

EKO LