1950’li yıllarda, nüfusun daha büyük bir kısmında refah ve boş zaman artışı gözlenmiştir. Turizm faaliyetleri; ücretli tatil hakkının doğması, karayolu ve demiryolu ulaşımının kullanılması ile hızla gelişmiştir. Ayrıca, insanların kısa sürede daha uzak mesafelere seyahat etmesini sağlayan havayolu ulaşımı da yaygınlaşmıştır. Uçak kapasitelerinin artması ve fiyatlarının düşmesiyle büyük kitlelerin tatil alanlarına erişebilirliği sağlanmıştır (Özgüç, 1998).

Teknolojik ilerleme, ulaşım alanında olduğu gibi kitlesel iletişim araçlarında da gelişmeyi sağlamıştır. Kitlesel iletişim araçlarındaki gelişmeler, insanların diğer bölgeleri daha yakından tanımalarına ve değişik bilgileri elde etmelerine olanak sağlarken, turizmin gelişmesine de katkıda bulunmuştur (Kozak, 2001).

Böylece, 1950 yıllarında uluslararası turizme katılanların sayısı 25 milyon iken, 15 yıl içinde 4 kat büyüyerek 100 milyonu aşmıştır. Bundan sonra uluslararası turizm sürekli büyüme göstererek 1988 yılında 385 milyon turiste ulaşmıştır. 1994 yılında turist sayısı ilk kez yarım milyarı aşmıştır (Anonim, 2007.1). 2007 yılında ise turist sayısı 898 milyona ulaşmıştır (Anonim, 2008.1). Bu sayının, Dünya Turizm Örgütü'nün tahminlerine göre 2010 yılında 1 milyara, 2020 yılında ise 1,6 milyara ulaşması beklenmektedir (Anonim, 2001.1).

Ayrıca son yıllarda turizm eğilimlerinin değişmesi ve insanların yeniliğe ve çeşitliliğe olan taleplerinin artması sonucunda deniz-güneş-kum yerine tüm yıla yayılan kültür, tarih, kongre ve spor faaliyetleri ön plana çıkmaktadır. Kentlerin birçok turizm çekiciliğini aynı anda sunabilmeleri, kentleri bu değişen turizm eğilimlerinde önemli hale getirmektedir (Doğan, 2006).

2.3 Turizm Çeşitleri

Turizmi çok çeşitli açılardan sınıflandırmak mümkündür. Bu bölümde turistlerin seyahat amaçlarına göre ortaya çıkan turizm türleri irdelenecektir. Literatürde turizm türleri ile ilgili farklı sınıflandırmaların yapıldığı görülmektedir. Yapılan farklı sınıflandırmaların nedeni ise; turizm türlerinin karşılıklı yakın ilişkisi ve birbirlerinden kesin sınırlarla ayrılmış olmamalarıdır.

□ **Smith'in geliştirdiği turizm tipolojisine göre turizmin türleri:** Smith'in benimsediği turizm türleri ayrımı, 6 ana grup olmak üzere şöyledir;

Etnik turizm: Toplumların merak edilen yaşayış biçimlerini ve kültürel değerlerini öğrenme ve yaşama isteği bu seyahatlerin ana amacını oluşturmaktadır. Etnik turizm faaliyetlerine katılan turistler, gittikleri yerlerin yaşayış biçimlerini öğrenme çabası amacıyla yaşayan halkın evlerini ziyaret eder, geleneksel ve dini törenlerine katılırlar.

Kültürel Turizm: Kültürel turizmin çok çeşitli nedenleri vardır. Bu turizm türü, insanların kültürel zenginlikleri görmek, kaybolmaya başlamış yaşam biçimlerini öğrenmek ve gözlemlemek amacıyla yaptıkları seyahat faaliyetlerini içermektedir.

Tarihsel Turizm: İnsanlar tarihsel önem ifade eden yerleri, tarihi yapıları, eski medeniyete ait kalıntıları, müzeleri vb. görmek amacıyla bu seyahatlere katılırlar.

Çevresel Turizm: Genellikle coğrafi çekiciliğe sahip olan yerlere seyahatler yapılır. Bu turizm türü, insanların doğayı yaşamak, doğal ve çevresel güzellikleri gözlemlemek amacıyla yaptıkları seyahat faaliyetlerini içermektedir.

Rekreasyon Amaçlı Turizm: Rekreasyon amaçlı turizm türünün başlıca amacı dinlenmektir. Bu amaçla; insanlar spor etkinlikleri, denize girme, güneşlenme gibi rahatlatıcı ve dinlendirici faaliyetlere katılırlar. Ayrıca deniz, güneş, kum bu turizm çeşidinin 3 ana ögesi olmaktadır.

İş Turizmi: İş amacıyla yapılan seyahatleri, fuar ve sergi ziyaretlerini, ticari bağlantıları içermektedir. İş turizmi gerçekleştirilirken, boş kalan zamanlarda diğer turizm türleri de gerçekleştirilebilmektedir (Ekenyazıcı, 2005).

Bunların dışında, son yıllarda turizm hareketlerinin değişmesiyle gündeme gelen diğer bir turizm çeşidi ise, “kentsel turizm”dir. Kentsel turizm, birçok turizm çekiciliğini aynı anda sunmasından dolayı günümüzde turizm sektöründe önemli bir yere sahip olmaktadır.

2.3.1 Kentsel Turizm

Kentsel turizm, ana çekiciliği tarihi mirasın oluşturmadığı, hatta bazı binaların Sanayi Devrimi’nden önceye bile gitmediği şehir ve kasabalarda yer alan turizm faaliyetidir. Kentsel turizm gezme-görme, yeme-içme, kültürel çekicilikleri (konser, opera, müze, sanat galerisi vb.) ziyaret etme, özel etkinliklere katılma, arkadaşları ziyaret etme gibi birçok faaliyeti barındırmaktadır. Kentsel turizmin önemli bir başka bileşeni ise, iş turizmdir. Alışveriş turizmi ise, şehirlere turist çekmede birinci derecede özellik olmasa da, kentsel turizmin temel unsurlarından biridir (Özgüç, 1998).

Artan boş zaman kavramı, insanların yükselen eğitim düzeyleri, boş zaman faaliyetlerinin değişmesi, farklı olanı merak etme ve bütçelerde seyahate ayrılan paylar turizm sektörünün artmasının yanında, işlerin dünya ölçeğinde örgütlenmesiyle ortaya çıkan fuar, kongre ve iş gezisi ihtiyaçları kentsel turizminin artmasını sağlamıştır. Bunların yanı sıra; kültürel, sporsal ve akademik etkinliklerin dünya ölçeğinde yaygınlaşmasıyla birlikte, birçok şehir bu tür etkinlikler için çekici hale gelmeye çabalamaktadır (Bora, 2006).

Dünyada turizmin niteliksel ve kavramsal değişimi, kentleri de etkilemeye başlamıştır. Turizm ve kent giderek karşılıklı ve çok çeşitli ilişkiler içine girmektedir (Çubuk, 1997). Kentler, en önemli turizm kaynakları olmaları yanı sıra önemli varış noktalarıdır. 2004 yılında Avrupalıların yaptığı yurtdışı seyahatlerinin % 38’i kentsel turizm kapsamında olmakta ve seyahatlerin %60’ı tatil amaçlı, %23’ü arkadaş ve akraba ziyareti olup, %17’si ise iş amaçlı olmaktadır. (İlkateş, 2005).

Kentsel turizmle ilgili kaynaklar tamamen insan yapısına aittir. Büyük şehirlerde turizmin gelişmesi talebe göre olmak yerine, turizmi geliştirme siyasetlerine ve uygulanan bu siyasetler sonucunda yaratılan kaynaklara bağlı olmaktadır. Kentler büyüyüp yaşlandıkça, ekonomik ve

fiziksel değişime uğramakta ve bu değişimler sonucunda toplumsal, ekonomik ve mekânsal sorunlarla karşı karşıya kalmaktadırlar. Kentlerin bu sorunlarına yerel ve merkezi yönetimler tarafından desteklenen “kentsel gençleştirme” programıyla çözüm aranmaktadır. Yatırımları teşvik etme, iş faaliyetlerini arttırarak yeni iş olanakları sağlama, konutları iyileştirme ve kent içi toplumsal sorunlara çözüm bulma ve tümüyle şehrin imajını düzeltme ve terk edilen siteleri yeniden inşa ederek ve eski binaları yeniden kullanılabilir hale getirerek şehir içinin fiziksel çevresini düzeltme bu programın amacını oluşturmaktadır. Özellikle kent imajının düzeltmenin yeni iş yatırımları çekmede önemli rol oynadığı ve bu amaca ulaşmada da turizmin teşvik edilmesinin önemli olduğu düşünülmektedir.

Kentsel gençleşmeyi sağlamak ve kentin imajını düzeltmek için şehirler turizmin farklı yönlerine yoğunlaşmışlardır. Örneğin bazıları alışveriş ve iş bağlantılarının üstünde dururken, bazıları spor, bazıları da kültür faaliyetleri üzerinde yoğunlaşmakta ve bu amaçlar doğrultusunda büyük yatırımlar yapmaktadırlar (Özgüç, 1998).

Şehirler, yerel halkın ve turistlerin eğlence ihtiyaçlarının giderilmesi için birçok faaliyet ve olanak sunmaktadır. Bu fonksiyon ve olanaklar “birincil etkenler” ve “diğer tamamlayıcı etkenler” olarak sınıflandırılmaktadır. Birincil etkenlere baktığımızda, bunlar ziyaretin asıl amacını oluşturmaktadırlar. Bunlar, anıtsal nitelikte yapılar, müzeler, konserler, spor etkinlikleri, kongreler, eğlence ve etkinlikler gibi insanları çeken kaynaklardır. Diğer tamamlayıcı etkenler ise, bu çekicilikleri destekleyen ürünlerdir. Bunlar; alışveriş, yeme içme ve konaklama birimleri, ulaşım olanakları ve seyahat acenteleridir (Doğan, 2006).

Kent merkezlerinde yaratılmış hoş ortamlar, şehre turist çeken en önemli olgulardan biridir. Mimari açıdan değişik sokaklar, rekreasyon alanları, meydanlar ve tarihsel özellikler vb. kente çeşitlilik kazandırmaktadırlar. Kentlerin kendilerine özgü yaşam tarzı ve canlılığı da turistler için çok önemli çekicilik unsurlarıdır.

Kentlerde turistlerin çeşitli ihtiyaçlarının giderilmesi amacıyla rekreasyonla ilgili birçok olanak ayrılması gerekmektedir. Ayrıca bu olanakların büyük kısmının kentin iş merkezinde veya yakınında yer almasına dikkat edilmelidir. Kentlerde bu olanakların sayısının artması kentin niteliğinin de artmasını sağlamaktadır.

Turizmle ilgili yapılması gereken önemli uygulamalardan bir diğeri ise bilgi vermektir. Enformasyon büroları, çeşitli broşürler, ulaşım sektörüyle ilgili açıklayıcı işaretler turizm açısından çok önemli bir yere sahiptir.

Kent turizminin önemli bileşenlerinden biri olan “alışveriş olanakları”nın büyük kısmı kent merkezlerinde yer alırken, kent içinde özel düzenlenen rekreasyon veya turizm alanlarında da toplanma eğilimi gösterebilmektedirler. Kentlerde belirli noktalarda toplanan ve kentlinin yaşamını da etkileyen bir diğer turizm olanağı da “konaklama tesisleri”dir. Konaklama tesisleri de genellikle kent merkezlerinde toplanırken, kent büyüdükçe birbirlerine yakın olarak başka yerlerde de toplanma eğilimi gösterebilmektedirler. Konaklama tesisleriyle bağlantılı olan ve kentlerin gün geçtikçe daha çok önemsedikleri bir turizm olanağı da “konferans ve toplantılar”dır. Bunun nedeni ise gelenlerin ortalama turistten daha uzun kalmaları ve daha fazla harcama yapmaları ve çok çeşitli iş olanakları yaratmalarıdır (Özgüç, 1998).

Turistler kendileri için planlanmış alanlar dışında, yerel alanları gezip halkın arasına karışmayı istemektedirler. Son zamanlarda destinasyonlarda yerel halkla turistlerin arasındaki engelleri kaldırma anlayışı gelişmektedir. Önemli turizm potansiyelleri olan şehirleri, çekici hale getirmenin 5 önemli adımı şunlardır (İlkateş, 2005):

- 1.Şehirle ilgili maksimum deneyimi vermek,
- 2.Şehre çeşitli ziyaretçi profilleri geldiğinden, şehri her türlü ziyaretçi için erişilebilir hale getirmek,
- 3.Ziyaretçilerin her türlü etkinliklerden haberdar olmalarını sağlamak,
- 4.Şehir hayatını gösteren yürüyüş, tırmanış, spor ve etkinlikler üzerinde durmak,
- 5.Şehirdeki deneyimi kolaylaştırarak seyahat edenler için basit hale getirmek gerekmektedir.

Ülkelerin turist sayılarını ve turizm gelirlerini yükseltme çabaları, tarihi olsun olmasın irili ufaklı bütün şehirlere yansımıştır. Turizmden pay almaya çalışan birçok yeni şehir, diğer şehirlerle rekabetin ancak mekânsal farklılıkla olabileceğini kabul ederek, turizm açısından farklı özellikler üzerinde yoğunlaşmaktadırlar. Genel amaç, iyi bir kent imaj yaratarak büyük yatırımları şehre çekmektir (Özgüç, 1997).

Kentsel turizm, birçok şehir gibi Berlin için de çok büyük önem taşımaktadır. Özellikle 1989 yılında Berlin Duvarı’nın yıkılması ve Doğu-Batı Berlin’in birleşmesinden sonra gerek şehrin ekonomisine, gerekse tanıtımına katkısından dolayı kentsel turizm; başkent için vazgeçilmez unsurlardan biri haline gelmiştir.

3. ALMANYA'DA TURİZM

3.1 Turizm Politikaları ve Kararları

Turizm, gelecek potansiyeli olan büyük bir hizmet sektörü ve ekonominin önemli çarpanlarından biridir. Dünyada olduğu gibi Almanya'da da biyoteknoloji, bilişim ve sağlık sektörlerinin yanında turizm sektörü de, büyüme lokomotifidir ve bu nedenle ülke ekonomisine büyük katkı sağlamaktadır. Ekonomik etkisinin yanı sıra turistik olanaklar, ülke ve dünya çapında Almanya'nın imajını şekillendirmektedir. Ayrıca turizm, bulunduğu yere bağlı olarak iş ve eğitim alanları sunmakta, şehrin veya bölgenin tanınma derecesini ve böylece Almanya'nın ticari konumunu yükseltmektedir. Böylece çok çeşitli sektörler turizmden kazanç sağlamaktadır (Anonim, 2008.2).

2007 yılında 360 milyonu geçen toplam geceleme sayısı ile Alman turizm sektörünün, KOBİ kapsamında desteklenmesi ve uluslararası alanda tanınmasına yönelik birçok yolla pazarlanması oldukça dikkat çekmektedir.

Sektörün genel yapısı:

Almanya'da Turizm Bakanlığı olmamasından dolayı turizm politikaları, Ekonomi ve Çalışma Bakanlığı tarafından yürütülmektedir. Turizm alanında hizmet veren "Turizm Politikası Bölümü", bakanlığa bağlı müdürlükten biri olan KOBİ'de "El Sanatları, Hizmet ve Eğitim Politikası Genel Müdürlüğü"ne bağlıdır. Ayrıca turizmin desteklenmesi, geliştirilmesi ve planlanması eyaletlerin sorumluluğu altında yürütülmektedir.

Almanya'da turizm sektörüyle ilgili federal veya devlet düzeyinde kararlar alınmamakla birlikte; vergi, bütçe, ulaştırma, sağlık, çalışma, sosyal, eğitim ve dış politikalar çerçevesinde alınan kararlar doğrultusunda şekillenmektedir. Turizm sektöründeki küçük ve orta ölçekli tesisler diğer KOBİ'ler gibi yatırım, kuruluş, pazarlama vb. gibi alanlarda hükümet tarafından desteklenmektedir.

Fakat turizm sektörü diğer KOBİ'lerden farklı olarak, ülkenin yurtdışında pazarlanması amacıyla Federal Devlet'ten bir destek daha almaktadır. Bu destek, Almanya'nın yurtiçi ve yurtdışında tanıtım ve pazarlama faaliyetlerini yürüten Alman Ulusal Turizm Kurulu (DZT) tarafından gerçekleştirilmektedir. Accor, Sheraton, TUI Almanya, Thomas Cook gibi turizm şirketleri, bölgesel pazarlama birlikleri ve turizm birlikleri olmak üzere 49 üyesi ve 24 farklı temsilcilikleri bulunan DZT'nin bütçesinin % 65'i Merkezi Hükümet Fonları aracılığıyla Ekonomi ve Çalışma Bakanlığı tarafından, % 35'i ise özel sektör tarafından karşılanmaktadır.

DZT'nin; Almanya'nın yurtiçi ve yurtdışında reklamını yapmak, ülkenin kültürel değerlerini yurtdışında tanıtmak, turist sayısını ve turizm gelirlerini artırmak, turizm sektörünün milli ekonomi içindeki payını yükseltmek gibi birçok görevi bulunmaktadır. Ayrıca ürün geliştirmek, yeni iş alanları oluşturmak, Merkezi Hükümet Fonları'ndan kaynak sağlamak, medya ve reklam dünyasıyla iyi ilişkiler yürütmekte DZT'nin diğer görevleri arasında yer almaktadır.

DZT'nin dışında diğer bir birlik ise, hükümet ile eyalet arasındaki koordinasyonu sağlamak amacıyla kurulmuş olan "Federal ve Eyalet Turizm Komitesi'dir. Ekonomi ve Çalışma Bakanlığı ve Turizmden Sorumlu Eyalet Bakanlıkları'ndan oluşan bu komite, hükümet ve eyaletler arasındaki işbirliğinin düzgün bir biçimde yürütülmesini hedeflemektedir. Bu birliklerin dışında Alman Hükümeti akademik ve ticari çevreleri, belediye organlarını ve diğer birlikleri turizm konusunda bir araya toplamak amacıyla 1977 yılında Ekonomi ve Çalışma Bakanlığı'na bağlı "Turizm Danışma Konseyi"ni oluşturmuştur. Konsey, turizm politikalarının oluşturulmasında bakanlığa destek ve danışmanlık hizmeti sağlamaktadır (Yücel, 2003).

Turizm politikaları:

Almanya'da alınan turizm politikalarından; turizmin sürdürülebilirliğinin sağlanması, turizmde kalitenin artırılması, destinasyonun erişilebilirliğinin sağlanması, turizm çeşitliliğinin artırılması, tüm nüfusun turizme katılması ve turizmde uluslararası ve iki taraflı işbirliklerinin kurulması ana hedefler olmuştur.

Sürdürülebilirlik

Turizm, seyahat destinasyonunun geniş kapsamlı işler halde olan çevresinden yararlanan bir sektördür. Ayrıca doğa ve peyzaj, insanların en önemli seyahat nedenlerinden biri olmaktadır. Bu nedenle Almanya sürdürülebilir turizmin sağlanmasını hedeflemektedir. Bu çerçevede; iklim koruma politikaları uygulamakta, çevre dostu, doğaya yakın turizm çeşitlerini desteklemekte ve çevreye uyumlu turistik olanakları artırmaktadır (Anonim, 2008.2).

Kalite

Artan küreselleşme ile turizm sektörlerindeki talepler de değişmektedir ve destinasyonlar arası rekabet artmaktadır. Bu nedenle Almanya, destinasyonların dünya çapındaki rekabetinden sıyrılabilme amacıyla turizmde kaliteyi ön plana çıkarmayı hedeflemektedir. Bu amaçla; turizm sektöründe kaliteyi ve çalışanların mesleki eğitimine katkıda bulunan "Alman Turizm Semineri"ni (DSFT) desteklemektedir (Anonim, 2008.3). Ayrıca Almanya

Avrupa'ya kıyasla, turistik hizmetlerde daha iyi fiyat/kalite oranını yakalamak için de çaba harcamaktadır.

Erişilebilirlik

Almanya'nın hedeflediği bir diğer konu ise destinasyonun erişilebilir olmasıdır. Bu nedenle ulaşım altyapısının genişletilmesini, verimli taşımacılığın ve iyi bir ulaşım ağının kurulmasını ön gören ulaşım politikaları üzerine yoğunlaşmıştır.

Katılım

Alman Hükümeti tüm nüfus kesiminin turizmde yer almasını ve sağlık, sosyal veya finansal kısıtlamaları olan insanların da seyahat edebilmesi hedeflenmektedir. Bu nedenle konaklama yerlerinin ödenebilir fiyat çerçevesinde olmasını teşvik etmekte ve turistik ürünlerin engelli insanlar tarafından erişilebilirliğine önem vermektedir.

Çeşitlilik

Turizm sezonunun bütün bir yıla yayılması turizm ürününün çeşitlenmesine bağlıdır. Almanya bu kapsamda turistler için çok çeşitli olanaklar sunmaktadır. Kültür ve kent turizmi, iş turizmi ve dinlenme turizmi Alman turizminin önemli bileşenlerindendir (Anonim, 2008.2).

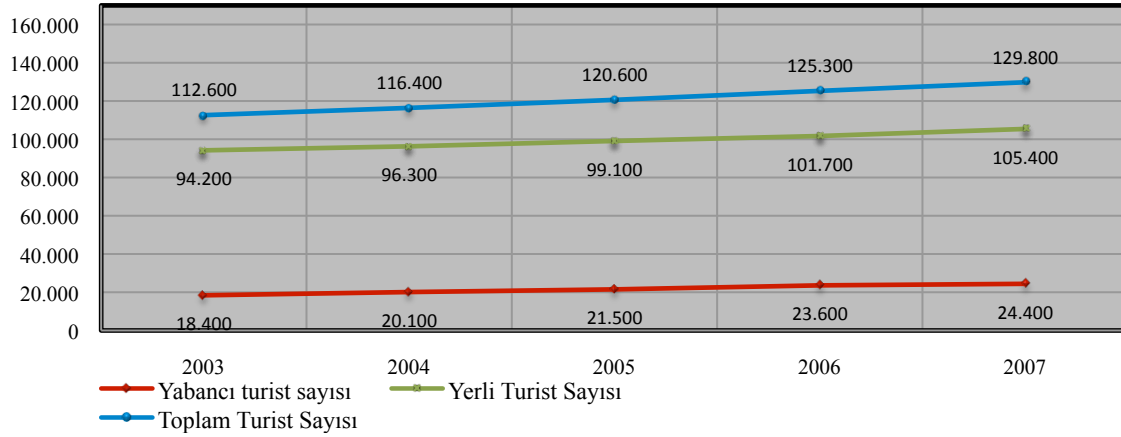
İşbirlikleri

Turizm sektöründe iki taraflı ve uluslararası işbirliğinin önemi yüksek olmakla birlikte artmaktadır. Bu nedenle Alman Hükümeti, turizm sektöründe iki taraflı ve çok uluslu işbirliklerinde yer almaktadır. Bunlardan biri; Avrupa Birliği'yle yaptığı işbirliği olmakta ve Avrupa'nın demografik değişimi, destinasyonların uluslararası rekabeti ve sürekli gelişim gibi konuları ele almaktadır. Komisyonun ana hedefi; turizmin Avrupa ve dünya çapında sürekli gelişimiyle, Avrupa turizm endüstrisinin rekabet edebilirliğini güçlendirmek ve daha fazla istihdam sağlamaktır. Almanya'nın turizm sektöründe yaptığı iki taraflı işbirlikleri çoğunlukla hükümetin genel ekonomi politikaları çerçevesinde belirlenmektedir. Bu işbirliklerinin odak noktası, ülkelerin turizm sektörü çerçevesinde işbirliklerinin artırılmasıdır. Bu işbirliklerin yanı sıra Almanya, "Ekonomi Kalkınma ve İşbirliği Örgütünde" (OECD) yer almaktadır. Bu örgüt, üye ülkelere düzenli olarak turizmin gelişimiyle ilgili araştırmalar yapmakta ve turizm politikalarıyla ilgili seminerler yürütmektedir. Bunun dışında Almanya, 1976 yılından beri Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nde (UNWTO) tam üye olarak yerini almaktadır. UNWTO, turizmin dünya çapında gelişmesini amaçlayan çok taraflı katılımıyla önemli bir örgüttür (Anonim, 2008.3).

3.2 Turizm Gelişim Stratejileri Sonucu Almanya'daki Turizm Hareketliliği

Almanya, 2007 yılında 24.400 yabancı turist ile en çok turist çeken on ülke arasında yer almaktadır. Turizmden elde ettiği 36 milyar dolar ile turizm gelirleri açısından ise dünyada yedinci sırada bulunmaktadır (Anonim, 2008.4).

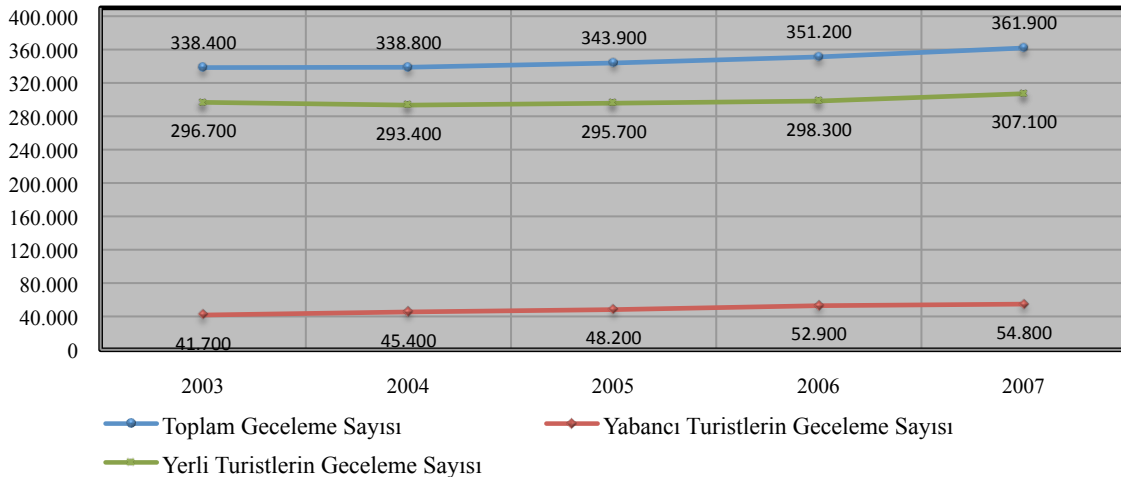
Tablo3.1 2003'den 2007 yılına kadar yıllara göre Almanya'ya gelen yabancı, yerli ve toplam turist sayıları



* sayılar 1000 ile çarpılacak

2003 yılında % 16,3'si yabancı, %83,7'si yerli olmak üzere toplamda 112 milyon 600 bin olan turist sayısı, sürekli bir artış eğilimiyle, 2007 yılı sonu itibariyle toplamda %15,3'lük bir artışla 129 milyon 800 bine ulaşmıştır (Bkz. Tablo 3.1). Bu rakamın %18,8'ini yabancı turistler oluştururken, %81,8'ini ise yerli turistler oluşturmaktadır. Geceleme sayılarına bakıldığında ise; 2003 yılında toplam yıllık 338 milyon 400 bin olarak gerçekleşen geceleme sayısı, %7'lik bir artışla, 2007 yılında toplam yıllık 361 milyon 900 bine ulaşmıştır (Bkz. Tablo 3.2) (Anonim, 2008.5).

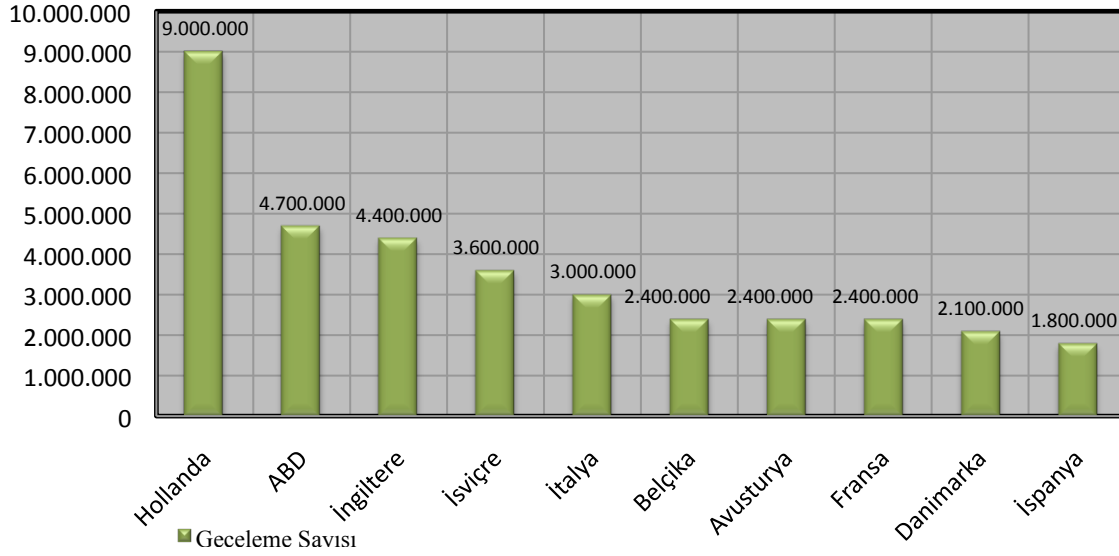
Tablo 3.2 2003'den 2007 yılına kadar yıllara göre Almanya'da yabancı turist, yerli turist ve toplam geceleme sayıları



* sayılar 1000 ile çarpılacak

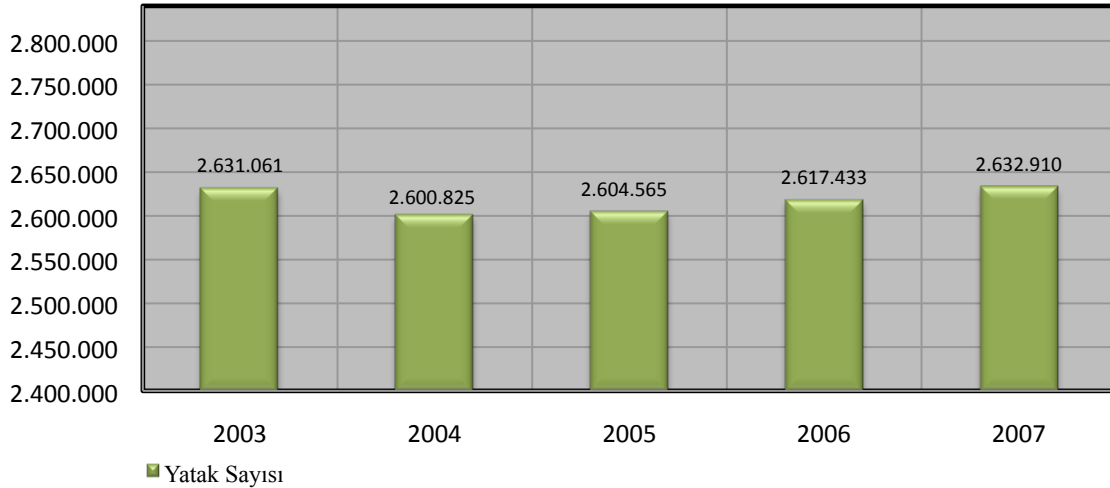
2003 yılından 2004 yılına yerli turistlerin geceleme sayısında %1’lik bir düşüş görülmesine rağmen, toplam geceleme sayısında bir düşüş gözlenmemiştir. Bunun nedeni ise, yabancı turist geceleme sayısındaki %8,9’luk artıştır. 2003 yılından 2004 yılına yerli turist sayısında %2,2’lik bir artış gözükse de, konaklama sürelerinin kısalmasından dolayı yerli turistlerin toplam geceleme sayısı düşmüştür (Anonim, 2005.1).

Tablo 3.3 2007 yılında Almanya’ya en çok gelen yabancı ülkelere göre turist sayıları



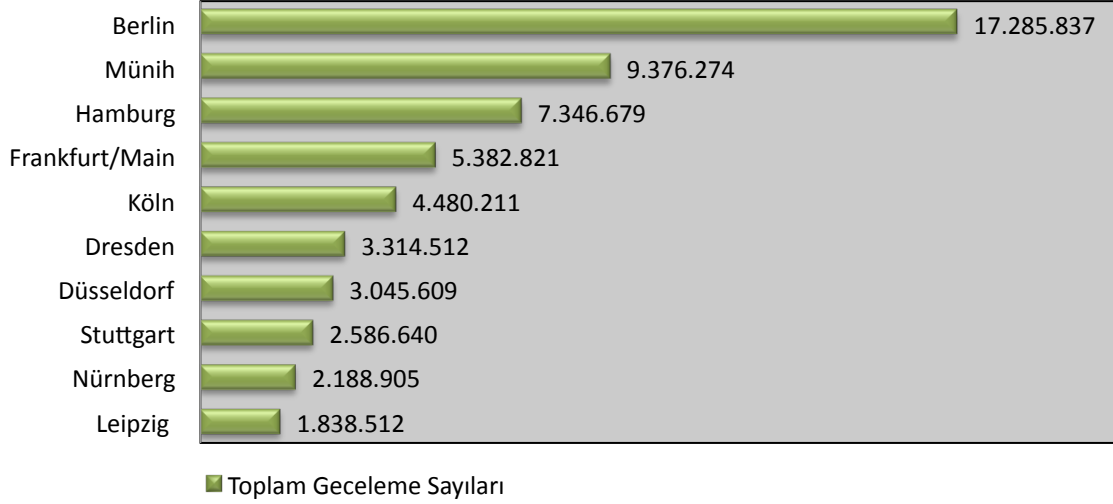
2007 yılında gerçekleşen 361 milyon 900 binlik toplam geceleme sayısının %84,9’u olmak üzere 307 milyon 100 bini yerli, %15,1’i olmak üzere 54 milyon 800 bini ise yabancı turisttir. 54 milyon 800 bin yabancı turist geceleme sayısında %16,4’lük payla Hollanda birinci sırada yer alırken, sırasıyla %8,6’lık ve %8’lik paylarıyla ABD ve İngiltere, Hollanda’yı takip etmektedir (Bkz. Tablo 3.3) (Anonim, 2008.5).

Tablo 3.4 2003’den 2007 yılına kadar Almanya’da bulunan yatak sayıları



Almanya’da bulunan toplam yatak sayılarına baktığımızda, 2003 yılında tesislerdeki toplam yatak sayısı 2.631.061 iken 5 yıl sonra bu sayı ancak % 0.07’lik artışla 2.632.910’a ulaşmıştır. 2003 yılından 2004 yılına yaşanan %1,1’lik düşüşün ancak 2007 yılı sonu itibariyle eski seviyesine ulaştığı görülmektedir (Bkz. Tablo 3.4) (Anonim, 2008.5).

Tablo 3.5 2007 yılında Almanya’da en çok geceleme yapılan şehirler



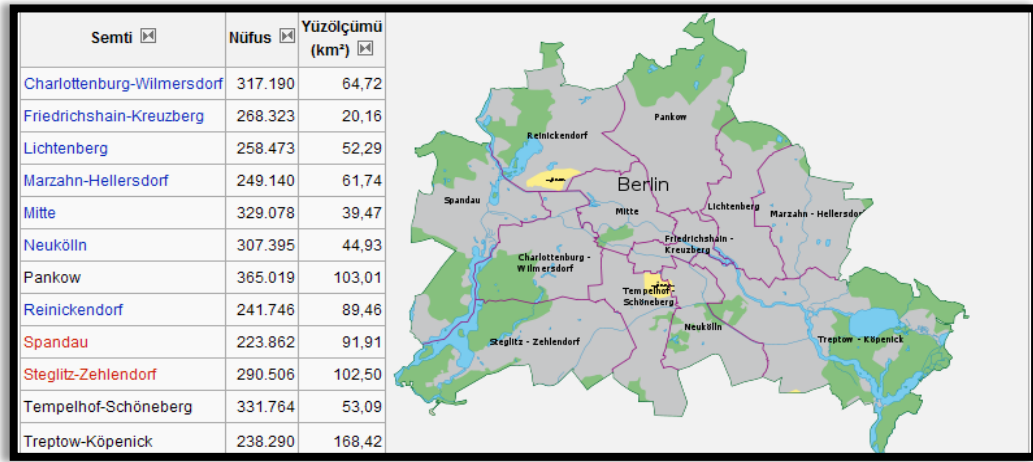
Almanya’ya gelen yerli yabancı turistlerin 2007 yılında en çok geceleme yaptıkları şehirlerin başında, %4,8’lik payla Berlin yer almaktadır. Büyük farkla önde olan Berlin’i, %2,6 ve %2’lik paylarıyla Münih ve Hamburg takip etmektedir (Bkz. Tablo 3.5) (Anonim, 2008.5).

Toplam geceleme sayılarında Berlin’in, Almanya’nın diğer şehirlerinden büyük bir farkla ön sırada yer almasını, 1989 yılından sonra Doğu-Batı Berlin’in birleşmesiyle, kentsel gelişim bağlamında izlenen turizm geliştirme stratejilerinden kaynaklandığı söylenebilir.

4. BERLİN

Konum olarak Kuzey Almanya’da yer alan Berlin, iki önemli nehir olan Spree ve Havel Nehirleri’nin arasında uzanmaktadır. Başkent, tek komşusu olan Brandenburg Eyaleti ile çevrili olup, Polonya sınırına 70 km uzaklıkta bulunmaktadır. Doğudan batıya akan Spree Nehri ve güneyden kuzeye Tegeler See ve Grosser Wannsee Gölleri’nden geçerek akan Havel Nehri olmak üzere şehirden iki önemli ırmak geçmektedir. [1].

Berlin’in yerleşim bölgesinin üçte birinden fazlasını ormanlar, parklar, nehirler ve göller oluşturmaktadır. Bu nedenle Berlin “yeşil şehir” diye de adlandırılmaktadır. Berlin’in akciğerleri olarak adlandırılan Tiergarten, 2.500 m²’lik yeşil alanı ile şehrin merkezinde bulunmaktadır (Becker vd., 2007).



Şekil 4.1 Berlin’in idari bölgeleri [1]

İkinci Dünya Savaşı öncesinde 4.3 milyon kişinin yaşadığı Berlin’de bugün 3,4 milyon kişi yaşamaktadır. Berlin, 891 km²’lik yüzölçümü ve 3.4 milyon nüfusuyla Almanya’nın en büyük şehri ve başkentidir. (Anonim, 2006.1).

2007 yılında %1,8 büyüme (Almanya ortalaması %2,5) ile Berlin Eyaleti’nin Gayri Safi Yurtiçi Hâsılası 81,7 milyar Euro’ya ulaşmıştır. Doğu-Batı Berlin’in birleşmesinden 2005 yılına kadar yavaşlayan ekonomik büyümeye bağlı olarak işsizlik oranı da çok yüksek seviyelere çıkmıştır. 2005’ten itibaren işsizlik oranı düzenli bir biçimde azalma göstermiş ve 2008 Kasım itibariyle %12,8 ile (Almanya ortalaması %7,6) son 13 yılın en düşük seviyesine ulaşmıştır [2]. Berlin’deki firmaların %80’i hizmet işletmeleri olup, nüfusun %41’i bu alanda faaliyet göstermektedir [1]. En önemli hizmet sektörlerinden biri olan turizm sektörü, başkent ekonomisi için büyük anlam taşımakla birlikte, şehrin imajı açısından da önemli hale gelmiştir. Ayrıca 2007 yılında 255 bin kişiye sağladığı iş alanlarıyla, Berlin için önemli istihdam sağlayıcı sektörlerden biri haline gelmiştir (Anonim, 2008.6).

4.1 Berlin'in Tarihçesi

12. yüzyılda kurulan Berlin, 18. yüzyıl sonlarından itibaren ön plana çıkmaya başlayarak Avrupa ve dünya tarihinde başrol oynayan metropollerden biri olmuştur. Berlin, bu 800 yıllık tarihi boyunca birçok devlete başkentlik etmiştir.

Her iki kurucu şehir Cölln ve Berlin, 1307 yılında bir birlik altında birleşmiştir. 1701 yılında Prusya Kralı III. Friedrich tacını takmasının ardından Berlin, Prusya Krallığı'nın başkenti olmuştur. Demokratların Alman birliği için mücadeleleri sonucu, 1871'de Prusya Krallığı yıkılarak yerine başkenti yine Berlin olan "Almanya İmparatorluğu" kurulmuştur. 1918'de Birinci Dünya Savaşı sonunda açlık ve sefalet nedeniyle çıkan devrimci ayaklanmalar nedeniyle, Kral II. Wilhelm'in tahtan çekilmesiyle "Weimar Cumhuriyeti" kurulmuştur. Berlin'in 20'li yıllarda yaşadığı parlak dönem sonrasında meydana gelen ekonomik kriz, Nazilerin güçlenmesine ve 1933'te Hitler'in başa gelmesine sebep olmuştur. Hitler'in iktidara gelmesiyle birlikte Yahudi, komünist, eşcinsel ve karşıt görüşlülerin yanı sıra birçok gruba karşı baskı başlamıştır. Nazi diktatörlüğü terörünün ve İkinci Dünya Savaşı'nın bitiminin ardından şehir bir enkaz haline gelmiştir. 1961 yılında kenti ve halkı ikiye bölen Berlin Duvarı'nın yapımına başlanmıştır. 1989 yılında duvarın yıkılmasıyla yeniden birleşen Berlin o dönemden günümüze tekrar başkent olarak büyük bir değişim göstermiştir ve bu süreç hızla devam etmektedir.

4.1.1 Şehrin Kuruluşu, Prusya, Almanya İmparatorluğu ve Weimar Cumhuriyeti

Berlin, Spree Nehri'nin iki tarafında bulunan Berlin ve Cölln adlı iki ticari yerleşim bölgesinden meydana gelmiştir. Bu yerleşim bölgelerinin adları, belgelere dayanarak 1237 (Cölln) ve 1244 (Berlin) yıllarında anılmıştır.

Bu iki şehrin Orta Çağ ticaret rotalarının kesişim noktasında elverişli konumlanması, ekonomilerinin hızla gelişmesine yardımcı olmuştur. Bu iki yerleşim birimi, 1307 yılında bir birlik altında birleşmiştir. 1442 yılında ise Berlin, Brandenburg Dukalığı tarafından başkent olmuştur [3].

1550'li yıllarda Berlin'de, 12 bin kişi yaşamaktayken yaklaşık bir asır sonra Berlin 30 Yıl Savaşları'yla neredeyse yok olma tehlikesi ile karşı karşıya gelmiştir (Anonim 2007.2). Konut alanlarının 1/3'ü hasar görmüş ve nüfus yarı yarıya azalmıştır [1].

Kent, 1640 yılında Friedrich Wilhelm'in yönetime gelmesiyle 17. yüzyıl ortasından itibaren planlı olarak gelişmiş ve yapılaşmıştır. Friedrich Wilhelm zamanında özellikle Yahudiler ve

Fransız Protestanlar olmak üzere göçmenlerin şehre getirilmesiyle Berlin, benzersiz kültürel ve ekonomik bir patlama yaşamıştır.

18. yüzyılda Berlin'in kentsel gelişimi hızlanmıştır. II. Friedrich (1740-1786) hükümdarlığı sırasında Prusya, Avrupa'da süper bir güç haline gelmiştir. Devletin etkisiyle başkent Berlin'in de önemi artmıştır.

1806 yılında Prusya'nın Fransızlara karşı yenilgisiyle başkent, Napolyon tarafından işgal edilmiştir. Berlin, yabancı egemenliğe karşı yurtsever hareketlerinin ve bununla birlikte toplumsal yenilenme için harcanan çabanın merkez noktası olmuştur [3].

Sanayi Devrimi'nin, kırsal alanlardan ve doğu ülkelerinden Berlin'e göçün başladığı dönemde nüfusun 147.000'den 329.000'e çıkmasıyla Berlin; Londra, Paris ve Viyana'dan sonra Avrupa'nın 4. büyük şehri konumuna ulaşmıştır (Arın, 2003.1).

1848 yılının Mart ayında Almanya'nın geniş kesimin de olduğu gibi, Berlin'de de orta sınıf daha fazla demokratik yönetilme hakkı talep ederek ayaklanmıştır. Demokratların mücadeleleriyle 1871 yılında Almanya İmparatorluğu kurulmuş ve Prusya Kralı I. Wilhelm İmparator, Prusya Başbakanı Otto von Bismarck İmparatorluk Şansölyesi ve Berlin başkent olmuştur. Şehrin anlam kazanması ve endüstrileşmesi kentin hızla gelişimine önderlik etmiştir [3]. Berlin'in Alman İmparatorluğu'nun başkenti olmasıyla, göç ve nüfus patlaması yaşanmış ve başkent milyonların yaşadığı bir kent haline gelmiştir [4].

1914-1918 yılları arasında yaşanan Birinci Dünya Savaşı yüzünden, milyonluk şehrin hayat sürdürmesi gittikçe zorlaşmıştır. Savaş sonunda açlık ve bitkinlik Berlin'de devrimci ayaklanmalara neden olmuştur. 9 Kasım 1918'de Şansölye Baden Prensi, Kral II. Wilhelm'in tahttan çekildiğini bildirerek yönetim görevini Friedrich Ebert'e teslim etmiştir [5]. Yeni bir hükümetin kurulmasından sonra yürürlüğe giren Weimar Anayasası ile Cumhuriyet ilan edilmiş ve Koalisyonun Cumhurbaşkanı da Ebert seçilmiştir [6].

Berlin'de 1923 yılından sonra, göreceli bir ekonomik refah ve çoğulcu bir kültürel yaşam dönemi yaşanmıştır. Ayrıca Berlin, ekonomik gücü ve özgürlükçü anlayışı dolayısıyla tekrardan nüfus patlaması yaşamıştır. 1929 yılında kent, 4,3 milyon nüfusuyla New York ve Londra şehirlerinden sonra 3. büyük şehir olarak yerini almıştır (Arın, 2003.1).



Şekil 4.2 Potsdam Meydanı 1924 [7]

Fakat Weimar Cumhuriyeti Dönemi'nde, siyasi anlamda yapılan büyük hatalar Nazi hareketlerinin hızlanmasına neden olmuştur. Ayrıca 1929 yılında dünyanın içinde bulunduğu krizden Avrupa'da en çok Almanya'nın etkilenmesiyle birlikte, işsizlik ve enflasyon hızla yükselmiş ve insanlar kısa bir süre içinde yoksullaşmıştır. Almanya'nın içinde bulunduğu bu durumda, Naziler güçlenmiş ve siyasi bir seçenek olmuşlardır (Arın, 2003.1).

4.1.2 Nazi Almanya'sı ve İkinci Dünya Savaşı

Zamanın Cumhurbaşkanı Hindenburg tarafından 30 Ocak 1933 yılında Adolf Hitler'in Almanya Şansölyesi olarak atanmasıyla "Nazi Almanyası" dönemi başlamıştır. Nazi Dönemi'nin başlamasıyla, siyasi alanda farklı fikirlere sahip bireylere, Almanya'nın her tarafında kötü muamele başlamıştır.

Bunun dışında, hükümetin devralınmasının hemen ardından yaklaşık 170.000 kadar Berlinli Yahudiler, küçük görülmeye ve zulüm edilmeye başlanmıştır. Bunları takiben 9 Kasım 1938 gecesi Berlin'de bulunan sinagoglar ateşe verilmiş ve Yahudilere ait dükkânlar tahrip edilmiştir. 1941 yılının Ekim ayında ise, Berlin'de toplama kamplarına sürgünler başlamış ve 60.000'den fazla kişi öldürülmüştür [3].



Şekil 4.3 Toplama kampı [8]

1939 yılında başlayan İkinci Dünya Savaşı Berlin'i harap hale getirmiştir. Berlin'de var olan 245.000 binanın yaklaşık % 20'sinin kullanılamaz halde olmasına rağmen, kentin iyi inşa edilmiş altyapısı (su, gaz, kanalizasyon, yok ve raylı sistemler) fazla hasar görmemiştir (Arın, 2003.1).



Şekil 4.4 Wilhelm Meydanı İkinci Dünya Savaşından önce (1936) ve sonra (1945) [9]

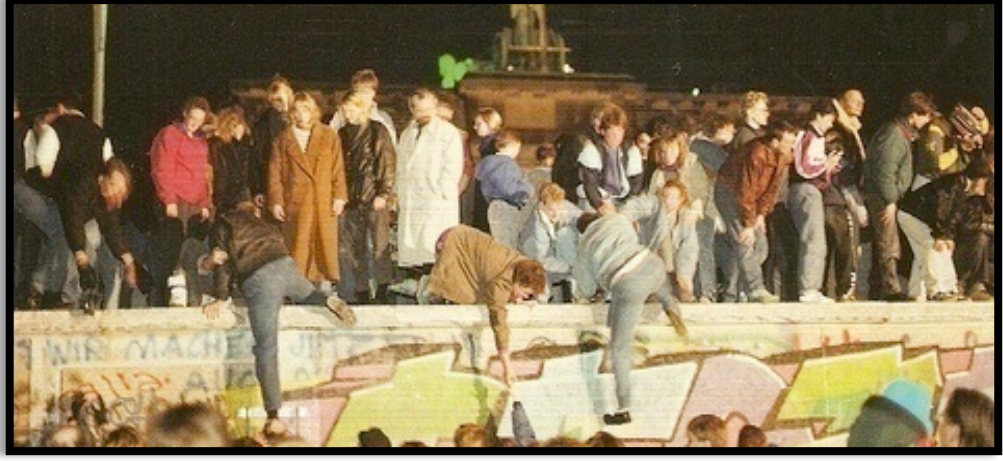
Berlin'i harabe haline getiren İkinci Dünya Savaşı'nın kaybedilmesiyle başkent; İngiltere, Fransa, ABD ve SSCB olmak üzere 4 müttefik güç tarafından denetlenen bir kent haline gelmiştir. Doğuda sosyalist "Demokratik Alman Cumhuriyeti"nin kurulmasıyla, Sovyetler Birliği'nin denetlediği Doğu Berlin, devletin başkenti olmuştur. Batı bölgelerini kontrol altında tutan Fransa, İngiltere ve ABD, bölgelerini birleştirip "Federal Almanya Cumhuriyeti"ni kurmuşlardır. Bu tarihten 1989'a kadar Almanya, Doğu Almanya ve Batı Almanya, Berlin ise yine iki parça olmak üzere Doğu Berlin ve Batı Berlin olarak anılmıştır.



Şekil 4.5 Berlinlilerin Sovyetler Birliği bölgesinden kaçmaları, Ağustos 1961 [10]
Zamanla Doğu ve Batı Almanya'daki farklı gelişmeler çok büyük ekonomik farklılıklara yol açmıştır. Doğu Almanya'daki koşulların kötü olması sonucuyla 1961 yılına kadar 3,1 milyon üzerinde insan Batı Almanya'ya kaçmıştır [11]. Bu kaçışları engellemek amacıyla, Sovyetler Birliği'nin onayıyla DDR Yönetimi Ağustos 1961'de Batı Berlin etrafındaki sınırlara duvar inşa etmiştir [3].



Şekil 4.6 Ağustos 1961'de Doğu ve Batı Berlin arasına çekilen tel örgülü bariyer [12]
1989 yılı başında Doğu Almanya vatandaşlarının Sovyetler Birliği dâhilindeki diğer Doğu Bloğu Ülkeleri'ne seyahat etmelerine izin verilmesi ve bu ülkelerden başka ülkelere kaçılmasıyla nedeniyle duvarın pek bir etkisi kalmamıştır [1].



Şekil 4.7 9-10 Kasım Brandenburg Kapısı [13]

Son olarak sınır geçişleri üzerine taleplerin artması ve tüm bu kitlelerin baskıları üzerine DDR Yönetimi 9 Kasım 1989’da Berlin Duvarı ve Almanya içindeki sınırları açmıştır [14].

4.1.3 Doğu-Batı Berlin’in Birleşmesi ve Yeni Berlin

Sovyet sistemin çöküşü, Berlin Duvarı’nın yıkılması ve Doğu-Batı Almanya’nın birleşmesiyle tek Berlin dönemi başlamıştır. 9 Kasım’da aniden yıkılan duvar gerek Almanya gerekse dünya basınına yoğun olarak yansımış ve “Berlin’deki kutlama” olarak manşetlere taşınmıştır.

Duvarın yıkılmasıyla her iki şehir yönetimi de çalışmalara hızlı bir şekilde başlamıştır. İlk olarak duvarın açılmasıyla insanların görüşebilmesi için teknik şartların sağlanmasına çalışılmıştır. Bu bağlamda, yeni sınır geçme yerleri kurulmuş ve işlemeyen Doğu Berlin metrosu harekete geçirilmiştir. 12 Kasım’da Potsdam Meydanı geçişi açılmış ve yılbaşına iki gün kala da Brandenburg Kapısı açılmıştır [3].

Eylül 1990’da, İkinci Dünya Savaşı’nı kazanan ülkeler ve iki Alman Hükümeti arasında imzalanan 2+4 sözleşmesiyle Almanya bağımsızlığını elde etmiştir. 3 Ekim’de iki ülke “Almanya Federal Cumhuriyeti” adı altında tekrar birleşmiştir. 1991 yılında ise Hükümet Merkezi ve Parlamento’nun, Federal Almanya tarafından Berlin’e taşınmasına karar verilmiştir. Böylece Berlin, Almanya’nın tekrar başkenti olmuştur. 1 Eylül 1999 tarihinde ise Hükümet ve Federal Meclis, Berlin’de işine başlamıştır [15].

Doğu ve Batı Berlin’in birleşmesiyle birlikte yeni bir kentsel kimliğin yaratılması gündeme gelmiş ve kentin tekrardan başkent olmasıyla, ulusal ve uluslararası ilgi Berlin’e yönelmiştir. 1991-1993 yılları arasında yeniden bir dünya kenti yapmak amacıyla Berlin, devlet tarafından desteklenen bir yatırımlar cenneti haline gelmiştir. Kısa sürede kent merkezindeki arsalar, çok

uluslu şirketlere satılıp “dünya kenti Berlin” vizyonu altında uluslararası düzeyde tanınmış birçok mimar ve şehir planlamacısı kentle ilgili açılan yarışmalarda yerini almıştır. Yapılan bu büyük yarışmalar sonucunda, proje elde etmenin yanı sıra Berlin uluslararası düzeyde bir ilgi odağı olmuştur.

90’lı yılların ikinci yarısına gelindiğinde, Berlin’de ekonomik gelişme hızla yavaşlamış ve yatırımcılar büyük projelerden çekilmeye başlamıştır. Yeniden yapılandırma projeleri finansal açıdan desteklenemez hale gelmiştir (Sökmen, 2007). 1998-1999 yıllarından itibaren, giderek artan bir kriz ortaya çıkmıştır. Krizle birlikte birçok firma iflas etmiş, üretilen büro ve konutlar boş kalmıştır (Arın, 2003.2). Son yıllarda kentte işsizlik, Almanya’nın ortalama işsizlik oranının iki katına yaklaşmış olup, kamu tarafından desteklenen büyük yatırımlar sonucunda, 50 milyar Euro’luk bir borcun içinde bulunmaktadır (Sökmen, 2007).



Şekil 4.8 Potsdam Meydanı (A. Gönençer Arşivi)

Tüm bu kötü tabloların aşılması amacıyla son zamanlarda Berlin, çekici bir kent olarak pazarlanmayı öne çıkarmış ve yaratıcı genç nüfusu kente çekerek ekonominin canlandırılması çabaları içine girmiştir. Gerçekten kent yeniden bir moda merkezi olarak yerini almaya başlamış olup, UNESCO tarafından 2006 yılında “Tasarım Kenti” seçilmiştir.

Ayrıca Berlin, küreselleşen dünyada öne çıkabilmek amacıyla pazar mekanizmalarının taşıdığı önemi anlamaya başlayarak, 2000’li yılların başından itibaren karşılıklı işbirliği çerçevesinde geliştirilen stratejik yaklaşımlara yoğunlaşmıştır. 2004 yılında, “Uluslararası Kongre Merkezi ICC Berlin” en başarılı kongre merkezi seçilmiş, ayrıca şehrin güçlü yanını oluşturan “Bilim Kenti Berlin” imajını daha da sağlamlaştırmak amacıyla stratejiler belirlenmiştir. Bunların dışında Orta ve Doğu Avrupa ile işbirliği ağları oluşturma yönünde de politikalar izlenmektedir (Sökmen, 2007).

4.2 Berlin'in Yeniden Başkent Olma Sürecinde Kentsel Gelişim ve Turizm Geliştirme Stratejileri

1989 yılında duvarın yıkılmasından sonra Doğu ve Batı Almanya'nın birleşmesi ve Berlin'in yeniden başkent ilan edilmesiyle birlikte Berlin'in "dünya kenti olma" vizyonu yeniden ortaya çıkmıştır. Güçlü bir tarihsel geçmişi olan bu vizyon çerçevesinde, Berlin'in üçüncü büyük Avrupa metropolü ve bir "dünya kenti" olması amaçlanmıştır. Bu amaçlardan dolayı, kentin birleşmesinden itibaren "kentsel gelişim stratejileri" ve "turizm geliştirme stratejileri" altında birçok düzenleme yapılmıştır.

4.2.1 Berlin'de Turizm Geliştirme Stratejileri

Turizmi, kısa veya orta vadeli dönemsel dalgalanmasına ve kısmen uluslararası negatif siyasi etkisine rağmen, gelişen bir sektör ve birçok ülkenin ekonomik gelişimini sağlayan bir güç olarak tanımlayabiliriz.

Berlin'de turizmin gelişimi, 1989 yılında duvarın yıkılması ve şehrin tekrar başkent olması ile artış göstermiştir. Şehrin sadece politik ve siyasi işlevleri değil fiziksel görünümü de değiştirilmiştir. Paralel olarak Berlin, yerel ve uluslararası turistler için çok büyük bir anlam kazanmıştır (Anonim, 2004.1).

Berlin'de uygulanmış turizm geliştirme stratejilerini daha iyi yorumlayabilmek için, ilk olarak uygulama öncesi Berlin'in güçlü ve zayıf yönlerine bakmak gerekmektedir.

Berlin'in güçlü yönleri:

- ☐ Dünyada ki diğer büyük şehirlerle kıyaslandığında; Berlin'in daha dinamik, değişime açık, canlı ve farklı olduğu görülmektedir
- ☐ Berlin Avrupa'nın kalbinde konumlanmış olup, doğu ve batı arasında bir bağlantı ve buluşma noktasıdır.
- ☐ Sürekli artan kongre ve fuar olanakları, Berlin'i uluslararası ölçekte daha çekici kılmaktadır.
- ☐ Büyük park alanları, çeşitli göl ve su kanalları Berlin'i yeşil bir şehir haline getirmekte ve şehre bisiklet ve su yoluyla ulaşılabilirliği sağlamaktadır.
- ☐ Dünya kültür mirası sayılan Museumsinsel'in yanı sıra, "Potsdam ve Berlin Saray ve Bahçeleri" de Berlin'in çevresinde yer almaktadır. Bunların dışında, uluslar arası üne sahip Britzer ve Marzahn Bahçeleri de Berlin sınırları içinde bulunmaktadır.

- Şehre yerel demiryolu bağlantılarıyla rahatlıkla ulaşılabilir. Ayrıca şehir içindeki toplu taşıma ağı düzenli ve gelişmiş olup, turistler tarafından rahat ve yoğun bir biçimde kullanılmaktadır.
- Berlin’de bulunan lüks oteller ulusal ve uluslararası lüks otellerle kıyaslandığında, Berlin çok daha iyi fiyat/performans oranı sunmaktadır (Anonim, 2004.2).

Berlin’in zayıf yönleri:

- Uluslararası ve kıtalar arası uçak bağlantıları, uluslararası bir turizm lokasyonu olan Berlin için yetersiz kalmaktadır.
- Altyapı, bilgi ve hizmetin uluslararası nitelikleri (tabela, teklif, satıcıların dil ve kültürlerarası bilgisi vb.) çok gelişmemiştir.
- Sanat ve kültür, şehrin başlıca çekici faktörleri olmasına karşın, pazarlama bağlamında bir bütünlük yoktur.
- Hizmet kalitesinde eksiklikler mevcuttur.
- Kamu alanlarındaki hijyen ve güvenlik, turizm için çok önemli olmasına karşın yeterince önemsenmemektedir. (Anonim, 2004.1)

Berlin’in güçlü ve zayıf yönleri doğrultusunda Senato tarafından 2004 yılında turizm taslağı meydana getirilmiştir. Bu taslağın amacı, Başkent Berlin’in mevcut zengin turizm potansiyellerinden daha etkin bir şekilde yararlanmaktır.

Bu taslak 3 ana başlığa dayanmaktadır (Anonim, 2008.7);

- Berlin-uluslararası metropol
- Berlin-Almanya’nın başkenti
- Berlin-bölgesel başkent

Bu taslak doğrultusunda; iletişim ve işbirlikleri, altyapı, turizm etkinlikleri, servis-kalite ve pazarlama alanında iyileştirme ve geliştirme çalışmaları yapılmış ve bu konuyla ilgili bir turizm geliştirme masası kurulmuştur.

4.2.1.1 İletişim ve İşbirliği

2004 yılı Turizm Taslağı’nda, turizm politikasının faaliyet alanları, sadece katılanların yoğun işbirliği çerçevesinde gelişebilmektedir. Bu yüzden, girişim ve işbirliğini sağlamak amacıyla yer alan aktörlerin iletişimleri son derece önemli olmakta ve bunun için son yıllarda çok büyük çabalar harcanmaktadır.

Turizm geliştirme masasına, başarılı faaliyetlerin ve tutumların gelişmesi için büyük görev yüklenmiştir. 2003 yılından itibaren yönetimdeki belediye başkanlarının işbirliğiyle turizmi teşvik edecek yeni fikirlerin tartışılması için, Alman Otel ve Lokantalar Birliği'nin (DEHOGA) başkanlığında, yılda birçok kez politikanın rütbeli temsilcileri (parlamento üyeleri), odalar ve birlikler (Sanayi ve Ticaret Odası (IHK)), Berlin-Brandenburg Ticaret Birliği ve diğer önemli turizm aktörleri (Berlin Turizm Tanıtım Şirketi (BTM) ve Berlin Messe GmbH) toplanmıştır. Bu toplantı ve işbirlikleri sonucunda “WinterZauber” gibi kültür pazarlama kampanyaları veya “Service in the City” gibi son yılların en başarılı faaliyetleri ve girişimleri ortaya çıkmıştır.

Ekonomi, Teknoloji ve Kadınlardan Sorumlu Eyalet Yönetimi (SenWTF) turizm geliştirme masasına faal katılmanın yanı sıra, turizmle ilgili tüm alanlarda yer alan aktörlerin işbirliği için çaba harcamıştır. Bu amaç doğrultusunda BTM'nin vekillerini, IHK'yı, DEHOGA'yı ve diğer konuyla ilgili önemli aktörleri bir araya getirerek koordinasyon grubu oluşturmuştur. Aynı zamanda konseptlerin geliştirilmesi ve projelerin gerçekleştirilmesi söz konusu olduğunda, SenWTF bölgesel makamlar ve turizm bünyesiyle (örn: turizm birlikleri) birlikte de çalışmaktadır.

IHK, Berlin Partner ve İçişleri ve Spordan Sorumlu Eyalet Yönetimi, 2008 ilkbaharında turizm unsuru olan sporu güçlendirmek ve Berlin'in sporla ilgili potansiyellerini geliştirmek amacıyla ‘Spor ve Ekonomi’ adında uzman topluluğunu kurmuşlardır. Bu toplulukta; girişimcilerin yanı sıra politikadan, ekonomiden, spor kulüplerinden, spor birliklerinden, yönetim ve bilimden de insanlar yer almaktadır.

19 Şubat 2008'de demografik değişiklik konusu altında ilk defa gerçekleştirilen “Berlin Turizm Günü”, turizm ile bağlantılı enstitülerin, yatırımcıların ve kişilerin işbirliği için yeni bir itici kuvvet olmuştur. Bu toplantı dizilerinin genel amacı, Berlin turizm sektörü ve turizm eksperleri için, konu ile ilgili tartışılabilecek ortamların yaratılmasıdır. (Anonim, 2008.7)

4.2.1.2 Turizmle İlgili Altyapı

Turizm, gidilecek yerin ulaşılabilirliğine ve oradaki mevcut altyapıya bağlı olan bir sektör olduğundan, Almanya'nın turizm politikalarına paralel olarak Berlin de turizm altyapısına ve erişilebilirliğe önem vermiştir. Bu nedenle hava ulaşımına, demiryolu ulaşımına, karayolu ulaşımına, konaklama tesislerine ve engellilere yönelik düzenleme çalışmaları yapmıştır.

Hava Ulaşımı:

2011 yılında bitmesi planlanan “Berlin Brandenburg Uluslararası Havalimanı”, ulaşım açısından Berlin’in en önemli projelerinden biri olmaktadır. Ayrıca havaalanının, demir yolu bağlantısıyla şehir merkezine bağlanması ve orta-uzun vadede Tegel ve Tempelhof Havaalanları’nın kapatılması da planlanmıştır. Bu havalimanı bağlantısı sayesinde, uluslararası kongre ve fuar pazarının da önemli gelişme kaydetmesi beklenmektedir (Anonim, 2004.2).

Son yıllarda Berlin’de, Avrupa’nın yanı sıra kıtalararası uçuş bağlantıları da önemli hale gelmiştir. Böylece destinasyon Berlin’i yaratmak amacıyla yeni Kuzey Amerika ve Asya bağlantıları gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Bu adımın yanında, Avrupa kentsel turizmde çok önemli rolü olan düşük fiyat taşımacılığına da büyük önem verilmiştir. Bu ve benzeri çalışmalar sonucunda, 2003 yılından bu yana gelen yolcu sayısında %50’den fazla artış görülmüş olup, 2007 yılında Berlin Havalimanı 20 milyonu aşkın yolcu tarafından ziyaret edilmiştir (Anonim, 2008.7).

Demiryolu Ulaşımı:

Hava ulaşımının yanı sıra, demiryolu ulaşımı da, turizm için önem kaydeden bir bileşendir. Berlin’deki yollar ve raylar, yeni tren garlarını da içeren demiryolu konseptinin uygulanmaya başlanmasından bu yana çok gelişmiştir. Bu konsept dahilinde inşa edilen ve Berlin demiryolu kavşağının en önemli unsurlarından biri olan yeni 3.5 km uzunluğundaki 4 raylı kuzey güney tüneli, tünelin kesişme noktasındaki ana tren garı ve doğu-batı doğrultusunda uzanan şehir hattı günlük yaklaşık 300.000 ziyaretçisi ile bu konseptin başarısını ortaya koymuştur (Anonim, 2008.8). Bunun yanı sıra; Polonya şehirleriyle (Szczecin, Poznan, Wroclaw) karşılıklı uygulamaya koyulmuş olan “Oder Partnerschaft Projesi” adı altında demiryollarının ve tarifelerinin iyileştirilmesi de, demiryolu ulaşımıyla ilgili diğer bir uygulamadır (Anonim, 2008.7).

Karayolu Ulaşımı:

Aktarma olanağı, tüm taşıtlarda olduğu gibi otobüsler için de önem teşkil etmektedir. Bu bağlamda, IHK Berlin ile BTM, otobüsler için servis tesislerini ve park alanlarını iyileştirmeye çalışmakta ve bunu “Busstopp Faltplan” adı altında yayımlamaktadır. Senato da; Ana Tren Garı, Doğu Tren Garı, Alexander Meydanı veya Hackeschen Markt gibi merkezi yerlerdeki durak yerlerini desteklemekte ve gerekli olan park alanlarını hızlı bir biçimde düzenlemektedir (Drutschmann, 2005).

Turizm destinasyonu olmanın önemli kriterlerinden biri olan ulaşılabilirlik, Berlin için büyük önem taşımaktadır. Kongre misafirleri ve diğer misafirler için az zaman aralıklarında Berlin'in cazip olması ve diğer metropollerle rekabet edebilmesi için, uluslararası ulaşım bağlantıları gibi, şehir içi bağlantılarının da çok iyi olması gerekmektedir (Anonim, 2008.7).

Konaklama Tesisleri:

Geceleme olanakları, turizm için ulaşım kadar önemli bir altyapı bileşenidir. Berlin'e baktığımızda başkent, gelen ziyaretçilere konaklama açısından geniş bir yelpaze sunmaktadır. Berlin'de 1993 yılından beri toplam %115 oranında büyüme ile yaklaşık 90.000 yatak kapasiteli, 584 kalınacak tesis bulunmakla birlikte, yeni otel yapımlarına halen devam edilmektedir (Anonim, 2008.7).

Engelliler için Düzenlemeler:

Farklı engellere sahip olan insanların sınırsız katılımı, Almanya turizminde olduğu gibi Berlin turizmi için de çok önemli olup, bu alanda birçok çalışma yapılmıştır. Bu bağlamda, bedensel engellilerin tesislere ulaşabilmeleri ve kullanabilmeleri için tren garlarına ve tramvaylara yeni ve ek yapılar yapılmıştır. Ayrıca bedensel engellilere yönelik otel, sinema, tiyatro, müze ve alışveriş merkezleri inşa edilmiş ve bedensel engelliler tarafından rahatça kullanılacak taşıtlar alınmıştır. Birçok toplu taşıma araçlarında ve duraklarında, sınırlı hareket imkânlarına sahip insanlar için asansör ve rampa kullanımı yaygınlaştırılmış ve toplu taşıma kullanıcılarının hareketlerini kolaylaştırmak amacıyla akustik ve optik yönlendirme sistemleri kullanılmıştır. Bu hizmetler, "BTM'nin yayınları" ve "Mobidat" gibi internet sayfalarıyla duyurulmaktadır. Berlin, bedensel engelliler için özgür bir metropol olma yolundadır. Berlin'in çabalarının amacı, bedensel engelliler dâhil tüm katılanlar için sosyal yaşam alanı yaratarak, gelecekte "Design for all" markasıyla tanınmaktır (Anonim, 2008.7).

4.2.1.3 Turizmle ilgili etkinlikler

Berlin'de turizmle ilgili etkinlikler alanında yapılan iyileştirme ve geliştirme çalışmaları; "fuar ve kongre turizmi alanındaki etkinlikler", "kültür, etkinlik ve spor turizmi alanındaki etkinlikler", "yürüyüş, bisiklet ve su turizmi alanındaki etkinlikler" ve "alışveriş turizmi alanındaki etkinlikler" olmak üzere dört ana başlık altında incelenecektir.

Fuar ve Kongre Turizmi Alanındaki Etkinlikler:

Berlin, günümüzde Almanya'nın kongre şehirleri sıralamasında birinci sırada yer almakla birlikte, Uluslararası Kongre ve Toplantı Birliği'ndeki (ICCA) yükselişiyle de 2007 yılı

itibariyle dünyada 2.sıraya yerleşmiştir. Berlin'in, kongre turizminde üst sıralara taşınması ve sabit kalması amacıyla kongre alanında birçok iyileştirmeler yapılmış ve yapılmaktadır.

2007 yılına baktığımızda Berlin'de 160'ı kongre otellerinde olmak üzere kayıtlı 298'den fazla kongre düzenlenmiştir (Anonim, 2008.7). Kongre otellerinin en büyüğü Neuköln'de bulunan 15.000 m²'lik toplantı hacmiyle “Estrel Otel ve Kongre Merkezi”dir [16]. Bunun dışında kongre ve toplantı için 6 adet kongre merkezi ve 132 adet ek mekân yapılmıştır (Anonim, 2008.7).



Şekil 4.9 Estrel Otel ve Kongre Merkezi [16]

Kongre pazarı; toplantılar, katılanlar ve harcamaların birleşimiyle büyük ekonomik anlam taşımaktadır (Anonim, 2008.7). 2007 yılında Berlin'de, 7.97 milyon (2006 yılında 7.45 milyon) katılımcı ile 101.200 adet toplantı (2006 yılında 95.500) yapılarak 4.48 milyon geceleme gerçekleştirmiştir. Bir gün süreli toplantılarda misafirler 79 Euro, daha fazla günlük toplantılarda ise 243 Euro harcamıştır. Böylece toplamda yaklaşık 1.456 milyar Euro'luk satış hacmi gerçekleşmiştir. 2008 yılının ilk yarısına baktığımızda ise, katılımcı sayısı 2007'nin ilk yarısına göre %2 artışla 3.86 milyon, kongre ve toplantı sayısı %3 artışla 50.700'e yükselmiştir (Anonim, 2008.9).

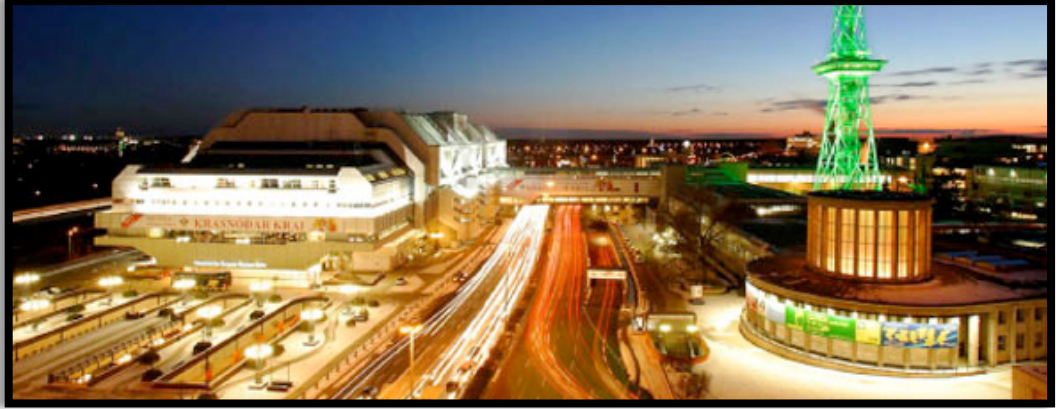
Berlin Turizm Tanıtım Şirketi (BTM), Berlin'i uluslararası kongre lokasyonları arasında üst düzeylere taşımak amacıyla, Berlin kongre sektörü için temas ve koordinasyon noktası olan “Berlin Kongre Ofisi”ni (BCO) kurmuştur. BCO, Berlin Yatırım Bankası tarafından aralıksız olarak desteklenmektedir.

Berlin Kongre Ofisi; toplantı, kongre ve etkinlik düzenleme alanlarında işveren ve iş alan platformu olan “Meeting Place Berlin” workshopunu düzenlemektedir. Bu workshopun

amacı, Berlin'in potansiyellerini sunmak ve etkinlik hizmetlerini tanıtmak için kongre organizatörlerini Berlin'e getirmektir. Ayrıca Berlin kongre endüstrisinin ortaklaşa organize ettiği fuar ve turnelerin yanı sıra, büyük uluslararası mesleki birliklerle yapılan işbirlikleri de BCO'nun internet sayfalarından sağlanmaktadır.

Berlin otelciliği de kendi pazarlama ve satış araçlarıyla kongre turizmine katkıda bulunmaktadır. Intercontinental Otel önderliğinde Budapest Sokağı etrafındaki 4 otel kongre kapasitelerini "destinasyon Berlin" markası altında sunarken, Ritz Carlton, Marriott, Grand Hyatt, Maritim otelleri de kendi tekliflerini "Hotel Alliance Berlin Potsdam Meydanı" etiketi altında pazarlamaktadırlar.

Ayrıca Messe Berlin Şirketi tarafından işletilen "Berlin Uluslararası Kongre Merkezi'nin (ICC Berlin), kongre alanında rekabet edebilirliğinin korunması ve güçlendirilmesi için teknik donanımlarının ve salonlarının modernleştirilmesi planlanmaktadır. Amaçlanan renovasyonla kongre lokasyonu Berlin'in, ileride ulusal ve uluslararası pazarda rekabet edebilirliği sağlanmaktadır (Anonim, 2008.7).



Şekil 4.10 ICC Berlin [17]

Fuar ve kongre turizminin daha gelişmesi için Berlin, kongre kapasitelerini artırmanın yanında pazarlama ve iş geliştirmenin altyapısını iyileştirmektedir. Ayrıca, yeni büyüme potansiyellerinin üretilmesine destek vermektedir. Bu bağlamda 17.000 kapasiteli Almanya'nın en büyük çok amaçlı salonu olan O2 Arena, 2008 Eylülde tamamlanmış ve hizmete açılmıştır. Bunun yanı sıra gelecek senelerde Berlin Merkez Tren Garı çevresinde planlanan yeni kongre kapasiteleri de kullanıma açılacaktır (Anonim, 2008.7).



Şekil 4.11 O2 World Arena [18]

Büyük havaalanı BBI'in yapılmasıyla, havaalanının çevresi fuar ve kongre kapasitesi için tekrar düzenlenecektir. Mevcut uçak bağlantılarının ve kapasitelerinin, uluslararası konferansların sayısını ve bununla bağlantılı olarak katılımcı sayılarını hissedilebilir şekilde artırması beklenmektedir (Anonim, 2008.7).

Kültür, Spor ve Etkinlik Turizmi Alanındaki Etkinlikler:

Kültür, her geçen gün daha çok insanın tatil kararının merkez noktasında yer almaya başlamıştır. Destinasyonlar, şehirler ve bölgeler, ölü sezonlarda pazarda daha iyi yer almak için kültürel tekliflerden yoğun bir şekilde yararlanmaktadır. Kültür turizmi, turizm doluluk oranına yoğun bir şekilde katkıda bulunmaktadır [19].

Başkent Berlin, her amaç grubundaki ziyaretçiye çok çeşitli kültür ve eğlence olanakları sunmayı amaçlamış ve dünya çapında ilgi çekmiştir. Senato, Avrupa Birliği'nin onayı ve EFRE Fonu (Bölgesel Gelişim için Avrupa ödenekleri) (2007-2013) aracılığıyla, "Kültür Yatırım Programı" çerçevesinde kültür mirasının imaj yaratan potansiyellerini desteklemiştir. Bu bağlamda yapılar tadilat edilmiş ve harekete geçirilmiş, kültürel ve anıtsal mekânlar iyileştirilmiş ve kültürel tekliflerin turist tarafından erişebilirliği sağlanmıştır (Anonim, 2008.7).

Berlin'in kültür teklifleri, şehrin farklı bölgelerinde, sayısal olduğu kadar niteliksel olarak da artırılmıştır. Bu bağlamda Unesco tarafından dünya kültür mirası sayılan Museumsinsel (Müze Adası) iyileştirilmiş, 2007'de Bode Müzesi yeniden açılmış ve yakın zamanda da birçok yeni müzenin açılması planlanmıştır. Ayrıca Berlin, 2007 yılında 12 milyondan fazla kişinin ziyaret ettiği 125 adet çok önemli sergiye ev sahipliği yapmıştır.



Şekil 4.12 Müze Adası [20]

Berlin kültür imajını, hedeflenen pazarlama ile şehre getirilen “Moma in Berlin” (2004), “die Schönsten Franzosen Kommen aus New York” (2007) gibi, geçici sanat sergileriyle güçlendirip büyötmektedir (Anonim, 2008.7).

170’ten fazla müze ve galeri, üç büyük opera, sekiz senfoni orkestrası ve 150 tiyatro sahnesi Berlin’in kültür ve sanat yaşamına daha da zenginlik katmaktadır. Ayrıca Berlin etkinlik alanında da, ziyaretçi çekmek amacıyla Brandenburger Tor’daki geleneksel yeni yıl kutlamalarından, Berlin Yeni Yıl Koşusu’na kadar çeşitli dallarda günlük 1.500’e yakın kültür ve sanat gösterileri sunmaktadır. Özellikle; Uluslararası Berlin Film Festivali, Kùltürler Karnavalı, Christopher Street Day ve Berlin Maratonu gibi önemli etkinlikler Berlinliler ve diğer ziyaretçiler tarafından en çok ilgi çeken organizasyonların başında gelmektedir. Berlin’deki müzeler, yıllık on bir milyonu aşan ziyaretçi sayısı ve değerli koleksiyon birikimleri ile ziyaretçilerini büyülemeye devam etmektedir. Tiyatro ve opera gösterileri ise, yılda yaklaşık 3,5 milyon seyirci tarafından takip edilmektedir (Becker vd., 2007).

Başkent Berlin, Yakın Çağ tarihi alanıyla da dikkatleri üstüne çekmek için çaba harcamaktadır. Şehrin 1949-1989 yılları arasındaki Yakın Çağ tarihini betimleme çabalarına ilişkin turistik çekiciliğe sahip birçok teklif geliştirmiştir (Anonim, 2008.7). 2009 yılı, Berlin Duvarı’nın yıkılışının 20. yıldönümü olarak markalandırılmış olup, bu kapsamda birçok müze, Berlin ve Almanya’nın bölünmesine ve yeniden birleşmesine dair sergiler düzenleyecektir. Ayrıca “Barış İçinde Değişim ve Almanya’nın Birleşimi” konulu etkinlik takvimi yayımlanacak ve 9 Kasım’da anma töreni düzenlenecektir (Anonim, 2008.10).

Berlin mevcut kültür potansiyellerini tutarlı bir şekilde pazarlayarak, şehrin kültür destinasyonu imajını Avrupa’da sağlamlaştırmak ve turizm unsuru olan kültürü, ulusal ve uluslararası pazarda sunmak amacıyla 2007 yılında “Uluslararası Turistik Kültür Pazarlama Kampanyası”nı başlatmıştır. Kampanya; trend şehir, eğlence, opera-klasik, sanat ve Yakın Çağ adı altında beş ana temaya göre düzenlenmiştir. Bu kültür kampanyası kapsamında, başkentin yaşam biçimi ve yüksek kültürü, tecrübesi ve geleneği, tarihi ve dağılması gibi çok boyutlu eşsiz karışımları sergilenmekte ve BTM tarafından yerel ve yabancı pazarlarda “Berlin, Berlin biz Berlin’e gidiyoruz” sloganı altında temalı faaliyetler gerçekleştirilmektedir. Ayrıca Berlin, sanatın ve sanatçının, müzelerin ve sergilerin şehri olarak takdim edilmektedir. Pergamon Çağı veya Nefertiti gibi dünya kültür hazineleri yanı sıra, eski ve yeni sanat devirlerinin önemli tabloları da Berlin’de sergilenmektedir (Anonim, 2008.7).

Berlin’in kültürle ilgili etkinlikleri, haftalık ve günlük baskılarda ve dergilerde tanıtılmaktadır. Sık uğranan online portallar da kampanyanın önemli elemanlarıdır. Ayrıca uluslararası seçilmiş pazarlarda radyo, online ve günlük basın gibi alanlar da ek faaliyetler olmakta, afişler ve seyahat endüstrisinin işbirliği vasıtasıyla da kampanya tamamlanmaktadır (Anonim, 2007.3). Bunun yanı sıra “Winterzauber Berlin” gibi sezonsal ağırlıklı konuların bağlantı ve pazarlaması bu kampanya çerçevesinde gerçekleştirilmektedir.

Kültürel etkinliklerin yanı sıra spor etkinlikleri de, Berlin’in ulusal ve uluslararası turizm çekiciliğine katkıda bulunan önemli reklam araçları arasındadır. Bu nedenle yüksek kaliteli kompleksler ve büyük spor etkinlikleri için gereken altyapı oluşturulmuştur. Böylece Berlin, Almanya’nın spor şehirleri arasında birinci sırada ve dünya çapında ise Melbourne’dan sonra ikinci sırada yer almaktadır.

Spor etkinlikleri, Berlin için yurtiçi ve yurtdışında önemli reklam aracı olmasının yanı sıra Berlin’in ekonomisine de katkıda bulunan bir faaliyettir. Her yıl binlerce turist, “Berlin Maratonu” veya “Almanya Futbol Federasyonu Kupası Finali” gibi organizasyonlara katılmak için Berlin’e seyahat etmektedir. Katılımlar, otel ve lokanta işletmelerine ve perakende ticaret satışlarına pozitif katkıda bulunmaktadır. Ticaret ve Sanayi Odası’nın 2005 yılında yaptığı bir araştırmaya göre; Berlin Maratonu, Jimnastik Festivali, Uluslararası Atletizm Şampiyonası (ISTAF) ve Plaj Voleybolu Dünya Şampiyonası’na katılan ziyaretçilerin 156 milyon Euro üzerinde harcama yaptıkları ortaya çıkmıştır (Anonim, 2008.7).



Şekil 4.13 Berlin Maratonu 2008 [21]

Tüm bu etkiler göz önüne alınarak Senato, 2006-2011 yılları arasında spor şehri Berlin'in çekiciliğini daha da desteleyecek, ulusal-uluslararası spor etkinlikleri düzenleyecek ve bu etkinliklerin reklamını yapacaktır. Bundan dolayı şehir için uygun spor etkinliklerinin kazanılması ve profesyonel çerçevede gerçekleştirilmesi için çabalanmaktadır (Anonim, 2008.7). Bu çabalar sonucunda kazanılan spor etkinliklerinden bazıları, 2007 Modern Pentatlon Dünya Kupası, 2008 Hızlı Kayma Dünya Şampiyonları ve Olimpiyat Oyunları ve Futbol Dünya Şampiyonası'ndan sonra en ilgi çeken spor etkinliği "12. IAAF Atletik Dünya Şampiyonası"dır (Anonim, 2007.4).

2009 yılının 15-23 Ağustos tarihleri arasında düzenlenecek 12. IAAF Atletik Dünya Şampiyonası'na günde 55,000 olmak üzere, toplamda 500.000 ziyaretçinin yanı sıra, 2500 atlet ve yaklaşık 3500 medya temsilcisi beklenmektedir. Ayrıca 4 milyar kişinin de televizyon yayını sayesinde izleyeceği göz önüne alındığında, böyle büyük organizasyonların hem şehrin ekonomisi, hem de reklamı için çok büyük katkılar sağladığı görülmektedir [22].

Yürüyüş, Bisiklet ve Su Turizmi Alanında Etkinlikler:

Almanya'nın iklim koruma politikaları çerçevesinde desteklediği doğaya yakın turizm çeşitleri ve çevreye uyumlu turistik olanaklar, Berlin için de önem teşkil etmekle birlikte çevre dostu olmalarıyla turistler tarafından gittikçe çekici hale gelmektedirler. Ayrıca Berlin ve çevresinin; yürüyüş, bisiklet ve su yoluyla keşfedilebilmesi, turizm çeşitliliği açısından da anlam kazanmaktadır.

Berlin; yerel turistik yürüyüş, bisiklet ve su güzergâhlarının başlangıç ve bitiş noktası olmasının yanı sıra çekici ara hedef noktasıdır. Böylece güzergâhların büyütülmesi ve ülke içinde birbiriyle teması, başkentin turizmüne büyük katkılar sağlamaktadır (Anonim, 2008.7).

Berlin dünyanın en önemli metropollerinden biri olmasına rağmen, yeşili korumakta ve şehir içinde yaşatmaktadır. Berlin'in toprak yüzeyinin %35'ini yeşil alanlar, parklar, nehirler ve kanallar oluşturmaktadır [23]. Yeşil Berlin üzerine geliştirilen teklifler, turistler tarafından beğenilmekte olup şehrin turizm çeşitliliğine de katkıda bulunmaktadır. Bu sunulan tekliflerin desteklenmesi, geleceğe yönelik ve kalıcı turizm için önemli yer teşkil etmektedir. Berlin boyunca yürütülen bisiklet turlarındaki güçlü artış ve yürüyüş yollarına rağbet daha şimdiden bu trendi yansıtmaktadır.

Tüm bu trendler çerçevesinde; sanatsal olarak düzenlenmiş dinlenme parkı olan Marzahn, Almanya'nın en güzel 10 parkından biri sayılan Britzer Parkı, Dahlem'deki Botanik Park, Almanya'nın ilk hayvanat bahçesi özelliğini taşıyan Zoologische Park ve 160 hektar büyüklüğündeki Friedrichsfelde Hayvanat Bahçesi turistik açıdan çok önem taşımaktadırlar.

Başkentte görülmeye değer yerlerde, açıklamalı ring seferleri ve gezi yolları düzenlenmiştir. Böylece Berlin'de-bir şehir için olağanüstü sayılacak-550 km'nin üstünde gezme ve yürüme ağı vardır. Ayrıca yürüyüş yapanlar için farklı bir atraksiyon niteliği taşıyan Yakın Çağ tarihine dayalı olan Berlin Duvarı Yolu oluşturulmaktadır. Toplamda 160 km uzunluğundaki bu yol, bisiklet kullanan ziyaretçiler için de elverişli hale getirilmiştir. 2008-2010 yılları arasında tamamlanması beklenen duvar yolu için 2002 yılından bu yana yaklaşık 4,5 milyon Euro harcanmıştır.

Şehir merkezinin genişlemesi ve görülecek yerlerin merkezi dağılmaması, bisikleti çekici bir bireysel ulaşım aracı yapmaktadır. 2004 yılında Senato, bisikletçilerle ilgili altyapının aralıksız iyileştirilmesi amacıyla "Bisiklet Trafiği Stratejisi"ni kabul etmiştir. Bu iyileştirmeler çerçevesinde 2002 yılından 2007 yılına kadar Berlin-Usedom, Berlin-Kopenhag ve Avrupa Bisiklet Yolu R1 için 8.32 milyon Euro harcanmıştır. Yollarının tamamlanma derecelerine bakıldığında; Berlin-Usedom ve Berlin-Kopenhag Bisiklet Yolları'nın yarısı bitirilmişken, Almanya çapında bisiklet turizmi için pilot proje olan R1'in %75'i tamamlanmıştır. Berlin-Kopenhag Bisiklet Yolu'nun yapım aşamasının bitimi 2009 yılı olarak planlanmakta olup, diğer iki yolun yapımına ait kısmı ise 2008 yılında tamamlanması planlanmıştır. Ayrıca bisiklet yolları tabelalandırılıp, bu yollar için internette sunumlar ve broşürler hazırlanacaktır.

Berlin'in Brandenburg Eyaleti'nin merkezinde konumlanması, bisiklet yolu için bölgesel ve kültürel özellikleri tamamen elverişli yapmaktadır. Böylece bisiklet yollarının yoğunluğu gittikçe artmaktadır. Berlin'de, sınırda biten Leipzig Bisiklet Yolu'nun devam ettirilmesi ve şehir merkezine uzanan Spree Bisiklet Yolu'nun Havel Nehri'ne kadar uzatılması bisiklet turizmiyle ilgili yapılması amaçlanan diğer çalışmalardır. Ayrıca Havel Bisiklet Yolu'nun güçlendirilmesi ve tabelalandırılması da planlanan diğer işler arasındadır (Anonim, 2008.7).

Berlin politik ve coğrafik olarak Avrupa'nın kalbinde yer almasının yanında, büyük su alanlarının da ortasında yer almaktadır. Bu bağlamda gittikçe artan bireysel ve doğaya yakın yaşama arzusu, Berlin'in turizm popürlüğünün artmasına sebep olmaktadır (Anonim, 2003.1).

Su turizminin desteklenmesinin stratejik temeli, 2003 yılının Mart ayında "Ekonomi Teknoloji ve Kadınlardan Sorumlu Eyalet Yönetimi" tarafından hazırlanan "Su Turizmi Taslağı" ile atılmıştır. Su turizminin altyapısını iyileştirecek faaliyetler, o günden bu yana başarılı bir şekilde gerçekleştirilmektedir. Su sporcuları için görülmeye değer yerlerde ve sulara bulunan dikkat çekici, bilgi verici direktif tabelalarıyla yön tayin etmeyi kolaylaştıran "kılavuz sistem"ler kurulmuştur. Bunun yanı sıra, iskeleleri, su sporcularına yönelik düzenlenmiş teklifleri ve hizmet donanımlarını bulmaya olanak sağlayan "Gelbe Welle", mevcut 64 direktif işaretleriyle tamamlanmıştır (Anonim, 2008.7).

Berlin, 14 adet kamusal tekne iskelesi ile su turistlerine özel hizmetler sunmaktadır. Bu düzenleme, 90'lı yılların sonunda Suyolları ve Gemicilik Kurumu'nun girişimi olarak su turistlerine servis amaçlı yapılmıştır. Bu iskelelerden, 24 saate kadar ücretsiz yararlanılmaktadır. Fakat çöpün arıtılması alanında bazı problemler yaşanmıştır (Anonim, 2003.1). Bu problemin giderilmesi amacıyla "Ekonomi Teknoloji ve Kadınlardan Sorumlu Eyalet Yönetimi", 2007 yılında Berlin Şehir Temizleme Kurumu tarafından yürütülen "gemide birikmiş çöplerin şehir merkezlerinde ki kanallarda yok edilmesi hizmeti"ni başlatmıştır.

Aynı zamanda endüstriyel yolcu taşıyan gemiler için temel şartlar düzenlenmiştir. Ekonomi, Teknoloji ve Kadınlardan Sorumlu Eyalet Yönetimi'nin idaresiyle Ulaştırma, Bayındırlık ve Şehir Geliştirme Bakanlığı tarafından 01 Nisan 2007'de geçerli gemi kabulü yasal şartları olan "Su Taksisi Yönergesi" meydana getirilmiştir.

Berlin gemiciliği ise, turistlere şehri sudan gezdirmek amacıyla Berlin'in içinde ve etrafında bulunan sayısız suyollarıyla, şehir merkezi turlarından büyük çaplı şehir turlarına kadar geniş bir teklif yelpazesi sunmaktadır. Ayrıca engelli ziyaretçilerin, gemilere ve iskelelere

erişebilmesi ve kullanabilmesi amacıyla tadilatlar ve genişletmeler yapılmıştır (Anonim, 2008.7).



Şekil 4.14 Şehir merkezinde tekne gezisi [24]

Berlin'in bu büyüyen pazarda daha iyi yer alması için, nehir gezisine ait altyapısal temel şartlar halen iyileştirilmektedir. Şehrin farklı yerlerindeki nehir gezileri için demirleme imkanları, Berlin'i bu büyüyen pazarda enteresan ve sık gelinen destinasyon yapmaktadır. Ayrıca Humbolt Limanı'nda planlanan iskele, yeni ana gara yakınlığı nedeniyle de yeniden turistik bir anlam kazanmaktadır.

Bütün bu aktiviteler ve doğayla içice olarak sunulan turistik olanaklar, destinasyonunun klasik turistik tekliflerini tamamlamaktadır. Bundan dolayı Senato temel şartlar çerçevesinde iyileştirmeler için hala çaba harcamaktadır (Anonim, 2008.7).

Alışveriş Turizmi Alanında Etkinlikler:

Berlin'in turizm destinasyonu haline gelmesini sağlayan bileşenlerden bir diğeri de kentin alışveriş metropolü olmasıdır. Son yıllarda bu bileşeni daha üst noktaya taşımak için, sunulan olanaklar nicel ve nitel olarak iyileştirilmektedir.

Friedrich, Kurfürstendamm, Tauentzien Caddesi ve Alexander Meydanı gibi merkezi yerler, kendi mal çeşitlilikleriyle yabancı ziyaretçiler için alışveriş olanakları oluşturmuşlardır. Geleneksel alışveriş alanlarını yanında, yeni moda ve trend mağazalardan oluşan çekici yerler de kurulmuştur. Bu yerler, özellikle genç Berlin ziyaretçileri için çekici alışveriş olanakları ve turistler için ilgi çekici teklifler olmaktadır (Anonim, 2008.7).



Şekil 4.15 Tauentzien Caddesi [25]

Turizm artışları, perakende ticaret yeri olan Berlin için çok önem taşımaktadır. Berlin’de geceleleyen her ziyaretçi ticari kuruluşlarından günlük ortalama 40.40 Euro harcama yapmaktadır. Böylece perakende ticaret, 3.42 milyar Euro ciroyla otellerden sonra Berlin turizminin ikinci güçlü kazanç sağlayıcı olmaktadır (Anonim, 2008.7).

Berlin’in bölgesel politikası tarafından, alışveriş şehri Berlin için turistik çekiciliği olan koşullar iyileştirilmiştir. Bu koşullardan biri, mağazaların açılış saatleridir. 2006 Ekim’de Eyalet Senato’su, mağazaların açılış saatlerini hafta boyunca serbest bırakmaya karar vermiştir. Bu nedenle, mağaza sahipleri Pazartesi gününden Cumartesi gününe kadar kapılarını 24 saat açık tutabilmektedirler. Pazar günleri ise Senato’nun kararlaştırdığı 4 gün dışında mağazalar kapalı kalmaktadır. Christmas sezonundaki Pazar günleri içinde ayrı bir düzenleme yapılarak, mağazalar 13.00-21.00 arası açık olabilmektedir. Bu düzenleme en çok WinterZauber kapsamında şehre gelen turistleri sevindirmektedir. Değişen mağaza saatleri, turistlerin ihtiyaçlarına cevap vererek, şehrin çekiciliği çerçevesinde avantaj sağlamaktadır (Anonim, 2007.5).

Senato, şehir planlayıcı girişimleri somut projeler ve girişimler vasıtasıyla desteklemektedir. Bu bağlamda Berlin Eyaleti, IHK ve özel sektörün katılımıyla hazırlanan “Mittendrin Berlin” projesi kapsamında çarşılar değer kazandırılarak, alışveriş turizmine büyük ölçüde katkı sağlanması amaçlanmaktadır (Anonim, 2008.7).

Berlin alışveriş turizminin artması amacıyla birçok kampanya gerçekleştirilmiştir. Bunlardan biri 2008’in Ekim ayında 17.si düzenlenecek olan “Lange Nacht des Shoppings”dir (Alışverişin Uzun Gecesi). Bu bağlamda 250’ye yakın mağaza, restoran, bar, tiyatro, sinema vb. kapılarını 24 saat süreyle ziyaretçilere açacaktır. Bunların yanı sıra canlı sahne gösterileri

ve konserlerde yer almaktadır. Etkinlik 2000 yılından bu yana Almanya çapında en büyük alışveriş etkinliği olmakta ve 500.000'den fazla kişi beklenmektedir [26]. “Winterzauber Berlin” gibi pazarlama kampanyaları ise, başka bir başlangıç noktası sunmaktadır. İlk defa 2004 yılında, Noel ve yeni yıl için düzenlenen bu kampanyada, ilk kez belirli biçimde tüme dayalı, özenilmiş pazarlama konsepti çerçevesinde Berlin’in reklamı yapılmıştır (Anonim, 2008.7).

4.2.1.4 Servis ve Kalite

Berlin, turizm sektöründe uluslararası rekabette yer almak ve büyümek için, memnun kalan ziyaretçilerin tekrar gelmelerini ve şehri tavsiye etmelerini hedeflemektedir (Drutschmann, 2005). Böylece son yıllarda turistlerin yükselen kalite bilincine bağlı olarak, Almanya’da olduğu gibi Berlin’de de birçok alanda çalışma yapılmıştır.

2004 Turizm Taslağı’nda “kalite” unsurunun ilk olarak “meydan okuma” olarak tanımlanmasından sonra, 2005’de IHK, DEHOGA, HBB (Berlin-Brandenburg Ticaret Birliği), AG City, BTM, Berlin Partner ile Şehir Gelişimi ve Ekonomi, Teknoloji ve Kadınlardan Sorumlu Eyalet Yönetimleri’nin katkılarıyla, kamu-özel sektör ortaklığı sağlanarak “Service in the City” faaliyeti başlatılmıştır. Bu faaliyette, uzun vadeli olarak turizmle yakın ilişkide bulunan otelcilik, lokantacılık, taşımacılık, perakende ticaret gibi sektörlerin servis kalitesi ve uluslararası olması kalıcı olarak iyileştirilecektir. Orta vadede ise, turizmle yakın ilişki içinde olan alanlarda, yabancı dil yeterliliği etkili bir şekilde sağlanacaktır. Ayrıca tesislerin, müşteriye yönelik olmalarını yükseltmek amacıyla, sektörlerle bölünmüş dil bilgilerine ulaşabilecekleri ve yabancı misafirlerin tüketici davranışlarıyla ilgili ipuçlarını elde edebilecekleri “Service in the City Online Akademie” ise yapım aşamasındadır.

Bu faaliyetlerin dışında, tesislerin kalite bilincinin gelişmesi ve uygun kalite yönetiminin uygulanması için güçlü bir teşvik unsuru olan “Berlin Brandenburg Kalite Ödülü” verilmeye başlanmıştır. Ödülün verilış amacı tesislerin kalitesini ölçmek, yükseltmek ve devamını sağlamaktır. Kalite ödülü, bölgesel başkentteki tüm kuruluşlara açık olmakla birlikte, 2007 yılından itibaren özellikle turizm branşlarına yönelik hazırlanmaktadır. DEHOGA, üyelerini devamlı olarak süreçle ilgili bilgilendirip, katılım için reklam yaparak kalite ödülünü desteklemektedir. Böylece otelcilik alanında ilgi uyandırıp, Berlin otelleriyle somut temaslarda bulunmaktadır.

Alman Turizm Semineri (DSFT) ise Berlin turizmi için, “Berlin’de Servis Kalitesi” adı altında otel ve yeme içme sektöründe kalite yönetimi gibi seminerler vermektedir. Bu seminerler turizmle ilgili kurumların bilgilerini artırıp ve gelişmesini sağlayarak, seyahat ülkesi Almanya’da sundukları hizmetlerin kalitelerinin yükselmesini hedeflemektedir.

Ekonomi, Teknoloji ve Kadınlardan Sorumlu Eyalet Yönetimi, turizmde kaliteyi artırmak ve sürekliliğini sağlamak amacıyla, farklı partnerlerle yaptığı işbirlikleriyle birçok farklı yoldan kalite bilincini yükseltmeyi amaçlamaktadır. Bu amaç, ileride Almanya turizminin desteklenmesi için de ana düşünce olacaktır (Anonim, 2008.7).

4.2.1.5 Destinasyonun Pazarlanması

Berlin turizminin gelişmesini sağlayacak etkenlerden bir diğeri ise, destinasyonun iyi bir şekilde pazarlanabilmesidir. Bu bağlamda çok çeşitli turizm teklifleri içeren başkent, Berlin Turizm Tanıtım Şirketi (BTM) tarafından pazarlanmaktadır.

Bu pazarlama kapsamında BTM, Berlin turizmiyle ilgili dünya çapında reklamlar düzenlemektedir. Ayrıca turizm ve iş seyahat trafiğini, fuarları ve kongreleri desteklemekle birlikte gelen konukları da bilgilendirmektedir. Böylece BTM pazarlama faaliyetleriyle turistik yer olan Berlin’in iç ve dış turizmde çekiciliğini ve itibarını güçlendirirken, şehrin ekonomisine de katkıda bulunmaktadır.

Pazarlama kapsamında BTM, yılda 85 fuar ve workshop tanıtımı, 30’u uluslararası olmak üzere 43 basın toplantısı düzenleme, turist-turizm kuruluşları için birçok dilde yaklaşık 3.8 milyon broşür yayınlama gibi geniş bir servis hizmeti içermektedir.

BTM’nin verdiği hizmetlerden en başarılı olanlar, farklı ortaklarla organize ettiği bilim dalı forumları olan “Pow Wow Berlin Dresden” ve “Meeting Place Berlin”dir. “Pow Wow”un yurtiçi ve yurtdışından gelen şehir ve kültür turizm organizatörlerine yönelik olmasıyla yerel tedarikçilerle bağlantı kurulmasına ve turizm alanında var olan çok çeşitli tekliflerin sunulmasına olanak sağlamaktadır. Öte yandan “Meeting Place Berlin” ise, kongre turizmi üzerinde yoğunlaşmıştır. Şuana kadar yurtiçi ve yurtdışından yaklaşık 320 kongre organizatörü ve planlamacısına, kongre destinasyonu Berlin’in çok yönlü olanakları sunulmuştur.

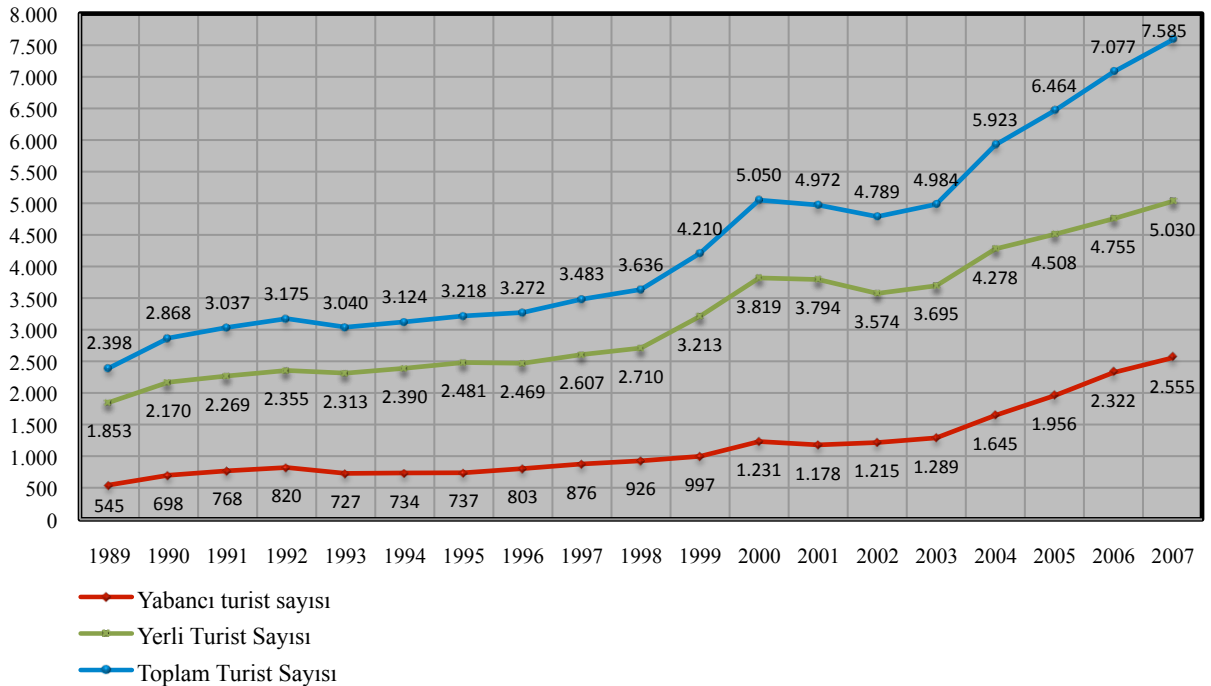
BTM’nin 2010 yılına kadar stratejik pazarlama planlamasında yer alan temel faaliyetleri aşağıdaki gibi belirtilmiştir (Anonim, 2008.7):

- Berlin'in, iç ve dış turist grupları için dünya çapında çekici seyahat destinasyonu ve kültür metropolü, fuar yeri ve de tarihsel şehir sıfatlarıyla konumlandırılması,
- Uluslararası Berlin'in kongre destinasyonu pozisyonunun güçlendirilmesi,
- Seyahat endüstrisinin ve potansiyel ziyaretçilerin Berlin hakkında bilgilendirilmesi,
- Ortak güçleri birleştirmek ve eyaletin faaliyetlerine yönelik öncelikli amaçların tespiti için Berlin içinde ve dışında işbirliği,
- Turistik hizmetler ve turizm sektörü ve nihai tüketiciler için talebe yönelik servis hizmetlerinin görüşülmesidir.

4.2.1.6 Sayılarla Berlin'de Turizm

1989 yılında Berlin Duvarı'nın yıkılıp, Doğu-Batı Berlin'in birleşmesinden günümüze, Berlin'i ziyaret eden turist sayısında önemli bir artış gerçekleşmiştir. Turist sayısındaki artış ve buna paralel olarak turizm sektöründeki büyüme açıkça görülmektedir.

Tablo 4.1 1989'dan 2007 yılına kadar yıllara göre Berlin'e gelen yabancı, yerli ve toplam turist sayıları



* sayılar 1000 ile çarpılacak.

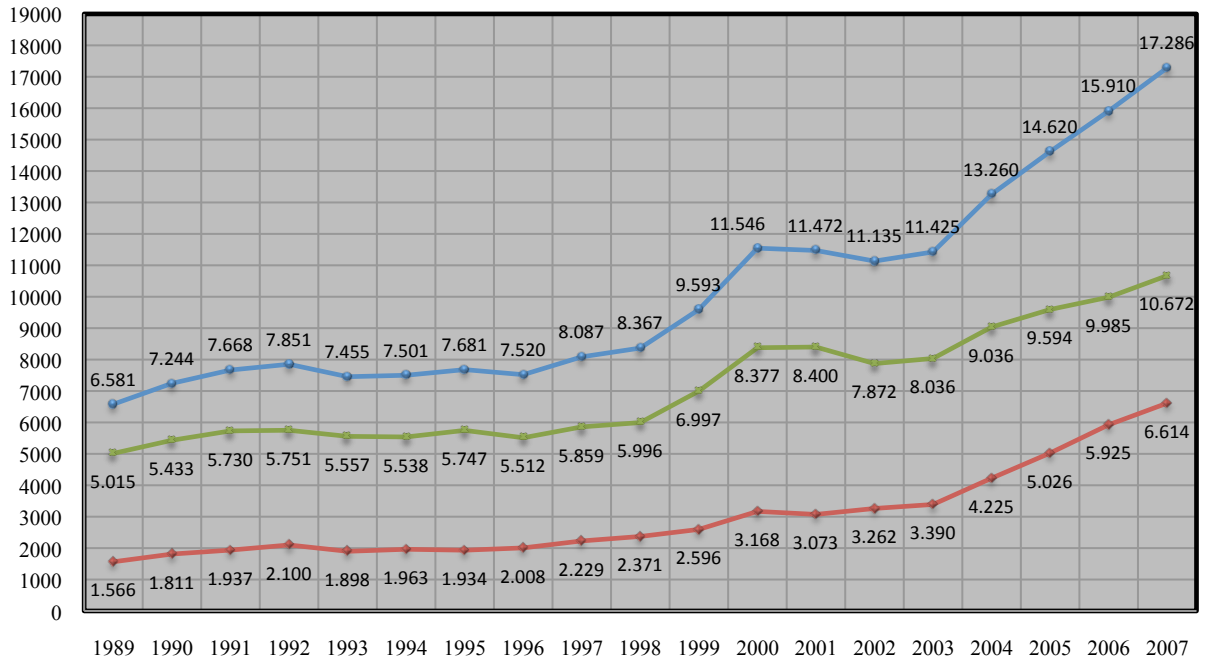
* 1989-1991 yılları arasındaki veriler sadece Batı Berlin'i kapsamaktadır.

1989 yılında 2 milyon 400 bin civarında olan toplam turist sayısı, 2007 yılı itibarıyla %217 artarak 7 milyon 600 binlere ulaşmıştır. 1989 yılından 1998 yılına kadar olan yükselme eğilimi 1998 yılından 1999 yılına %10'dan fazla bir artışla 4,2 milyon turist sayısına ulaşılmıştır. Bu yılda gerçekleşen geceleme sayısı ise %15 artarak 9,6 milyon olarak

kaydedilmiştir. Yerli turistlerin geceleme sayısında %17'lik bir artış gözlenirken, yabancı turistlerin geceleme sayısında bu artış %10'da kalmıştır (Bkz. Tablo 4.2).

Geceleme sayısındaki artış ile Berlin, 1999 yılı itibariyle Londra, Paris ve Roma'dan sonra Avrupa'da dördüncü sırayı elde etmiştir. Bu artışın başlıca nedenleri arasında hükümet ve parlamentonun Berlin'e taşınması ve uluslararası anlam taşıyan Love-Parade ve Berlin Maraton'u gibi etkinlikler sayılmaktadır (Anonim, 2000).

Tablo 4.2 1989'dan 2007 yılına kadar yıllara göre Berlin'de yabancı turist, yerli turist ve toplam geceleme sayıları



—●— Toplam Geceleme Sayısı
 —◆— Yabancı Turistlerin Geceleme Sayısı
 —▲— Yerli Turistlerin Geceleme Sayısı

* sayılar 1000 ile çarpılacak.

* 1989-1991 yılları arasındaki veriler sadece Batı Berlin'i kapsamaktadır.

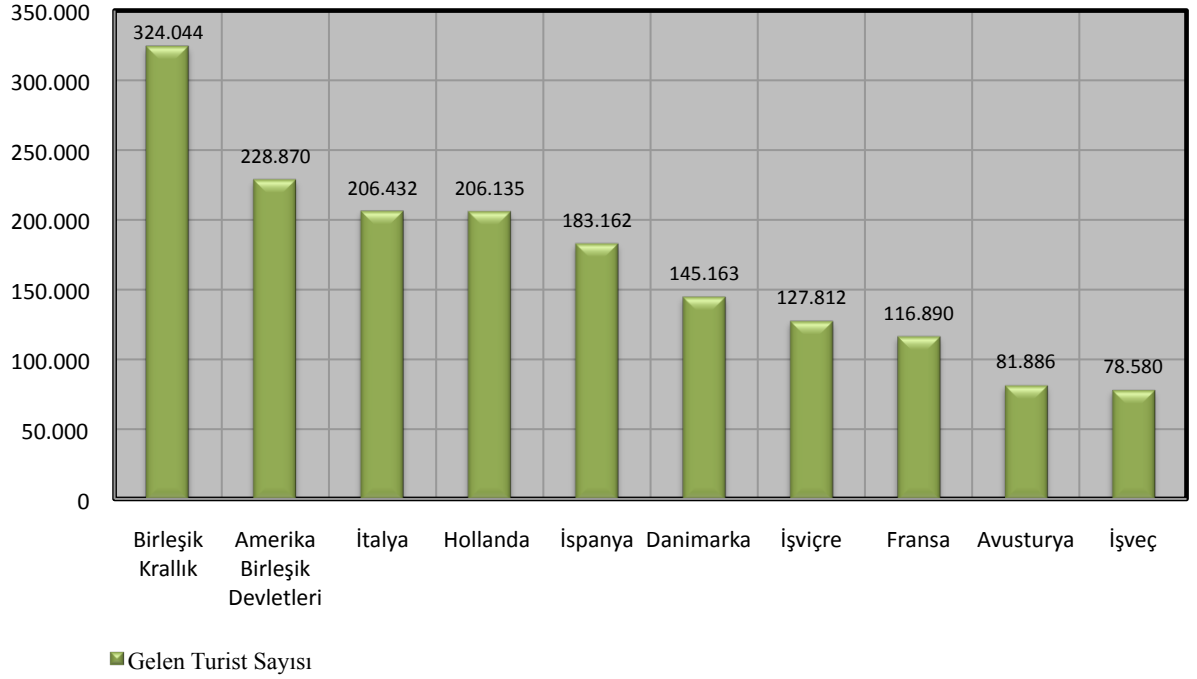
En büyük artış, %20 ile yaklaşık 800 bin turist artışı sağlanan 2000 yılında gerçekleşmiştir. Geceleme sayısı ise %20 artış ile 11,5 milyona ulaşmıştır. Bu geceleme sayısı ile Berlin, Almanya'nın 10 milyon geceleme sayısı barajını geçen ilk şehir olmuştur (Anonim, 2001.2). Gelen ziyaretçilerin ortalama kalış süreleri ise, bir önceki seneye aynı olmak üzere 2,3 gündür; ilerleyen yıllarda da 2,3 gecelik ortalama konaklama süresi en fazla $\pm 0,1$ gibi çok küçük bir değişkenlik göstermiştir (Anonim, 2008.12).

2000 yılında gerçekleşen beklenmedik artış sonrasında 2001 ve 2003 yılları arasında turist ve geceleme sayılarında bir durgunluk yaşanmıştır. Bu durgunluğun nedeni ise ekonomik krize ve 11 Eylül saldırılarına bağlanmaktadır (Anonim, 2002).

2004 yılında belirlenen turizm geliştirme taslağı çerçevesinde Berlin’de birçok etkinlik düzenlenmeye başlanmıştır. Bu etkinliklerden biri olan “Winterzauber Festivali” sayesinde 2004 yılında bir önceki yılın aynı ayına kıyasla turist sayısında %23’lük bir artışla, 450 bine ulaşılmıştır. Geceleme sayısı da aynı şekilde %21’lik bir artışla, 933 bin (328 bin’i Alman turist) olarak kaydedilmiştir (Anonim, 2005.2).

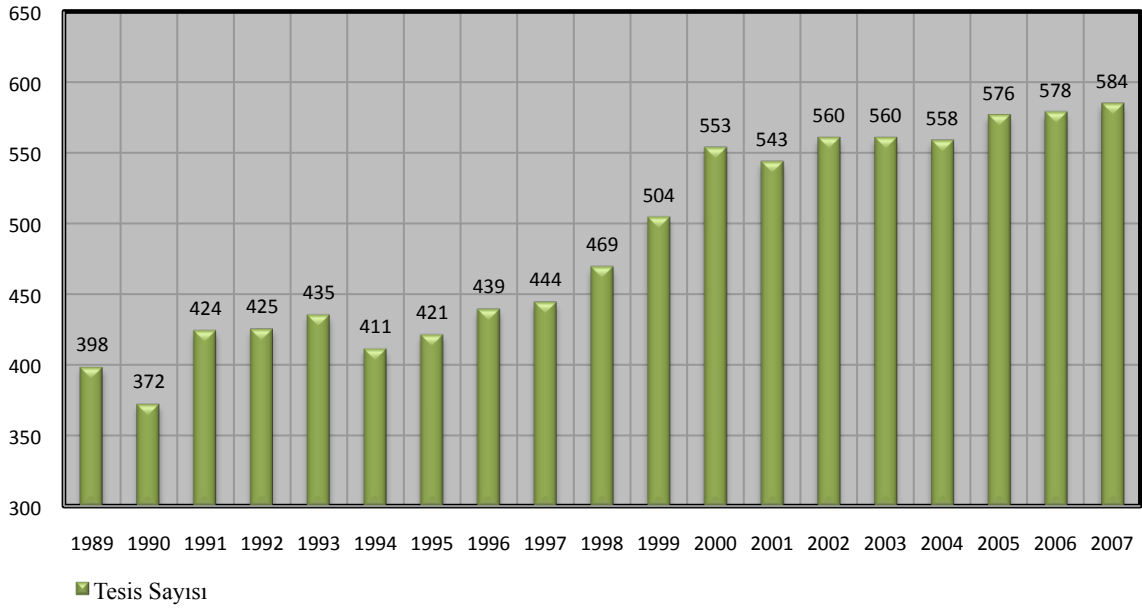
2007 yılı sonu itibariyle Berlin 17,3 milyon toplam geceleme sayısına ulaşmıştır. Yabancı turistlerin bu sayı içerisindeki payı %38 olarak kaydedilmiştir. 2010 yılı itibariyle ise toplam geceleme sayısının 20 milyon olması hedeflenmektedir. Bu rakam içerisinde yabancı turist payının ise %45’i bulması öngörülmektedir (Anonim, 2008.11). Bu sene itibariyle Berlin’in Almanya’ya gelen toplam turist sayısı içerisindeki yüzdelik payı %5,85’e ulaşmıştır. Toplam geceleme sayılarının payı ise %4,78 olmuştur.

Tablo 4.3 2007 yılında Berlin’e en çok gelen yabancı ülkelere göre turist sayıları



Berlin’e gelen yabancı turist sayısına bakıldığında, İngiltere 4. kez üst üste birinci sırayı almıştır. 2007 yılında yabancı turistlerin %12,7’si olmak üzere 324 bin turist İngiltere’den Berlin’e gelmiştir. Büyük farkla önde olan İngiltere’yi, %9’luk ve %8’lik paylarıyla Amerika Birleşik Devletleri ve İtalya takip etmektedir.(Bkz. Tablo 4.3).

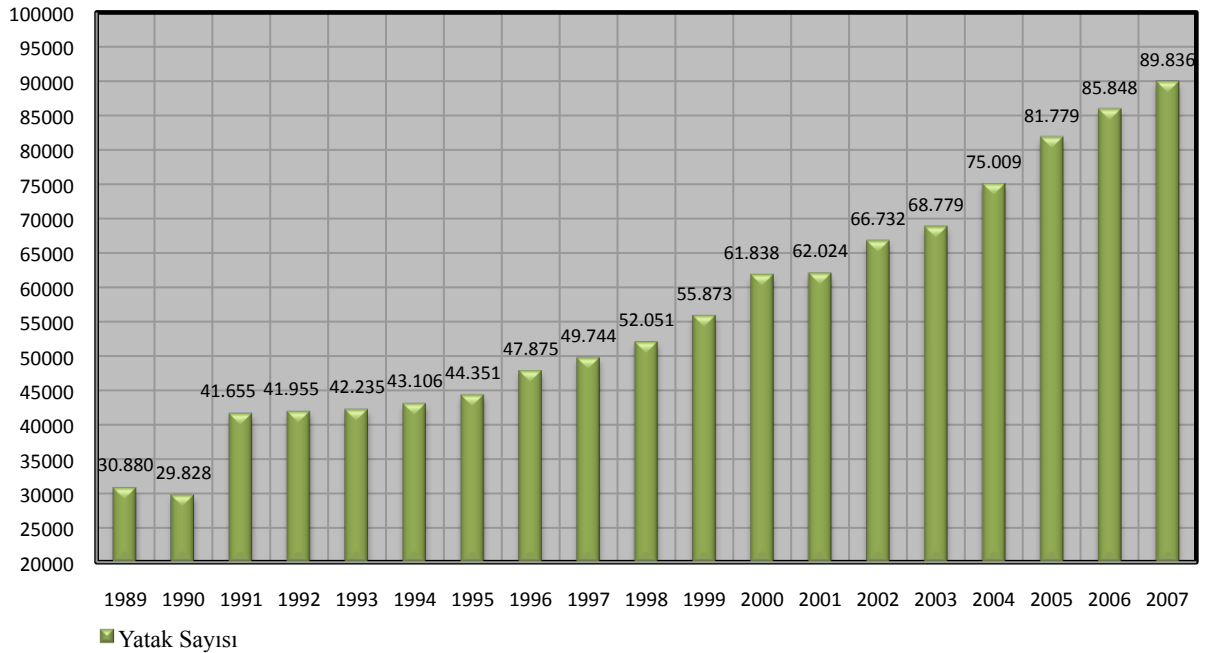
Tablo 4.4 1989'dan 2007 yılına kadar yıllara göre Berlin'de bulunan tesis sayıları



* 1989-1991 yılları arasındaki veriler sadece Batı Berlin'i kapsamaktadır.

1991 yılında Berlin'in başkent olması kararı ile 1993 yılından 2000 yılının sonuna kadar çok hızlı bir konaklama tesisi yapımına gidilerek, konaklama tesisi sayısında %30'luk bir artış görülmüştür. 2000 yılının sonundan 2007'nin sonuna kadar ise ancak %5,6'lık bir artış ile tesis sayısı 584'e ulaşmıştır (Bkz. Tablo 4.4).

Tablo 4.5 1989'dan 2007 yılına kadar Berlin'de bulunan yatak sayıları



* 1989-1991 yılları arasındaki veriler sadece Batı Berlin'i kapsamaktadır.

Yatak sayıları incelendiğinde ise, 1991 yılından 2007'nin sonuna kadar hızlanan bir artış eğilimi izlenmektedir. Artışların en hızlandığı seneler ise 2000 (Berlin'in başkent olduğu

yıldan bir sonraki sene) ve 2004-2005 (turizm geliştirme taslağının kabul edildiği ve bir sonraki sene) yıllarıdır (Bkz. Tablo 4.5).

Genel olarak baktığımızda, 1989 yılından 1992 yılına kadar toplam turist sayısındaki artış, 1993 yılında kesintiye uğrayarak 2000 yılına kadar devam etmiştir. 2001 ve 2002 yıllarında düşüşe geçen turist sayısı, 2003 yılında artmaya başlamış ve bu artış günümüze kadar devam etmiştir. Toplam geceleme sayıları ise 1989 yılından 1992 yılına kadar artmış, 1993 yılında ve 1996 yılında azalma görülen geceleme sayıları, 2000 yılına kadar artmaya devam etmiştir. 2000 yılından sonra iki yıl süreyle inişe geçen geceleme sayısı, 2003 yılı itibariyle artışa geçmiştir. Bazı yıllarda düşüş yaşanmasına rağmen; tesis sayıları 1989 yılından 2007 yılına kadar artmıştır. 1989 yılında 398 olan tesis sayısı, 2007 yılına kadar %46,8 artarak 584'e ulaşmıştır. Yatak sayılarında ise 1990 yılında %3,4'lük bir düşüş görülmüş olsa da, 1990 yılından 2007 yılına kadar her yıl artış yaşanmıştır. 2003 yılında Berlin'deki toplam yatak sayısının Almanya toplamı içerisindeki payı %2.61 iken, 2007 itibariyle bu oran %3,41'e yükselmiştir.

Berlin'in turizm alanında yükselme eğilimi göstermesi ve bu eğilimin sürdürülebilmesi amacıyla 2004 yılı itibariyle turizm geliştirme stratejisi çerçevesinde birçok düzenleme yapılmıştır. Yapılan bu düzenlemelerin başarısı, yukarıda verilen turizm sayılarından açık bir şekilde anlaşılmaktadır.

4.2.2 Berlin'de Kentsel Gelişim Stratejileri

1990 yılında Doğu-Batı Berlin'in birleşmesi ve 1991 yılında başkent olması kararı verildikten sonra metropol, yapısal açıdan oldukça önemli değişimler yaşamıştır. Şehir planlaması açısından kentteki sorun ve görevler yeniden düzenlenmiş ve ağırlık noktaları tekrardan saptanmıştır.

Şehrin her iki parçasının 40 yıl süren bölünme nedeniyle, farklı olarak geliştiği göze çarpmaktadır. Doğu Berlin "başkent" fonksiyonunu desteklemek amacıyla, yeni binalarla tarihsel merkeze yönelirken, konut ve endüstri alanlarını monostrüktürel biçimde kent dışında konumlandırmıştır. Batı Berlin ise çok merkezli yapıya dayanarak genişletilmiş bölge merkezleriyle iyi bir ağ kurmuştur.

Doğu-Batı Berlin'in birleşmesinden sonra başkentin yaşam standartlarının eşitlenmesi için öncelikli olarak kentin doğu ve batı parçalarının yapısal olarak denkleştirilmesi gerekmiştir. Doğu kısımda konut, dinlenme, sanayi ve hizmet alanlarında iyileştirmeye ihtiyaç

duyulurken, batı kısmında ise öncelikli olarak çevreyle bağlantı kurulması gerekmiştir. Tüm bu ihtiyaçlar çerçevesinde başkentte birçok düzenlemeler yapılmıştır (Kircher, 1995).

Nazım planı

Düzenlemelerin yapılması için gereken zeminin Doğu Berlin’de mevcut olmamasından dolayı, ilk olarak nazım planının çıkartılması hedeflenmiştir. Bu doğrultuda öncelikle Doğu Berlin’de, batı planlama sistemini oluşturan “arsa mülkiyeti” oluşturulmuş ve gelişim planı olmayan bölgelerde yeni planlamalar yapılmıştır. Arsa mülkiyetinin oluşturulması amacıyla devlet tarafından “Yedi Eminlik Kurumu” kurulmuş ve Doğu Almanya’nın tüm varlığı buraya aktarıldıktan sonra belirli ilkeler çerçevesinde özelleştirilmiştir.

Özel yatırımlar

Alman Hükümeti Berlin’deki özel yatırımları artırmak amacıyla Potsdam Meydanı çevresindeki değerleri yüksek olan arsaları piyasa fiyatının yaklaşık 8’de veya 10’da birine Daimler Benz, Sony vb. gibi büyük şirketlere satmıştır. Ayrıca yatırım yapanlara önemli vergi kolaylıkları sağlamış ve Avrupa Topluluğu’nda yatırım destek fonları oluşturulmasına ön ayak olmuştur. Bunların yanı sıra kamu kaynaklarıyla “Bölgesel Gelişim Taşıyıcıları” (Entwicklungstraeger) kurulmuştur. Bu kuruluşlar gelişime uygun alanları, planlama ve altyapı hizmeti getirerek parselleme yöntemiyle inşaat yapılacak hale dönüştürmekte ve bu alanlara özel yatırım akışını sağlamaktadır. Tüm bu destekler sayesinde, Berlin’de özel yatırımlar oldukça artmıştır (Arın, 2003.2).

Yatırım yapılan alanlar

Yatırım yapılan bu alanların yeniden tasarlanması amacıyla, uluslararası düzeyde birçok yarışmalar düzenlenmiş ve yarışmaları kazanan dünyanın farklı ülkelerinden mimarların tasarımları, boş alanlarda yerlerini almaya başlamıştır (Salman, 2001). Böylece Berlin kısa sürede mimarlık alanında uluslararası yıldızların kenti haline gelmiştir. Berlin’de bina yapanlar arasında Sir Norman Foster (Reichstag Parlamento Binası), Renzo Piano (Daimler-Benz Kompleksi), Helmut Jahn (Sony Merkezi), Giorgio Grassi (Park Kolonadları), Axel Schultes (Başbakanlık Binası), Arata Isozaki, GMP von Gerkan, vb. birçok tanınmış mimar bulunmaktadır (Arın, 2003.2).



Şekil 4.16 Berlin'in kentsel gelişimi [28]

Başkent fonksiyonu

Başkent işlevlerinin Bonn'dan Berlin'e taşınması kararı, kentin gelişimi açısından önemli bir ivme oluşturmuştur. Meclis ve bakanlıkların yanı sıra, tüm lobi kuruluşları da Berlin'e taşınmıştır. Böylece yeni iş yerlerinin açılması ve yeni vergi kaynaklarının oluşma olanağı ortaya çıkmıştır. Fakat hükümet ve parlamento işlevlerinin yerleşme kararının desantral olarak verilmeyip, kentin merkezi alanlarında yoğunlaşmasıyla Berlin, kentin yapısal değişimini hızlandıracak odak noktalarını oluşturma şansını kaybetmiştir. Bu merkezci yaklaşımın olumsuz etkilerinden biri ise, (kent yapısı açısından istenmeyen) gündüzleri yaşayan, geceleri ise kimsenin bulunmadığı monostrüktürel alanların oluşmasıdır.

Yasal koşullar

Duvarın yıkılmasıyla etrafı kapalı Batı Berlin için yeni bir hinterland oluşmuştur. Nüfusunun %92'si kiracı olan Batı Berlin'de duvarın açılmasıyla mülkiyet kavramı artmış ve müstakil konuta talep yükselmiştir. Bu nedenle şehrin çeperlerine ve dışına doğru bir nüfus kayması yaşanmıştır. Bu sırada Doğu Berlin'de ise tüm yasal sistemin çökmesinden dolayı, buralarda inşaat yapmak için yasal önkoşullarının meydana getirilmesi gerekmiştir. Kısa bir zaman içinde gayrimenkul hukuku ve şehir planlama sisteminin kurulması için birçok uzman bir araya gelmiştir.

Bölge planlaması

Parlamento tarafından 1994 yılında topraktan yararlanma amacıyla, uzun yıllar süren çalışmalardan sonra tüm Berlin için ilk kez yapılan "Bölge Planlaması 94" meydana getirilmiştir [27].

Bu planlamada nüfusun 300.000 kadar artacağı varsayılarak 2010 yılına kadar olan şehir gelişimi belirlenmiştir. Böylece Bölge Planlaması 94 [27]

- ☐ Parlamento ve hükümet inşası için 0,5 milyon m²'lik alan yaratılması,
- ☐ 400.000 yeni konut inşası,
- ☐ Sanayi alanları için yaklaşık 1000 ha alan yaratılması,
- ☐ 11 milyon m²'lik yeni büro alanlarının üretilmesi,
- ☐ Perakende ticaret alanların yaklaşık 1,4 milyon m² büyütülmesi,
- ☐ Toplu taşımanın desteklenmesi (sokak ağlarının genişletilmesi vb.), gibi gereksinimleri öngörmüştür.

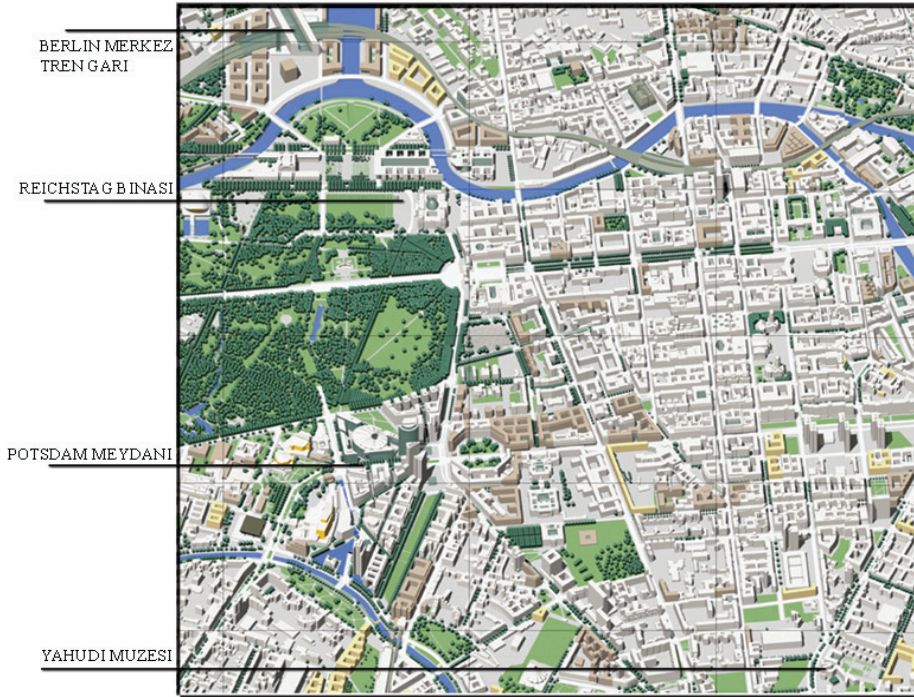
Fiziksel onarım

Yeni yapıların yapılmasının yanı sıra, Doğu Berlin’de bulunan büyük konut yerleşim alanlarındaki (Doğu Berlin’de yaklaşık 275.000 prefabrik konut vardır) nüfus kaymalarının da engellenmesi amacıyla büyük ölçüde fiziksel onarım ve iyileştirme çalışmaları yapılmıştır. Ayrıca, bu konut yerleşim alanlarının yapısal anlamda kentleştirilmesi amacıyla da, devlet bu alanlara çok büyük kaynak aktarımında bulunmuştur (Arın, 2003.2).

4.2.2.1 Berlin’in Kentsel Gelişim Stratejileri Paralelinde Yapılan Kentsel düzenlemeler ve Yapılar

1989 yılında duvarın yıkılmasının ardından Berlin’i bir bütün ve bir dünya kenti haline getirmek amacıyla uygulanan kentsel gelişim stratejileri paralelinde ünlü mimarlar tarafından birçok kentsel düzenlemeler ve yapılar yapılmıştır.

Berlin’in ilerde Avrupa’nın hizmet merkezi olacağı varsayımlarından dolayı, kentte yapılan yapıların büyük kısmına, büro fonksiyonu yüklenmiştir. Nüfus artışının öngörülmesinden dolayı ise büyük ölçüde konut alanları da tasarlanmıştır. Bunların yanı sıra ticari işlevleri barındıran binalar da, üretilen yapılar arasında çoğunlukta bulunmaktadır. Ayrıca hükümetin Bonn’dan Berlin’e taşınmasıyla yönetim binaları da inşa edilmiştir. Kenti bir bütün haline getirilmesi için kentin ulaşım ağlarının da bütünleştirilmesi gerekmiştir. Bu bağlamda, ulaşım altyapısına dair birçok iyileştirme yapılmıştır.



Şekil 4.17 Berlin şehir merkezi [29]

Yeniden bir dünya kenti yaratmaya dönük büyük projeler arasında ilk ve en gösterişli örnek, eskiden birçok yolun kavuştuğu çok canlı ulaşım merkezi olan “Potsdam Meydanı”dır. 1991 yılında başkentin Bonn’dan Berlin’e taşınma kararının ardından tasarlanan “Hükümet Bölgesi ve Reichstag Binası” da kentsel gelişim bağlamında önem taşıyan projelerdir. Önem taşıyan başka bir bina ise, Nazi rejimi döneminde kapatılan, Daniel Libeskind tarafından yeniden tasarlanan “Yahudi Müzesi”dir. Berlin’in doğu-batı olarak ayrılmasıyla ikiye bölünen ulaşım ağını bütünleştirmek amacıyla yapılan projelerin en dikkat çekenini ise “Berlin Merkez Tren Garı”dır.

4.2.2.1.1 Potsdam Meydanı

Potsdam Meydanı; Berlin merkezinde, Brandenburg Kapısı’nın ve Reichstag Binası’nın 1 km güneyinde, Tiergarten Parkı’nın güneydoğusunda yer alan önemli bir meydan ve işlek kavşak noktasıdır. Adını, 25 km güneybatısında yer alan Potsdam şehrinden almıştır.

İkinci Dünya Savaşı’na kadar çok popüler buluşma noktası ve yaşayan bir yer olan Potsdam Meydanı, bombardımanlar etkisiyle boş alana dönüşmüştür. Berlin Duvarı’yla ikiye bölünen alan Soğuk Savaş döneminde terk edilmiştir. Fakat 1990 yılından sonra büyük kısmının yeniden imarıyla şehrin en göze çarpan alanı ve yeni Berlin’in sembolü haline gelmiştir.

18. yüzyılın başlarında Potsdam Meydanı, Potsdam Kapısı’nın yanında şehir surlarının dışında yer almaktadır. 1823 ve 1824 yıllarında Potsdam ve Leipzig Meydanları arasında bulunan şehir kapısı, mimar Karl Friedrich Schinkel tarafından Potsdam yönüne doğru genişletilmiştir. 19. yüzyılın ikinci yarısında alan çok kısa bir sürede gelişmiştir. 1838 yılında Potsdam Ana Ttren Garı’nın yapılması, bu bölgede inşaat faaliyetlerine sebep olmuştur. Sanayi artışının yaşandığı sırada şehir, hızlı bir şekilde gelişmiş ve yoğunlaşmıştır (Funk, 2000). 1920’ye ulaşıldığında, Potsdam Meydanı Avrupa’nın en işlek kavşak noktası olmuş ve 1925’te meydana Avrupa’nın ilk trafik lambası sayılabilecek bir kule yerleştirilmiştir. Gittikçe artan trafik yoğunluğu nedeniyle, Oskar Lange, Martin Wagner, Erich Mendelsohn ve Marcel Breuer gibi pek çok mimar Potsdam Meydanı için yeni öneriler geliştirmiştir (Köksal, 2000).

Potsdam Meydanı’nın büyük bir kısmı, İkinci Dünya Savaşı’nda müttefik güçlerin bombardımanlarından dolayı harabe haline gelmiştir. Savaş sonunda Meydan, müttefiklerin bulunduğu üç ülke noktası (Sovyetler Birliği, Amerika ve İngiltere) ve 1961 yılında Berlin Duvarı’nın inşasıyla sınır alan olmuştur. Yaklaşık otuz yıl boyunca da şehrin doğu ve batı parçası arasında el değmeksizin bırakılmıştır [30].

1989 yılında duvarın yıkılmasının ardından Potsdam Meydanı'nın adı yeni hizmet sektörünün ve uluslararası şirketlerin merkezi olarak geçmeye başlamıştır. Bölgeyi kapsayan alanda Daimler Chrysler, Sony, Hertie ve ABB yatırımcı ve geliştirici olarak ortaya çıkmıştır (Funk, 2000). Ayrıca bölge hizmet sektörünün merkezi olmasının yanı sıra turistik bakımdan da önem taşımaktadır. Potsdam Meydanı % 40'ı turist olmak üzere, günde 70.000 kişi tarafından ziyaret edilmektedir (Anonim, 2007.9).



Şekil 4.18 Potsdam Meydanı 1993 [31]

Şekil 4.19 Potsdam Meydanı 2003 [32]

Duvarın yıkılmasından iki sene sonra, 1991 yılında, bu alan için şehir gelişimi yarışması açılmıştır. Açılan bu yarışmanın amacı ise, konut bölgelerine sahip iş alanlarıyla şehir merkezini iyileştirmektir.

Yarışma sonunda birincilik ödülünü, adalar ve yollarla geliştirilen geleneksel ve kompakt şehir dokusu konsepti ile Münihli mimarlar olan Hilmer ve Sattler kazanmıştır. Yeni şehir yapısı, tek düzen olarak 50x50 m'lik küçük adalar halinde tasarlanmıştır. Böylece konut, iş merkezi, otel, tiyatro gibi işlevleri bir arada barındıran bir şehir yapısı meydana getirilmiştir. Ayrıca tasarımda, dar sokaklar, adaların arasından geçmekte ve birçok şehrsel mekân

meydana getirmektedir. Fakat tasarım, bazı yatırımcılar ve mesleki gruplar tarafından yapılan protestolarla karşılaşmıştır. Görüş ayrılıkları uzun haftalar boyunca iyice ateşlenmiş ve kutuplaşmalar ortaya çıkmıştır.

Ada, sokak, meydan ve kamusal alanlardan meydana gelen geleneksel şehir örneği karşısına, yüksek katlı bina yığınları ve büyük yapı kompleksleriyle oluşturulan modern Amerikan şehir örneği çıkartılmıştır. Karşıtlar; şehrin kamusal çıkarları, yatırımcıların ekonomik çıkarları ve ilgi toplama isteği amacıyla tasarımın karşısında durmuştur. Siyasi taraflar, geleneksel şehir konseptiyle birincilik ödülü alan tasarımı desteklemişler ve ellerinde tutmayı başarmışlardır. Üzerinde revizyon yapılan bu tasarım, imar planı için temel oluşturmuştur (Funk, 2000).

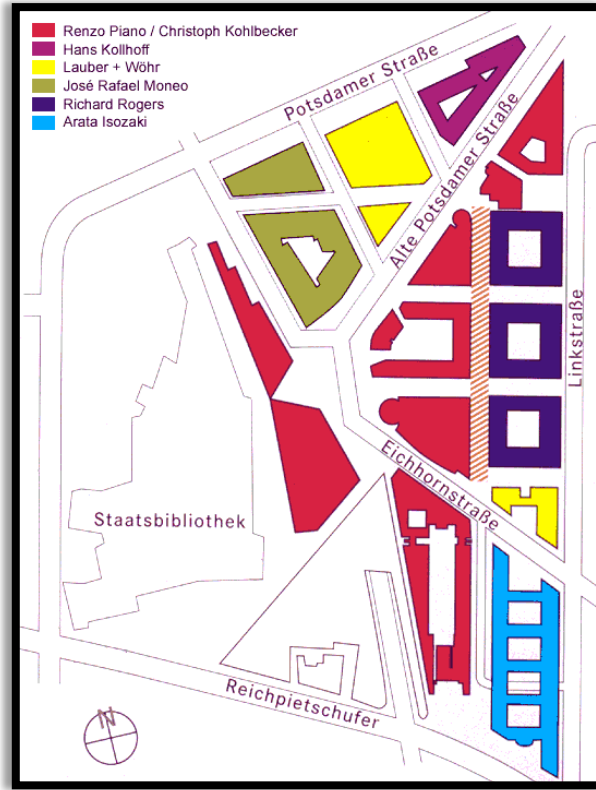
1992 yılında Daimler-Benz, Berlin Senatosu ve Tiergarten Belediyesi tarafından açılan yarışma, uygulamaya giden süreçte ikinci adımı oluşturmuştur. Bu yarışma sonrasında diğer arsalar için de ayrı yarışmalar açılmış ve binaları tasarlayacak mimarlar seçilmiştir (Köksal, 2000).

Potsdam Meydanı olarak bilinen alan; Arkaden Alışveriş Merkezi'yle Daimler Chrysler Bölgesi'ni, kuzeyde Sony Center'ı, A&T Park Kolonadları'nı, bir süre önce biten Beisheim Merkezi'ni ve ayrı özellikleri ve projeleriyle Leipzig Meydanı'nı içeren 5 parçadan meydana gelmektedir (Anonim, 2007.6).

Daimler Chrysler Bölgesi:

Potsdam Meydanı'nın en büyük bölümünü oluşturan Daimler Chrysler Bölgesi, şehir gelişimi yarışması temel alınarak yatırımcı Daimler-Benz tarafından 1992 yılında mimari yarışmaya açılmıştır. Bu yarışmaya tasarımlarını önermek için 7'si yabancı olmak üzere, 14 mimar grubu davet edilmiş ve Renzo Piano ve Christoph Kohlbecker'in tasarımı birinci seçilmiştir.

Renzo Piano'nun master planı, alanın merkezinde bir meydan ve bu meydan etrafında gruplanan otel, casino ve tiyatro, restoranlar, ofis binaları ve konutları öngörmüştür. Alan ile yakınında bulunan Kültür Forum arasındaki görsel bağlantının çözümü ve su alanının gelişime dâhil edilmesi, bu master planının seçilmesinde rol oynayan en önemli unsurlardır. Tasarlanan bölgenin merkezi; devlet kütüphanesinin doğu cephesinin aşağısında, "Eski Potsdam Caddesi"nin bitişinde yer almaktadır. Tasarlanan Marlene-Dietrich Meydanı etrafında kamusal nitelik taşıyan otel, tiyatro, casino, restoranlar, dükkânlar ve sinema bir grup halinde yer almaktadır. Meydan bağımsız bina toplulukları şeklinde tasarlanmıştır. Tiyatro ve casino, şehir kütüphanesinin önüne yerleşerek kütüphanenin yeni doğu tarafı olarak sayılmakta ve büyük ortak saçakları meydanı fuaye gibi örtmektedir [33].



Şekil 4.20 Daimler Chrysler Bölgesi [34]

Piano'nun konsepti, Avrupalı bir şehir gelişimi bilinciyle oluşturulmuş ve canlı şehir kültürünün başlıca elemanı olarak sokaklar, kamusal mekân olarak kabul edilmiştir. Kısa mesafeli ve çok sayıda kullanım olanakları, bölgeyi çekici yapmakta ve renkli sokak yaşamı yaratmaktadır. Ayrıca mimari açıdan çeşitliliğin sağlanması amacıyla, mimarların kendi bireysel binalarını gerçekleştirmek için görevlendirileceği bir mimari yarışma ilan edilmiştir. Renzo Piano'nun liderliği altında, kendi binalarını tasarlamak üzere 6 mimarlık bürosu daha görevlendirilmiştir: Arata Isozaki (Tokyo), Christoph Kohlbecker (Gaggenau), Hans Kollhoff (Berlin), Ulrike Lauber und Wolfram Wöhr (Münih), José Rafael Moneo (Madrid) ve Richard Rogers (Londra).

Alanın görsel bütünlüğünün sağlanması amacıyla Renzo Piano tarafından bina tasarımları için yönetmeliğe bazı kurallar koyulmuştur. Binaların sıcak ve çekici bir atmosfer yayması amacıyla, cephelerinde başlıca terra-cotta, tuğla ve kum taşı kullanılması, çoğu binanın zemin katlarında çarşı bulunması ve kaldırımlarının çeşitli açık hava etkinliklerine olanak verecek genişlikte olması bu kurallardan bazılarıdır. Ayrıca planlamanın etkili olması için %50 ofis %20 konut ve %30 ticaret olmak üzere karma kullanım göz önünde bulundurulmuştur [35].

1994 yılında başlayan inşaat için, toplamda sadece 4 yıllık bir yapım süresi öngörülmüştür. Bunun yanı sıra bütçeye uyulması ve yüksek kalite standartlarının tamamlanması gibi şartlara

da uyulması gerekmiştir. Böyle büyük bir projenin organize edilmesi için, dIM (debis Emlak Yönetimi) Drees&Sommer AG ile yeni yollar izlemiş ve alt proje konseptini geliştirmişlerdir. Bölge 4 inşaat alanına (A, B, C ve D) bölünmüş ve her inşaat alanı için sorumlu işletmeler ile koordine bir biçimde çalışan genel yönetimler oluşturulmuştur. [36]

Bölgenin odak noktası, geniş çatılarıyla ilgi çeken Piano ve Kohlbecker'in tasarladığı casino ve tiyatronun bulunduğu binanın yer aldığı Marlene-Dietrich Meydanı'dır. Casinonun ve tiyatronun bulunduğu bina, Daimler Bölgesi'nin batı sınırını oluşturmakta ve şehir kütüphanesiyle bölge arasında bağlantıyı sağlamaktadır. Uzunlamasına ve asimetrik bir zemin planı sahip yapı, metalik gri cephe kaplamasıyla şehir kütüphanesinin altın kaplı cephesine uyum sağlamaktadır (Imhof vd., 2002).



Şekil 4.21 Marlene Dietrich Meydanı'ndaki Casino ve Tiyatro (A. Gönençer arşivi)

Piano ve Kohlbecker aynı zamanda Landwehrkanalı'nın yanında yer alan "Debis Genel Merkezini" de tasarlamışlardır. 163 m uzunluğundaki bloğun ortasında cam çatılı bir atrium yer almaktadır. Yan binalar her kademede bir kat olmak suretiyle, 3 kademede yükselmekte ve kule binasıyla son bulmaktadır. Binanın düşey biçimde ve farklı yüksekliklerde biten alt bölümlere ayrılması ile kule binasına hafiflik kazandırılmış ve bu düşeylik yanlardaki cam kaplama ve cam kaplı merdivenlerle vurgulanmıştır. Debis Binası'nın yanında ise Arata Isozaki ve Steffen Lehmann tarafından yapılmış, birbirlerine köprü ile bağlanan 8 katlı ofis binaları bulunmaktadır. [37].

Bölgenin 1910'dan beri ayakta duran ve İkinci Dünya Savaşı'nda yıkılmayan tek binası olan Weinhaus Huth ile Debis Binası'nın arasında Richard Rogers'ın tasarladığı büyük makineleri andıran üç bina bulunmaktadır. Toplamda 60.000 m2 olan bu binaların ikisi ofis ve ticari alanlarını barındırırken, üçüncü bina ticari alanlardan ve 72 adet konuttan oluşmaktadır.



Şekil 4.22 Richard Rogers'ın tasarladığı binalar ve Tilla Durieux Parkı (A. Gönençer arşivi)

Richard Rogers'ın binalarının karşısında bulunan Tilla Durieux Parkı'nın düzenlenmesi amacıyla, 1995 yılında yarışma açılmıştır. Yarışmayı kazanan Hollandalı peyzaj bürosu DS tarafından geleneksel düzenlemelerin dışında alışlagelmemiş ve çevredeki yapıların çeşitliliğiyle zıtlık yaratan, yalın bir park tasarlanmıştır. [38].

Renzo Piano'nun tasarladığı konut binası ile Richard Rogers'ın üç binası arasında “Arkaden Alışveriş Merkezi” uzanmaktadır. Üç katlı 40.000 m² kapalı alandan oluşan bu alışveriş merkezi yine Renzo Piano tarafından tasarlanmış olup; cam, tuğla, seramik ve terra-cotta'dan oluşmaktadır [39]. Alışveriş merkezi, 50 m'lik adalar arasındaki canlı kent sokakları konseptine uyumsuz olduğu için başlarda eleştirilse de, daha sonralarda yapılan aktiviteler sayesinde bölgedeki en canlı alanlarından biri olmuş ve olumsuz eleştirilerden uzaklaşmıştır (Tuncer, 2003).



Şekil 4.23 Arkaden Alışveriş Merkezi (A. Gönençer arşivi)

Potsdam Meydanı'nın geçiş kapısını oluşturan üç gökdelenin biri olan onsekiz katlı PwC (PriceWaterhouse Coopers) Binası Renzo Piano tarafından yapılmıştır. Binanın en ilgi çekici

yanları, etkileyici giriş saçağı ve camdan oluşan üçgen kenarıdır (Imhof vd., 2002). Üç gökdelenin ikincisi olan, PwC Binası'nın karşısında yer alan ve ofis-ticaret binası olarak kullanılan onsekiz katlı bina Hans Kollhoff tarafından yapılmıştır. Küçük pencere açıklıklarıyla bina, transparan yapıya sahip olan Sony Kulesi'yle keskin bir zıtlık yaratmaktadır (Anonim, 2007.6).



Şekil 4.24 Potsdam Meydanı Üç Gökdelen [32]

Hans Kollhoff tarafından yapılan gökdelen ile casino-tiyatro arasında güzel ve yalın bir otel olan “Grand Hyatt Berlin” İspanyol Jose Rafael Moneo ve İsveçli iç mimar Hannes Wettstein tarafından tasarlanmıştır. 6 kattan oluşan otelde 350’den fazla oda ve suit atrium etrafında konumlanmıştır. Geleneksel Berlin apartman bloklarının yoğun yapı tarzı, bu otelde zekice ve fonksiyonel olarak yeniden yorumlanmıştır. (Anonim, 2007.6).

Sony Merkezi:

Potsdam Meydanı’nda yer alan birbirinden bağımsız yedi binadan oluşan “Sony Merkezi” Daimler Bölgesi’nden daha uniform bir yapıya sahiptir. Toplam 132.500 m² olan bu kompleks Sony’nin gelen merkezi başta olmak üzere; ofis binalarını, rezidansları, dükkanları, restoranları, Esplanade Oteli’ni, I-max Sineması’nı ve Alman Demiryolları’nın Gökdelenini kapsamaktadır. Ayrıca, 26.444 m²’lik toplam alana sahip olan 4 bodrum katında; binalara ait servis alanları, park alanları, yerel ve şehirlerarası tren istasyonları yer almaktadır.

Amerikalı Mimar Helmut Jahn’ın 1992 yılında birinci seçilen tasarımının en göze çarpan kısmı, 4000 m²’ye kurulmuş olan üstü örtülü “Forum” alanıdır. Oval şekilli bu alan, Berlin’in yeni açık hava mekân örneklerinden biri olmaktadır. Mekân gerek fonksiyon, gerekse görünüş olarak 21. yüzyılı çok iyi yansıtmaktadır. Etrafı restoranlar, kafeler, dükkânlar, Esplanade

Oteli, Film Merkezi ve eğlence alanlarıyla çevrili bu forum, geniş kentsel meydan olup halkın kullanımına açıktır (Helzel, 2003).



Şekil 4.25 Sony Merkezi [40]

Kompleksin diğer bir kısmını ise, komplekse entegre edilmiş Esplanade Oteli'nin İkinci Dünya Savaşı'nda ayakta kalan bölümleri oluşturmaktadır. 1908 yılında yapılan bu otel, İkinci Dünya Savaşı'nda neredeyse yok olmuştur. Savaştan sonra ayakta kalan salonları 1945-1961 arasında kullanıldıysa da, duvarın yapılmasıyla otel iyice işlevselliğini kaybetmiştir. Fakat yapı tarihi eser olarak kabul edildiği için yıkılmamıştır. Tarihi otelin parçaları, bölgenin imara açılmasıyla Sony'nin yaptıracığı dev merkezin içinde kalmasından dolayı 75 m ileriye kaydırılarak yeni yerine yerleştirilmiştir (Öymen, 1999). Eski otel şimdi çelik ve cam duvarlar arkasında Sony Merkezi'nde sergilenmekte ve korunmaktadır.



Şekil 4.26 Sony Merkezi [41]

Sony Merkezi'nin en ilgi çeken bileşenlerinden biri olan Forum üzerine yerleştirilmiş çatının yapımına 1998 yılında başlanmış olup, 2,5 yıl sürmüştür (Helzel, 2003). Ayrıca Yann Kersale tarafından yapılan çatı aydınlatması ile, çatının ön plana çıkarılması amaçlanmıştır [42].

Lenne Üçgeni:

Lenne Üçgeni; Potsdam Meydanı'nın kuzeyinde Ebert, Bellevue ve Lenne Caddeleri arasında kalan, üç parçaya bölünmüş ve bugünkü Henriette Herz Park adındaki yeşil alanla entegre edilmiş üçgen şekilli bir alandır. Bu bölgede de, diğer bölgelerde olduğu gibi Hilmer ve Sattler'in planı temel alınmıştır. Yatırımcıları en büyük payıyla Otto Beisheim, Bischoff&Compagnons, Delbrück Bankası ve Atricom Emlak olan, 24.600 m²'lik Lenne Üçgeni'nin parçaları için yatırımcılar tarafından uygulamaya yönelik yarışmalar düzenlenmiştir. Bu alanda inşaat çalışmaları, yeni yer altı tren istasyonu için yapılan tünel çalışmaları dolayısıyla Debis, Sony ve ABB'den daha geç başlamış ve 2004 yılında tamamlanmıştır [43].



Şekil 4.27 Lenne Üçgeni [44]

Beisheim Bölgesi:

Yatırımcısı Otto Beisheim olan, Beisheim Merkezi Potsdam Meydanı'ndaki Debis ve Sony Merkezi'nden sonra gelen üçüncü büyük projedir. Lenne Üçgeni'nde ise inşaat arsasıyla en büyük alanı kaplamakta olup, Potsdam Meydanı'ndan Tiergarten'a kadar uzanmaktadır [44].

Toplamda 90.000 m²'lik kat alanlarına sahip Beisheim Bölgesi, ayrı bloklara bölünmüştür. Beisheim Merkezi iki ofis kompleksi, Parkside Apartmanları (36 lüks daire), Ritz Carlton Oteli (kendi Tower Apartmanıyla) ve Marriott Oteli'ni içermektedir. Bu üç bina bloğu; küçük bir meydan etrafında, dışa kapalı bir alan oluşturmaktadır. Kompleksin mimari açıdan en önemli kısmı Hilmer&Sattler ve Albrecht'in tasarladığı 19 katlı gökdeleni olan Ritz Carlton

Otel Binası'dır. Bu bina 1930'ların Amerikan tipi gökdelenlerini yansıtmakta, modern ve metropoliten bir stil barındırmaktadır [45].

Potsdam Meydanı'nda bulunan beş gökdelenin sonuncusu olan Ritz Carlton'ın, çelik ve cam yerine taşın kullanıldığı yapı mimarisi ile yalın forma ve modern nesnelliğe dayanmakta olup, modern şehir mimarisinin köklerine geri dönmektedir. 2002 Nisanda temeli atılan art deco biçimine sahip otelin inşaatı, yaklaşık bir buçuk yıl sonra tamamlanmıştır. 40'ı süit olmak üzere 302 odaya sahip olan otel, 2004 Ocakta açılmıştır. (Anonim, 2007.7)



Şekil 4.28 Ritz Carlton Otel ve Delbrück Bankası [46]

Beisheim Merkezi'nde yer alan diğer bir bölüm ise, Ritz Carlton Oteli'nin yanında yer alan İngiliz mimar David Chipperfield tarafından tasarlanan "Parkside Apartmant" adındaki konut yapısıdır. Boyutları 150 m² ile 300 m² arasında değişen 36 adet daire, uluslararası üst gelir grubunu hedef alınarak tasarlanmıştır. (Anonim, 2007.6).



Şekil 4.29 Park Side Apartmanları [47]

Beisheim Merkezi'nde bulunan ikinci otel ise, Ebert Caddesi'nde konumlanan Bernd Albers tarafından tasarlanan Marriott Oteli'dir. Düşey olarak düzenlenmiş cepheye sahip olan 380 odalı otel, 2004 Ocakta açılmıştır. 4 yıldızlı olan bu otel 11 kattan oluşan 35 m'lik yüksekliğiyle, çevresindeki binalara uyum sağlamaktadır [48].

Ebert Caddesi'nde bulunan diğer bir bina ise Modersohn ve Freiesleben tarafından yapılan ofis binasıdır. Bu bölgede bulunan diğer bir ofis binası ise, bölgenin iç kısmında yer alan Hilmer&Sattler ve Albrecht tarafından tasarlanan "Berliner Freiheit 2 Binası"dır (Anonim, 2007.7).

Delbrück Bölgesi:

Lenne Üçgeni'nde yer alan bir diğer gökdelen ise, Delbrück Bankası'na ait alanda Hans Kollhoff tarafından tasarlanan Delbrück Bankası'dır. 8 katı taban olmak üzere, 17 katlı bir kuleden oluşan binanın giriş katında dükkânlar, restoranlar ve kafeler yer almaktadır. Sekiz katlı taban alanında ofisler yer alırken, kule alanında ofis ve konutlar bulunmaktadır [49].

Bischoff&Compagnons ve Atricom Emlak Bölgeleri:

Lenne Üçgeni'nde, yatırımcısı Bischoff&Compagnons olan üçüncü alan, Tiergarten'ın yanında Lenne Caddesi boyunca yer almaktadır. Beş adet binadan oluşan bölgede, inşaata 1998 yılında başlanmış ve 2003 yılında tamamlanmıştır. Binaların boyutları aynı iken, cephelerdeki farklılıklar göze çarpmaktadır. 4000 m²'lik kapalı alan, her binada sekiz kata dağılmıştır. İlk dört katta büro ve bu katların üstünde konutlar bulunmaktadır. Çatı katında ise konferans salonları planlanmıştır. Ayrıca Bischoff&Compagnons ait bu binaların yanında, Atricom Emlak'ın yatırımcısı olduğu konut ve büro işlevlerini barındıran 2001-2004 yılları arasında yapılan bir bina yer almaktadır[50].

Park Kolonadları:

Potsdam Meydanı'nda yer alan diğer bir bölge ise, Köthener Caddesi ve Tilla Durieux Parkı arasında yatırımcısının ABB olduğu "Park Kolonadları" adlı binaların bulunduğu alandır. 1993 yılında İtalyan mimar Giorgio Grassi'nin kazandığı konsept projesinden sonra binaların yapım aşamasında Schweger&Partner, Jürgen Sawade ve Diener & Diener da Giorgio Grassi'ye katılmıştır [51].



Şekil 4.30 Park Kolonadları [52]

Kompleksin %70'ini büro alanları oluştururken, %20'si konut ve %10'u mağaza ve restoran olarak tasarlanmıştır. Grassi'nin master planı; Köthener Caddesi'ndeki konut bölgesi ile yeni oluşturulan Potsdam Meydanı arasında bir geçiş sağlamıştır (Giorgis, 2001).

Park Kolonadları'nın ilk başında yer alan Schweger&Partner tarafından yapılan dairesel formu, cam cepheli binanın mimarisi, 20. yüzyılın başlarında bu bölgede en popüler eğlence yeri ve dünyanın en büyük kafesi sayılan "Haus Vaterland"ın yapı stilinden alıntı yapılmıştır (Anonim, 2006.2). 1996 yılında inşasına başlanılan bina, 2000 yılında tamamlanmıştır. Bu 12 katlı bina, modern büro konseptleri için çeşitli düzenleme olanakları sunmaktadır. Ayrıca 3. 5. ve 6. katlardan, ikinci binaya bağlanabilmesiyle birlikte geniş mekân çözümlerine olanak sağlamaktadır [53].

Dört komşu bina, H ve U formu planlarıyla 18. ve 19. yüzyıllarda kamu binaları için sık kullanılan plan tipi olan "palas" planına uymaktadır. Tasarım, küçüklü büyüklü iç avluların oluşmasına olanak sağlamıştır. Birbirinden bağımsız bu binalar, yeraltında bulunan otopark ve zemin katta bulunan sütunlu yollarla birbirlerine bağlanmaktadır (Anonim, 2006.2).

Birinci binadan dördüncü binaya kadar olan yapılar; kaliteli büro alanları, geniş kapsamlı giriş lobileri ve etkili bina servisi sunmaktadır. Buna karşılık çekici planlara ve kaliteli donanımlara sahip olan konutlar sadece beşinci binada yer almaktadır. (Anonim, 2005.3)

Leipzig Meydanı:

Barok şehrinin genişletilmesiyle 3 özellikli meydandan biri olan Leipzig Meydanı, 1732-1738 yılları arasında Philipp Gerlach tarafından sekizgen formuyla meydana getirilmiştir. Meydan 1814 yılında adını Leipzig'de yapılan Ulusların Savaşı'ndan sonra elde etmiştir. Leipzig

Meydanı'nın önünde konumlanan Potsdam Meydanı, önceleri şehir surlarının dışında bulunurken, 1867 yılında şehir surlarının iki meydanın arasından uzaklaşmasıyla çift meydan tertibi oluşmuştur. 19. yüzyılın sonlarında kurulan Wertheim Mağazası'nın büyük katkı sağladığı Leipzig Meydanı, alışverişin ilk adresi olarak öne çıkmıştır. İkinci Dünya Savaşı'nda, bombardımanlar yüzünden Leipzig Meydanı çok büyük hasar görmüş olup, meydana bulunan binalar büyük ölçüde yok olmuştur. 1961 yılında duvarın inşasıyla Leipzig Meydanı ölü alanın ortasında kalarak boş araziye dönüşmüş ve meydanı oluşturan sekizgen form, sadece yollardan okunur hale gelmiştir (Paul, 2006).



Şekil 4.31 Leipzig Meydanı 2005 [54]

1989 yılında Doğu-Batı Berlin'in birleşmesinden sonra açılan şehir planlama yarışmasıyla, Leipzig Meydanı eski sekizgen formuyla tekrardan yaratılmıştır. İlk olarak eski parsel düzenlemeleri yeni koşullara uyarlanmıştır. Sekizgende bulunan tüm binaların yükseklikleri 35 m olarak kararlaştırılmıştır. Ayrıca 22 m olan tarihi taraça yüksekliği korunmuş ve cephe hizasından 2 m geride öngörülmüştür. Bu basamak sayesinde katlar arasında kademe sağlanmıştır. Tasarımlarda, yaklaşık olarak %20 konut ve %80 ticari-hizmet olmak üzere karma kullanım göz önünde bulundurulmuştur. İki kat yüksekliğe sahip olan zemin katta yeme-içme, ticaret ve hizmet alanları; zemin katın üstünde yer alan katlardan tarihi taraçaya kadar olan katlarda, ofis alanları ve geriye çekilen üç-dört katta ise, konut alanları öngörülmüştür [55].

1996 yılında Nazi Rejimi tarafından mülküne el konulmuş Rudolf Mosse'nin binasının yerine yapılan Mossepalais adını taşıyan bina, meydana inşa edilen ilk bina olmuştur. Hans Strauch tarafından tasarlanan bina, ticari ve konut işlevlerini içermektedir.

Sekizgenin yeniden inşa edilme süreci hâlihazırda devam etmektedir. Kanada Konsoloslugu'nun ve Sony/Württemberg Yaşam Sigorta Şirketi'nin projesinin bitmesiyle, sekiz kenarın beşi tamamlanmıştır. Alman Turizm Bürosu'nun ve Alman Otomobil Kulübü'nün arazileri bugün halen boş bulunmakta ve reklam panosu olarak kullanılmaktadır. (Paul, 2006).

Alandaki en büyük boşluk olan eski Wertheim Alışveriş Merkezi arazisi, uzun bir hukuki davadan sonra Karstadtquelle Şirketi'nden Wertheim mirasçılarına yeniden devredilmesiyle tekrar inşa edilecek hale gelmiştir. Alanda büro, dükkan, konut ve otel olmak üzere birçok işlevi barındıran bir kompleks inşası planlanmakta olup, 2010-2011 yıllarında tamamlanacağı öngörülmektedir. (Fülling vd., 2006).

4.2.2.1.2 Hükümet Bölgesi; Reichstag Binası

1989 yılında duvarın yıkılıp Doğu-Batı Almanya'nın birleşmesinden sonra, 20 Haziran 1991 tarihinde parlamentonun oy çokluğuyla başkentin Bonn'dan Berlin'e taşınmasına karar verilmiştir. 1992 yılında ise parlamentonun oyu ile Parlamento ve Başbakanlığın konumlanacağı yer, Dorotheenstadt ve Spreebogen olarak belirlenmiştir. 1 Eylül 1999'dan başlayarak ilk olarak 5500 çalışanıyla Parlamento ve Hükümet, başkent Berlin'e taşınmıştır. Bu taşınma işlemi Başbakanlığın Berlin'e nakledilmesiyle tamamlanmıştır [56].

Berlin'in başkent olması nedeniyle eski binaların onarılmasının yanında, yarışmalar açılarak birçok yeni bina da yapılmıştır. Hükümet Bölgesi'nin düzenlenmesi için açılan yarışmayı, 1993 yılında Berlinli mimarlar Axel Schultes ve Charlotte Frank kazanmıştır. Tasarım, eski Berlin merkezi ile Moabit bölgesini "Band des Bundes" (Federal Devlet Şeridi) projesiyle birleştirmekte, sembolik olarak yeni bir başlangıcı göstermekte ve doğu-batıyı birbirine bağlamaktadır (Anonim, 2001.3). Tasarımın büyük ve uluslararası yankı yaratmasındaki en büyük neden, şehir tarihine gösterdiği duyarlılıktır. Şehrin birleşen doğu batı parçalarını bu şekillenmeyle tekrar kenetlemek, projenin seçilmesindeki ikinci bir neden olmuştur. Band des Bundes Tasarımı, Berlin'in Hükümet Bölgesi'nde, Reichstag Binası'nın kuzeyinden Spreebogen Parkı'nın uçuna kadar uzanmaktadır. 900 m uzunluğundaki bant (batıdan doğuya doğru) Başbakanlık Parkı'nı, Başbakanlık Binası'nı, Paul-Löbe ve Marie-Elisabeth-Lüders Binaları'nı ve daha gerçekleştirilmemiş olan Halk Forumu'nu içermektedir [57].

Hükümet Bölgesi'nin diğer önemli bir projesi ise, Parlamento Binası olarak kullanımına karar verildikten sonra yeniden inşası için yarışmaya açılan Reichstag Binası'dır.

Reichstag Binası, ilk olarak Alman İmparatorluğu'nun ilk Parlamentosu olan Reichstag için, 1884-1894 yılları arasında inşa edilmiştir. 1882 yılında, 189 mimarın yer aldığı yarışmayı Frankfurtlu Paul Wallot kazanmıştır. 1884 yılında inşasına başlanan çelik ve cam kubbesiyle mühendislik şaheseri olan bina, 1894 yılında coşkuyla karşılanmıştır. Kubbe, binada istenen gösterişli bitişi sağlamış ve Alman mühendisliğinin yeteneğinin simgesi haline gelmiştir [58].

Bina, Weimar Cumhuriyeti süresince de parlamento işlevini sürdürmüştür. Adolf Hitler'in Başbakan ilan edilmesinden dört hafta sonra, 27 Şubat 1933 tarihinde binada yangın çıkması nedeniyle, toplantı salonu ve etrafında yer alan odalar yanmıştır. Nedeni hala tam anlamıyla belli olmayan yangını, Naziler kendi çıkarları doğrultusunda kullanarak, komünistleri görevden uzaklaştırmış ve mevkilerini güvenlik altına almışlardır. On iki yıllık Nasyonal Sosyalizm hükmü çerçevesinde bina, parlamento toplantıları için kullanılmamıştır. O tarihlerde Reichstag Binası, sadece propaganda gösterilerine ve İkinci Dünya Savaşı sırasında askeri amaçlara yönelik hizmet vermiştir. Yangından sonra onarılmayan bina, simgesel anlamı nedeniyle 1945'te savaş sırasında Kızıl Ordu'nun ana hedefi olmuş ve yapılan hava saldırıları sonucunda iyice hasar görmüştür [59].

Soğuk Savaş'ın ortaya çıkmasıyla bina, Doğu Berlin sınırına birkaç metre uzaklıkta, Batı Berlin sınırları içinde kalmıştır. Berlin kuşatması sırasında çok sayıda Batı Berlinli önceleri bu binada toplanmıştır. Savaştan sonra harabe haline gelmesi ve Batı Almanya'nın başkentinin 1949'da Bonn'a taşınmasından sonra, gerçek anlamda kullanılmaz hale gelmiştir. Tüm bunlara rağmen, 1956 yılında uzun tartışmalardan sonra binanın yıkılmaması, aksine restore edilmesine kararı verilmiştir. Fakat statik açıdan güvenli olmayan çok hasar görmüş olan kubbe, yıkılmak zorunda kalmıştır (Andrae vd., 1999) Binanın restore edilmesi bağlamında mimari yarışma açılmış ve 1961'de yarışmayı kazanan Paul Baumgarten, binanın planlanmasında ve inşaatın yürütülmesinde görevlendirilmiştir. Bina 60'lı yıllardaki mimari anlayış çerçevesinde yapılmıştır. Cephelerdeki pek çok süsleme yok edilmiştir, ayrıca köşe kulelerin yüksekliği azaltılmış ve kubbeden de vazgeçilmiştir. 1971 yılında "Dört Devlet Anlaşması" çerçevesinde Batı Almanya'nın meclis oturumlarının, Berlin'de yapılması engellenmiştir. 1990 yılına kadar bina, büyük ölçüde tek tük düzenlenen toplantılar, 1980 yılında sadece bir kerelik yapılan konser ve Alman tarihi hakkında sürekli bir sergi için kullanılmıştır.

3 Ekim 1990 tarihinde Almanya'nın resmi olarak birleşme töreni Reichstag Binası'nda gerçekleştirilmiş olup, bir gün sonra Almanya Parlamentosu sembolik olarak bu binada toplanmıştır. 20 Haziran 1991'de uzun tartışmalardan sonra az bir çoğunlukla hükümet ve parlamentonun Bonn'dan Berlin'e taşınması kararı alınmıştır [60].



Şekil 4.32 Reichstag Binası [61]

Taşınmadan önce Reichstag Binası'nın, modern bir toplantı binasına dönüştürülmesi bağlamında, 1993 yılında bir mimari yarışma açılmıştır. Davetli yarışmacıların arasından seçilen Foster'in önerisi: Bundestag'ın, dünyanın en önemli demokratik forumlarından biri olarak önemi, hükümetin halk tarafından yaklaşılabılır olması, tarihin anlaşılır kılınması ve geleceğin mimarlığında önemli bir yer tutacağına inanılan düşük-enerjili, çevre-dostu bir tasarım gibi, dört nokta üzerinde yoğunlaşmıştır [62].

İnşaata başlamadan önce 1995 yılında Bulgar sanatçı Christo ve eşi Jeanne-Claude tarafından bina, gümüş renkli, ateşe dayanıklı bir kumaşla kaplanmıştır. Bu gösteriyi görmek için beş milyon kişi Reichstag Binası'nı ziyaret etmiştir. Ayrıca uluslararası medyadaki yankı binayı dünya çapında tanınmış hale getirmiştir.

Yeniden inşa sırasında, ilk olarak bina neredeyse tamamen temizlenmiş, dış duvarlar hariç binadaki her şey çıkarılmıştır. Haziran 1996'da kaba inşaat başlanmış olup, binanın ortasında eski yapı içinde yeni bir yapı oluşmuştur. Yeni bina, özellikle üç kata uzanan toplantı salonundan meydana gelmektedir. Binanın üçte ikisini oluşturan kuzey-güney kanatları, tarihi biçimiyle korunmuş ve sadece onarılmıştır. Toplantı salonunun alanı 1200 m² (Wallot:642m², Baumgarten:1375m²) olarak değiştirilmiştir. Ayrıca salondaki başkanlık, binadaki ilk yeri olan doğu tarafına yeniden yerleştirilmiştir [60]. Ziyaretçiler toplantı salonundaki tribünlere özel ara kattan ulaşmaktadırlar. Ziyaretçilerin bulunduğu katın üstünde

ise, başkanlığa ait bir kat yer almaktadır. Bu katta, Almanya Parlamento Başkanı'nın odası ve İhtiyar Heyeti'nin toplantı odaları yer almaktadır. Binanın son çalışma alanı olan üçüncü kat ise, milletvekillerine ve meclis gruplarına ayrılmıştır. Bu katın üstünde ise; teras, restoran ve büyük bir cam kubbenin bulunduğu en üst kat yer almaktadır (Anonim, 2008.13).



Şekil 4.33 Reichstag Binası'nın kubbesi (A. Gönençer arşivi)

Binanın en üst kısmında tasarlanan kubbe, Berlin'de en çok ziyaret edilen yerlerden biri olmakla birlikte, Berlin'in simgesi haline gelmiştir. Yüzeyi 3000 m²'lik camla kaplanmış kubbenin iç kısmında bulunan iki adet spiral formu rampadan, gözlem platformuna ulaşılmaktadır. İnsanlar, binanın kubbe kısmında, başa getirdikleri milletvekillerinin sembolik olarak üzerinde olma hissini yaşamaktadırlar (Anonim, 2008.13).



Şekil 4.34 Kubbenin içi [63]

Bina, yaklaşık 4 yıl sonra zamanına ve maliyetine uygun olarak tamamlanmıştır. 19 Nisan 1999 yılında sembolik olarak Almanya Parlamentosu'nun Başkanı'na anahtar teslimi ve ilk düzenli meclis oturumu gerçekleştirilmiştir. Parlamento, yeni Parlamento Binası'nda sürekli olarak çalışmaya ise, 7 Eylül 1999 tarihinde başlamıştır. Berlin'in simgesi haline gelen Reichstag Binası, açılışından 2006 Hazirana kadar günlük 8000 kişi olmak üzere yaklaşık 18 milyon kişi tarafından ziyaret edilmiştir [58].

4.2.2.1.3 Yahudi Müzesi

Orijinal Yahudi Müzesi, 1933 yılında Oranienburger Caddesi'nde kurulmuştur, 1938 yılında Nazi Rejimi müzeyi kapatmış ve 1975 yılında “Yahudi Müzesi Birliği” yeni bir müze açmak üzere kurulup, 1978 yılında burada bir Yahudi Sergisi açana kadar müze kapalı kalmıştır. Berlin şehrinin tarihsel kaydını çıkaran Berlin Müzesi, aynı yıl Yahudi Departmanı'nı kurmuş ve çok kısa bir süre sonra da yeni Yahudi Müzesi'nin açılmasına karar verilmiştir.

1989 yılında, yeni müzenin tasarımı için bir yarışma açılmıştır. Bir yıl sonra Daniel Libeskind'in projesi, radikal, zigzaglı çizgileri ile soğuk, tekdüze olan diğer tasarımların arasından birinci seçilmiştir. Bu tasarım, daha sonra görüntüsü yüzünden “Blitz” (Yıldırım) ismiyle adlandırılmaya başlanmıştır [64]. 1999 yılından müze olarak açılışına kadar (2001 Eylül) 350.000 ziyaretçiyi ağırlayan bina, açılışından sonraki 5 yıl içinde 4 milyondan fazla kişiye ev sahipliği etmiştir (Tokyay, 2002).



Şekil 4.35 Yahudi Müzesi [65]

Süreklilik, sürgün ve soykırım kavramları yapının ana temalarını oluştururken, bu üç kavram boşluk, bellek ve yer altı temalarıyla tüm yapı içerisinde desteklenmektedir [66]

Süreklilik eksenini, Berlin Müzesi'nden başlayan ilk ve en uzun yoldur. Geçmişten bugüne ve belirsiz geleceğe doğru yükselmektedir. Müze ziyaretçileri, bu sürrealist beton kirişleri olan ışıklı merdivenlerden çıktıklarında sergi katına ulaşmaktadırlar. Süreklilik eksenini kırılarak sürgün eksenine ulaşmaktadır. Bu yol, kapalı müze yapısından dışarı, Hoffmann Bahçesi'ne ulaşmaktadır. Bahçe 49 betonarme kolonlu özel bir yapıdır. Zeminin eğikliği, yapının batık bir gemiye benzetilmiş olması, ana yolların darlığı, yapının yüksek olması ve bu kurgunun tepesindeki ağaçların varlığı, tümüyle büyük bir yabancılaştırma duygusu yaratmaktadır (Tokay, 2002).



Şekil 4.36 Hoffman Bahçesi [67]

Soykırım eksenini ise, soykırım kulesinde son bulan ilerleyişi ifade etmektedir. Bu kule, siyah demir bir kapıdan girilen 24 m yüksekliğinde sadece betondan oluşan, ısıtma ve soğutması mevcut olmayan, toplu ölümleri anmak üzere tasarlanmış bir bölümdür. Soykırım ekseninin sonunda yer alan bu soğuk bölüm, bir çıkmazdır.



Şekil 4.37 Yahudi Müzesi iç mekânı (A. Gönençer arşivi)

Süreklilik eksen, Berlin'in tarihini ve geleceğini ifade etmektedir. Süreklilik ekseninden kırılan diğer eksenler, Berlin'in tanıklık ettiği ve tarihte yaşadığı çıkmazda son bulmaktadır. Tüm bu üç yer altı ekseninin kesişiyor olması, Almanya'daki Yahudilerin yaşadığı üç gerçeğin (süreklilik, soykırım, sürgün) kesişmesini sembolize etmektedir [68].

Yeni bina boyunca binayı dik olarak kesen, beş adet derin ve büyük boşluk bulunmaktadır. Boşluklar, sadece beton duvarlardan oluşan, ısıtma ve soğutması mevcut olmayan bölümlerdir. Yapay aydınlatmanın da çok nadir kullanıldığı bu boşluklar, binanın geri kalanından oldukça farklıdır. Daniel Libeskind boşlukları, "Berlin Yahudi tarihinde sergilenmesi mümkün olmayanlar: insanlığın kül olduğu nokta" olarak tanımlamaktadır [75].



Şekil 4.38 Cam örtülü bahçe [69]

Müze, eski Berlin Müze Binası ile birleştirilmiştir. Zigzag şekilli, 15.000 m² brüt alana sahip olan müzeye giriş, yalnızca Berlin Müzesi'nden geçilen bir altgeçitle yapılabilmektedir. Yeni binanın yanı sıra, mevcut eski müze binasının 670 m²'lik bahçesinin üzerini örten, yeni bir cam çatı da tasarlanmıştır [69].

4.2.2.1.4 Berlin Merkez Tren Garı

26 Mayıs 2006 tarihinde açılan Berlin Hauptbahnhof, Berlin kentinin merkez tren garı ve Avrupa'nın en büyük kavşak noktasıdır. Gar, Mitte ilçesinde bulunan tarihi Lehrte Garı'nın yerinde konumlanmaktadır [70].

19. yüzyılda Berlin'in uzun mesafe garlarına baktığımızda, en genç garlardan biri olan Lehrte Garı, 1868-1871 yılları arasında Hannover ve Berlin arasına inşa edilen demiryollarının Berlin'deki başlangıç noktası olarak inşaat edilmiştir. 1882 yılında ise, Lehrte Garı'nın kuzeyinde Berlin'in merkez garlarına bağlantı sağlanması amacıyla, genellikle banliyö trenlerinin kullandığı hafif raylı sistemin tamamlanmasıyla, Berlin'in dört raylı daha ufak aktarma istasyonu "Lehrte Şehir Garı" açılmıştır. 1884 yılında Lehrte Garı'nın yakınında

bulunan Hamburg Garı'nın kapatılmasıyla gar, Hamburg'a giden ve Hamburg'dan gelenler için son durak haline gelmiştir.

İkinci Dünya Savaşı'nda Lehrte Garı, ciddi bir biçimde hasar görmüştür. Binanın geçici olarak, kullanılmak için tamir edilmesine rağmen, Almanya'nın bölünmesinden sonra çoğu Batı Berlin ana hat istasyonları gibi, bu gar da işlevselliğini kaybetmiştir. Ağustos 1951 tarihinde gar son kez kullanılmıştır. 1957 tarihinde tahrip edilmeye başlanan garın ana girişi 1958'de havaya uçurulmuştur.

Lehrte Şehir Garı ise savaştan eksiksiz olarak kurtulmuştur, fakat Berlin'in bölünmesiyle ve Lehrte Garı'nın kapatılmasıyla gar, savaş öncesi önemini yitirmiştir. Batı Berlin'in son durağı olan istasyonun devamı, doğuya geçişi engellemek amacıyla kapatılmıştır. 1961 yılında Berlin Duvarı'nın yapılmasıyla istasyon, daha da izole hale getirilmiştir.

1989 yılında Berlin Duvarı'nın yıkılıp, Doğu-Batı Berlin'in yeniden birleşmesinin hemen ardından, kırk yıl süreyle farklı gelişen iki parçanın bir bütün haline getirilmesi amaçlanmıştır. Ayrıca yeniden başkent olan Berlin'in, tüm bu kötü geçmişini geride bırakıp, tekrar ön plana çıkması hedeflenmiştir. Tüm bu amaçlar doğrultusunda, şehir planlamacıları ulaşım planı üstünde de çalışmaya başlamışlardır [71]. Bu planın en önemli bileşenlerinden biri, şehir banliyösüyle (Stadtbahn) kesişen yeni kuzey-güney bağlantısı ve bu kesişim noktasında planlanan Berlin Merkez Tren Garı'nın (Berlin Hauptbahnhof) öngörüldüğü "Pilzkonsept" (Mantar Konsepti) dir. Bu isim, var olan ve yeni yapılacak hatların plan üzerindeki biçimlerinin, mantarı anımsatmasından dolayı ortaya çıkmıştır. Bu bağlantılar ve Avrupa'daki en büyük kesişim noktası, Berlin'in yeniden başkente dönüşme sürecinde çok önem teşkil eden bir fırsat olmuştur (Anonim, 2008.8).

Haziran 1992 tarihinde Federal Hükümet, şehir merkezine ve yönetim binalarına yakınlığından ve alanda fazla yerleşim olmamasından dolayı, yeni inşa edilecek garın, tarihi Lehrte Garı'nın yerine yapılmasına karar vermiştir. Bir sonraki yıl açılan mimari yarışmayı Hamburglu mimarlık bürosu olan Gerkan, Marg & Partners kazanmıştır [72].

Tasarımın temel ilkesi, var olan demir yolu hatlarının şehrsel mekân bağlamında vurgulanmasıdır. Büyük cam tonoz çatısı ve iki köprü biçimindeki ofis binasıyla, temel ilke, mimari yolla tercüme edilmiştir [68]. Toplamda 175.000 m²'lik alana sahip olan kompleks bina, 15.000 m²'lik ticari ve 50.000 m²'lik büro alanları içermektedir (Schulz, 2006)



Şekil 4.39 Berlin Merkez Tren Garı (A. Gönençer arşivi)

Tren garı binası, demiryolu ulaşımına hizmet eden iki ana kattan ve üç bağlantı-alışveriş katlarından oluşmaktadır. Üstteki ray katı, doğu-batı doğrultusunda uzanan altı tren hattından ve üç perondan oluşmaktadır. Alt kısımdaki ray katı ise, kuzey-güney doğrultusunda uzanan 15 m derinlikte düzenlenen sekiz tren hattıyla dört perondan meydana gelmektedir.



Şekil 4.40 Berlin Merkez Tren Garı'nın kesiti (Anonim, 2005.5)

Berlin Merkez Tren Garı, Başbakan Angela Merker tarafından 26 Mayıs 2006'da açılmış ve 28 Mayıs'ta resmi olarak faaliyete geçmiştir. 700 milyon Euro'ya mal olan gar, günde 300 bin kişi olmak üzere, ilk üç ayda yaklaşık 30 milyon kişi tarafından ziyaret edilmiştir (Puppe, 2006).

5. BERLİN’İN TARİHSEL SÜREÇTE TURİZM VE KENTSEL GELİŞİM STRATEJİLERİ PARALELİNDEKİ KAZANIMLAR

20. yüzyıl sonuna doğru tüm batı ekonomilerini ve kentlerini etkileyen yapısal ekonomik değişimlerin önemli sonuçlarından biri de metropoliten kent merkezlerinde gerçekleşen kentsel gelişim ve dönüşümlerdir. Bu nedenle bu gelişimler irdelenirken 20. yüzyıl sonu 21. yüzyıl başı ekonomik küresel değişimler kapsamı içerisinde düşünülmelidir. Bu kapsam bağlamında; metropoliten kent merkezlerinde yaşanan kentsel dönüşüm, kent içi projelerinin süreçleri ve mimari gelişim tartışılırken kent merkezlerinde yoğunlaşan ekonomik aktivitelerin ve bu aktiviteler doğrultusunda geliştirilen ulusal ve uluslararası devlet politikalarının etkisi mutlaka göz önünde bulundurulmalıdır.

Bu genel çerçevede; 1990 yılında Doğu-Batı Berlin’in birleşmesinden sonra yaşanan kentsel dönüşüm ve mimari gelişim süreçler örneği, 20. yüzyıl sonu ve 21. yüzyıl başında tüm dünyada şahit olduğumuz büyük ölçekli kentsel gelişim ve dönüşüm örnekleri arasında önemli bir yere sahiptir. Berlin’de yaşanan kentsel gelişim, 20. yüzyılın sonlarında küresel ekonomik değişimlerin ve politikaların etkisi altında, kent içi gelişim projeleri ve mimari gelişim açısından önemli bir örnek olmaktadır. Ayrıca Doğu-Batı Berlin’in birleşmesinden sonra izlenen ulusal ve uluslararası politikaların etkisi altında gerçekleşen kentsel ve mimari dönüşümü açısından da önemli bir örnektir.

Doğu- Batı Berlin’in birleşmesinden sonra, dönemin tüm ekonomik ve politik değişimleri de göz önüne alınarak “Dünya Kenti Berlin” kavramı ortaya çıkmıştır. Bu kavram çerçevesinde belirlenen politikalar da ekonomik ve siyasi açıdan destekleyici nitelik kazanmıştır. Berlin, Almanya’nın Paris ve Londra şehirlerine denk uluslararası metropolü olma yolunda ilerlemek ve Almanya’nın dışarıya bakan yüzü olarak uluslararası yatırımcıların ve dünyanın her tarafından gelen ziyaretçileri çekmek amacıyla birçok çalışma yapmıştır. Bu çalışmalardan en önemlisi ise; şehrin tanıtılıp pazarlanmasında ve bunun sonucu yabancı sermayeyi çekmekte kullanılan, gelecek potansiyeline sahip büyük bir hizmet sektörü olan, ekonomiye katkıda bulunan ve iş fırsatları yaratan “turizm sektörü” üzerine yapılmıştır. Doğu-Batı Berlin’in 1990 yılında birleşmesinden sonra kentsel gelişim bağlamında turizm geliştirme stratejileri uygulanmış ve altyapı-erişilebilirlik, turizm etkinlikleri, servis-kalite, pazarlama ve işbirliği alanlarında birçok düzenleme ve iyileştirme çalışmaları yapılmıştır.

Kentsel gelişim ve turizm geliştirme stratejilerine baktığımızda, bu iki kavram arasında yoğun bir paralellik olmakla birlikte, birbirlerini birçok açıdan da desteklemektedirler. Turizm; kentin gelişimini ekonomik, istihdam sağlama ve pazarlama gibi birçok açıdan desteklerken;

kentin mimari ve yapısal anlamdaki gelişimi de turizmi tetikleyici en önemli unsurlardandır. Berlin’de turizm ve kentsel gelişim stratejileri birlikte yürütülmekte ve tüm politikalar da bu bağlamda düzenlenmektedir. Karar verilen kentsel düzenlemelerin ve yapıların uluslararası ünlü mimarlara yaptırılmasının ve birer vitrin özelliği göstermesinin altında yatan en önemli neden budur.

Doğu-Batı Berlin’in birleşmesinden sonra kentsel gelişim stratejileri doğrultusunda şehrin ilerde Avrupa’nın hizmet merkezi olması hedeflenerek birçok iş merkezi yapılmıştır. Nüfus artışının öngörülmesinden dolayı ise, büyük ölçüde konut alanları da tasarlanmıştır. Kültür alanına baktığımızda ise gerek kentsel gelişimi, gerekse turizm geliştirme stratejilerini desteleyecek, birçok tiyatro ve opera binaları, müzeler, sinemalar ve sanat galerileri yapılmıştır. Alışveriş merkezleri, konaklama tesisleri, fuar ve kongre merkezleri ve spor alanları kentsel gelişim ve turizm geliştirme stratejileri bağlamında yapılan diğer yapılardır. Ayrıca kenti bir bütün hale getirilmesi ve ulaşım ağlarının bütünleştirilmesi amacıyla ulaşım altyapısına dair birçok iyileştirme yapılmıştır. Yapılan bütün bu eylemlerin hepsi Berlin’in kentsel gelişim stratejilerini ve birbirlerini desteklemekte ve geliştirmektedir.

Kentsel gelişim ve turizm geliştirme stratejileri bağlamında yapılan çalışmalar sonucunda, Berlin’de birçok önemli proje ve yapılar yapılmış ve böylece kent mekânsal açıdan önemli bir şekilde zenginleşmiştir. Bu zenginleşmeyle insanların bu yapıları görme istekleri, dolayısıyla turizm girdileri artmış ve uluslararası sermayeyi çekmek amacıyla mekân yaratılmasını beraberinde getirmiştir.

Turizm girdilerine baktığımızda; 1989 yılından günümüze Berlin’e gelen yerli ve yabancı turist sayısında ve geceleme sayılarında büyük artışlar yaşanmıştır. 2010 yılına kadar geceleme sayısının yıllık 17 milyona ulaşması hedeflenirken, bu sayı 2007 yılı itibariyle 17 milyon 286 bin gecelemeyle aşılmıştır. Ayrıca Berlin Almanya’da en çok geceleme yapılan şehirlerin arasında 17 milyon 286 bin gecelemeyle birinci sıraya yükselmiştir. Bunun yanı sıra günlük ziyaretçilerin sayısı 2006 yılı itibariyle yıllık 132 milyona yükselmiştir (Anonim, 2007.8). Tesis sayısı ve buna bağlı olarak yatak sayısında da büyük artışlar görülmüştür.

Ayrıca Berlin’in turizmden elde ettiği ekonomik kazançlar da bu çalışmalar sonucunda artmış ve 2003 yılından 2006 yılına kadar %44’lük bir artışla yıllık 8.46 milyar Euro (2006) ciroya ulaşmıştır. Ayrıca 12,6 milyar Euro olan 2006 yılı vergi hâsılatının, 1,07 milyar Euro’su da turizmden elde edilmiştir (Anonim, 2008.5).

Berlin’de 2005 yılı itibariyle, %19 oranında olan işsizlik, son on yılın en yüksek oranına ulaşmıştır. Fakat bu oran 2006 yılında %17,5 ve 2007 yılında %15,5’lere ve 2008 Kasım itibariyle %12,8’lere kadar düşmüştür.

1989 yılında Doğu-Batı Berlin’in birleşmesinden sonra uygulanan kentsel gelişim ve turizm gelişim stratejilerinin Berlin kenti üzerindeki etkilerine baktığımızda; gerek turizm girdilerinin artmasına, buna bağlı olarak şehrin ekonomisine, istihdam sağlamasına ve uluslararası yatırımları çekmesine, gerekse kentin mekânsal açıdan zenginleşmesine katkıda bulunmasına rağmen, Berlin’in özellikle de Potsdam Meydanı ve çevresinin hedeflenen ivmeye hale hazırda ulaşamadığı gözlenebilmektedir. Dünya gündemine çıkartılan bu mekânların gezilen ancak yeterince kullanılmayan mekânlar olduğu, böylece yapılan çalışmaların turizm alanında başarı sağlamasına rağmen istihdam yaratma ve mekânların kullanımı adına yeteri kadar başarılı olmadığı anlaşılmaktadır.

KAYNAKLAR

Andrae, H. ve Maier, M., (1999), “Umbau Des Reichstagsgebäude Zum Sitz Des Deutschen Bundestages In Berlin”, Frilo Magazin, Sayı:1.

Anonim, (2000), “Spree-Metropole Verzeichnete 1999 Besucher-Rekord”, BTM, Berlin.

Anonim, (2001.1), Tourism 2020 Vision:Global Forecast and Profiles of Market Segments, WTO.

Anonim, (2001.2), 2000: “With Five Million Visitors Best Tourism Year For Berlin”, BTM, Berlin.

Anonim, (2001.3), Das Neue Berlin In Bildern, Jovis Verlag, Berlin.

Anonim, (2002), “Bilanz 2001: 11,35 Millionen Hotelübernachtungen In Berlin”, BTM, Berlin.

Anonim, (2003.1), “Wassertourismuskonzeption Für Das Land Berlin”, SenWAF, Berlin

Anonim, (2004.1), “Aktuelle Situation Im Berlin-Tourismus”, SenWAF, Berlin.

Anonim, (2004.2), “Tourismuskonzept Für Die Hauptstadtregion Berlin”, SenWAF, Berlin.

Anonim, (2005.1), “Tourismus In Deutschland”, DTV, Drückerei Brandt, Bonn.

Anonim, (2005.2), “Tourism Record In Berlin”, BTM, Berlin.

Anonim, (2005.3), “Park Kolonnaden HVB Immobilien”, Deal Magazin, Sayı:1, S:16-18, Münih.

Anonim, (2005.4), “Reichstag, New German Parliament”, Tasarım Dergisi, Sayı:157, S:66-69, İstanbul.

Anonim, (2005.5), “Hightech An Berliner Hauptbahnhof-Lehrter Bahnhof”, DB.

Anonim, (2006.1), “Did You Know That...?”, BTM, Berlin.

Anonim, (2006.2), “The Park Kolonnaden At Potsdamer Platz”, HVB Immobilien AG .

Anonim, (2007.1), Tourism Market Trends, WTO.

Anonim, (2007.2), “Berlin – The History Of A Rapidly Changing City”, BTM, Berlin.

Anonim, (2007.3), “Reise Nach Berlin”, BTM, Sayı:03, Berlin.

Anonim, (2007.4), “Bulletin 12th IAAF World Championships In Athletics Berlin 2009”, BOC 2009 GmbH, Blomberg.

- Anonim, (2007.5), “The Shopping Paradise Berlin”, BTM, Berlin.
- Anonim, (2007.6), “Berlin, The Architecture Metropolis”, BTM, Berlin.
- Anonim, (2007.7), “Beisheim Center Berlin-Potsdamer Platz”, Beisheim Center, Berlin.
- Anonim, (2007.8), “Berlin-Tourismus Lässt Die Kassen Klingeln”, BTM, Berlin.
- Anonim, (2007.9), “Baukultur as an impulse for growth, Good examples for European Cities”, Bmvbs, Berlin.
- Anonim, (2008.1), “World Tourist Arrivals: From 800 Million To 900 Million In Two Years”, UNWTO World Tourism Barometer, Sayı:1.
- Anonim, (2008.2), “Tourismuspolitische Leitlinien Der Bundesregierung”, BMWi.
- Anonim, (2008.3), “Tourismuspolitischer Bericht Der Bundesregierung”, BMWi, Berlin.
- Anonim, (2008.4), “Dünya’da ve Türkiye’de Turizm”, Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Anonim, (2008.5), “Tourismus In Deutschland”, DTV, Drückerei Brandt, Bonn.
- Anonim, (2008.6), “Reise Nach Berlin”, BTM, Sayı:1, Berlin.
- Anonim, (2008.7), “Bericht Über Die Ergebnisse Der Umsetzung Des 2004 Verabschiedeten Tourismuskonzeptes”, Berlin Senatosu, Berlin.
- Anonim, (2008.8), “Pilzkonzept Der Eisenbahn”, IHK, Berlin.
- Anonim, (2008.9), “Kongressdestination Berlin Weiter Auf Erfolgskurs”, BTM, Berlin.
- Anonim, (2008.10), “Berlin’s Year Of Culture And Events 2008”, BTM, Berlin.
- Anonim, (2008.11), “Berlin Tourism Reaches New Heights in 2007”, BTM, Berlin.
- Anonim, (2008.12), “Gäste, Übernachtungen, Aufenthaltsdauer, Betriebe, Betten Und Bettenauslastung Im Beherbergungsgewerbe Berlins 1983 Bis 2007”, Berlin-Brandenburg İstatistik Kurumu.
- Anonim, (2008.13), “Einblicke- Ein Rundgang Durchs Parlamentsviertel”, Bundestag.
- Arın, C., (2003.1), “Sanayi Devrimi Kenti Berlin I: Kent Gelişimi Sürecine Bir Bakış”, Mimarlık Dergisi, Sayı:313, Ankara
- Arın, C., (2003.2), “Sanayi Devrimi Kenti Berlin II: Kent Gelişimi Sürecine Bir Bakış”, Mimarlık Dergisi, Sayı:314, Ankara.

- Becker, T., Doğru, S. ve Sarı, Y., (2007), “Berlin-İstanbul İstanbul-Berlin”, Berlin Partner GmbH ve EKCON Management Consultants GmbH ortak yayını, Berlin
- Bora, G., (2006), “Kentsel Turizm: İstanbul Tarihi Yarımada’da Turizm Kümelenmesi”, Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Üniversitesi Mimarlık Fakültesi, İstanbul.
- Çubuk, M., (1997) “Kentsel Mekânlar ve Kentsel Turizm Üzerine” Kent Gündemi Dergisi, Sayı:4, S:42-45).
- Çubuk, M., “Turizmin, Dinlenme, Eğlenme ve Boş Zamanları Değerlendirme ile Bütünleşmesi, Yeniden Tanım Denemesi ve Turizm Planlamasında Sistemli Bir Yaklaşım”, Doktora Tezi, Mimar Sinan Üniversitesi Mimarlık Fakültesi, İstanbul.
- Doğan, A., (2006), “Kentsel Doku, Geleneksel, Yerel Ve Kültürel Özelliklerin Turizm Mekanına Ve Türüne Etkileri Ayvalık Örneği”, Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Drutschmann, H., (2005), “Berlin 2004-2014 Eine Wachstumsinitiative”, IHK, Berlin.
- Ekenyazıcı, E., (2005), “İkon Yapıların Turizm Eğilimlerine Etkileri”, Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi, İstanbul.
- Eralp, Z., (1983), Genel Turizm, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Funk, C., (2000), “Der Potsdamer Platz In Berlin -Die Entstehungsgeschichte Eines Neuen Innerstädtischen Zentrums”.
- Fülling, T. ve Gundlach, S., (21 Dezember 2006), “Die Lückenfüller Am Leipziger Platz”, Berliner Morgenpost, Berlin.
- Giorgis, A., (29 Kasım 2001), “Großstadtleben Kehrt Zurück An Alte Plätze”, Berliner Zeitung, Berlin.
- Goeldner, Charles R., (2006), Tourism: Principles, Practices, Philosophies, Hoboken, N.J.
- Helzel, M., (2003), “Sony Centre In Berlin”, Euro Inox 2003.
- İlkateş, A., (2005), “Kent Turizmi Yönetiminde Yeni Paradigmalar”, Dünya Turizm Örgütü Forumu 1-3 Haziran 2005, İstanbul.
- Imhof, M. ve Krempel, L., (2002), “Berlin New Architecture”, Michael Imhof Verlag, Petersberg.
- Kircher S., W., (1995), “Berlin –Europäische Metropole Und Deutsche Hauptstadt”, Reclam Graphischer Betrieb GmbH, Ditzingen.

- Kozak, N., (2001), Genel Turizm: İlkeler-Kavramlar, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Köksal, A., (2000), “Yitik Kentin Peşinde”, XXI Dergisi, Sayı:2.
- Öymen, E., (28 Şubat 1999), “Tarih Yastıkla Nakledildi”, Milliyet Gazetesi, İstanbul.
- Özgüç, N., (1997), “Turizm ve Coğrafya”, Kent Gündemi Dergisi, Sayı:4,S:36-41.
- Özgüç, N., (1998), Turizm Coğrafyası, Çantay Kitabevi, İstanbul.
- Öztaş, K., (2002), Turizm Ekonomisi ve Genel Turizm Bilgileri, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Paul, U.,(6 Kasım 2006), “Historisches Achteck Wird Langsam Komplett”, Berliner Zeitung, Berlin.
- Puppe, A., (30. Ağustos 2006), “100 Tage Hauptbahnhof”, Die Welt, Berlin.
- Salman, Y., (2001), “Değiş Berlin, Değiş”, Arredamento Mimarlık Tasarım Kültürü Dergisi, Sayı:2001/12, İstanbul.
- Schulz, B.,(22 Mayıs 2006), “Eine Reise Ins Licht”, Der Tagesspiegel, Berlin.
- Sökmen, P., (2007), “Berlin: Yeniden Dünya Kenti Olabilmek”, İstanbul Life Dergisi Sayı:60, S:108-111, İstanbul.
- Tataroğlu, C., (1990), “Turistik Tesislerde Mobil Sistemler”, Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi, İstanbul.
- Tokay, V., (2002), “Yahudi Müzesi Üzerine”.
- Toskay, T., (1983), Turizm: Turizm Olayına Genel Yaklaşım, Der Yayınları, İstanbul.
- Tuncer,S., (2003), “Christoph Sattler ile Berlin’de İzlenen Güncel Kentsel Politikalar Üzerine”, Mimarlık Dergisi, 314, Ankara.
- Yücel, S., (2003), “Alman Seyahat Endüstri Profili”, TÜRSAB Ar-Ge Departmanı.

İNTERNET KAYNAKLARI

- [1] de.wikipedia.org/wiki/Berlin
- [2] en.wikipedia.org/wiki/Berlin
- [3] userpage.chemie.fu-berlin.de/BIW/d_berlin-geschichte.html
- [4] www.berlin-turkish.com/index.php?id=tarih
- [5] www.berlin.de/berlin-im-ueberblick/geschichte/kaiserliche_hauptstadt.de.html
- [6] en.wikipedia.org/wiki/Weimar_Republic
- [7] gsb.download.bva.bund.de/BR/schaufenster/de/potsdamerplatz.html
- [8] www.qualityinformationpublishers.com/index.asp?PageAction=Custom&ID=12
- [9] gsb.download.bva.bund.de/BR/schaufenster/en/hotelkaiserhof.html
- [10] www.videofact.com/cold_war/berlin/berlin44e.htm
- [11] www.die-berliner-mauer.de/geschichte.html
- [12] www.videofact.com/cold_war/berlin/berlin41e.html
- [13] www.flickr.com/photos/27682567@N06/2766535519/
- [14] www.berlin.de/berlin-im-ueberblick/geschichte/mauerfall.de.html
- [15] www.berlin.de/berlin-im-ueberblick/geschichte/neuesberlin.de.html
- [16] www.estrel.de
- [17] www1.messe-berlin.de/vip8_1/website/MesseBerlin/htdocs/www.icc-berlin.de/DasICC/ZahlenundFakten/index.html#
- [18] www.o2world.de/die_arena/videos---fotos/fotos.page.htm
- [19] www1.messe-berlin.de/vip8_1/website/Internet/Internet/www.itb-berlin/deutsch/ITB_Berlin/Messesegmente/index.html#kulturtourismus
- [20] www.deutsche-bank-stiftung.de/en/education_5844.html
- [21] www.real-berlin-marathon.com/events/berlin_marathon/2009/fotos.php
- [22] www.berlin2009.org/52-0-event.html
- [23] [www.berlin-turkish.com/index.php?id=24_saat&no_cache=1&sword_list\[\]=ye%C5%9Fili](http://www.berlin-turkish.com/index.php?id=24_saat&no_cache=1&sword_list[]=ye%C5%9Fili)

- [24] <http://mbrelax.wordpress.com/2007/07/24/berlin-v-regierungsviertel/>
- [25] www.flickr.com/photos/52246821@N00/409738367/
- [26] www.lange-nacht-des-shoppings.de/programm.htm
- [27] www.luise-berlin.de/Stadtentwicklung/index.html
- [28] www.stadtentwicklung.berlin.de/planen/stadtmodelle/de/innenstadtplaene/sp/index_sp-vt3.shtml
- [29] www.stadtentwicklung.berlin.de/planen/stadtmodelle/de/innenstadtplaene/3d/index.shtml
- [30] www.berlin-potsdamerplatz.de/geschichte-1945-90.php
- [31] forum.skyscraperpage.com/showthread.php?t=149666
- [32] www.stadtentwicklung.berlin.de/planen/staedtebau-projekte/leipziger_platz/de/realisierung/index.shtml
- [33] www.potsdamerplatz.de/de/architektur/architekturwettbewerb.html
- [34] www.stadtentwicklung.berlin.de/planen/staedtebau-projekte/leipziger_platz/de/realisierung/potsdamer_platz/debis/index.shtml
- [35] www.potsdamerplatz.de/de/architektur/masterplan_von_renzo_piano.html
- [36] www.potsdamerplatz.de/de/architektur/bauzeit.html
- [37] www.berlin.de/orte/sehenswuerdigkeiten/daimler-city/
- [38] www.stadtentwicklung.berlin.de/planen/staedtebau-projekte/leipziger_platz/de/realisierung/oeff_raeume/t_durieux_park/index.shtml
- [39] www.uli.org/sitecore/content/ULI2Home/AwardsAndCompetitions/AwardsForExcellenceProgram/2006/Potsdamer%20Platz%20Arkaden.aspx
- [40] www.flickr.com/photos/kuhfs/1715040074/
- [41] www.flickr.com/photos/tobilg/2830276992/
- [42] www.sonycenter.de/aw/System_Folder/Architekturtexte/~us/Sony_Center_Dach/?lng=en
- [43] www.stadtentwicklung.berlin.de/planen/staedtebau-projekte/leipziger_platz/de/realisierung/potsdamer_platz/lenne_dreieck/index.shtml

- [44] www.stadtentwicklung.berlin.de/planen/staedtebau-projekte/leipziger_platz/de/realisierung/potsdamer_platz/lenne_dreieck/beisheim_areal/index.shtml
- [45] www.berlin.de/stadt/en/pplatz_5.html
- [46] www.flickr.com/photos/wrldvoyagr/348285792/
- [47] www.beisheim-center.de/images/parkside_apartments/bc4_parkside_apartments_2007.jpg
- [48] www.berndalbers.com
- [49] www.hanskollhoff.de
- [50] www.stadtentwicklung.berlin.de/planen/staedtebau-projekte/leipziger_platz/de/realisierung/potsdamer_platz/lenne_dreieck/bischoff_und_co/index.shtml
- [51] www.stadtentwicklung.berlin.de/planen/staedtebau-projekte/leipziger_platz/de/realisierung/potsdamer_platz/parkkol_nord/index.shtml
- [52] www.hvbimmobilien.de/files/projekte/1000124/Kurzbeschreibung_gross.jpg
- [53] www.parkkolonnaden.de/projekte/gebaeude/index_1000124_2000058.html
- [54] www.flickr.com/photos/fasal/217034983/
- [55] www.stadtentwicklung.berlin.de/planen/staedtebau-projekte/leipziger_platz/de/realisierung/leipziger_platz/index.shtml
- [56] www.bmvbs.de/Bauwesen/Bauherr-Bund/Berlin-,1768.944159/Parlament-und-Regierung-in-Ber.htm
- [57] www.bpb.de/publikationen/LFSBBX,2,0,Die_Parlaments_und_Regierungsbauten_des_Bundes_im_Kontext_der_Berliner_Stadtentwicklung.html#art2
- [58] de.wikipedia.org/wiki/Reichstagsgeb%C3%A4ude
- [59] www.bundestag.de/bau_kunst/bauwerke/reichstag/geschichte/index.html
- [60] de.wissen.de/wde/generator/wissen/ressorts/reisen/wke/index,page=1860432.html
- [61] www.flickr.com/photos/alessandrocoiro/474725963/
- [62] www.boyutpedia.com/default~ID~931~aID~7997~link~reichstag.html
- [63] www.flickr.com/photos/hosihoser/2824581056/

[64] en.wikipedia.org/wiki/Jewish_Museum,_Berlin

[65] www.daniel-libeskind.com/projects/show-all/jewish-museum-berlin/

[66] www.juedisches-museum-berlin.de/site/EN/05-About-The-Museum/03-Libeskind-Building/01-Groundplan/groundplan.php

[67] <http://www.flickr.com/photos/michaelb2007/820936346/>

[68] <http://www.juedisches-museum-berlin.de/site/EN/05-About-The-Museum/03-Libeskind-Building/04-Axes/axes.php>

[69] <http://www.juedisches-museum-berlin.de/site/EN/05-About-The-Museum/03a-Courtyard/01-Glashof/glashof.php>

[70] http://de.wikipedia.org/wiki/Berlin_Hauptbahnhof

[71] http://www.hbf-berlin.de/site/berlin__hauptbahnhof/de/geschichte/geschichte.html

[72] http://en.wikipedia.org/wiki/Berlin_Hauptbahnhof

ÖZGEÇMİŞ**Doğum Tarihi** 08.02.1983**Doğum Yeri** İstanbul**Lise** 1994-2001 Cağaloğlu Anadolu Lisesi**Lisans** 2001-2006 Yıldız Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi
Mimarlık Bölümü**Yüksek Lisans** 2006-2009 Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü
Mimarlık Anabilim Dalı, Bina Araştırma ve Planlama
Programı**Çalıştığı Kurumlar**

2008 Ali Çiçek Mimarlık Mühendislik ve Müşavirlik Tic. Ltd.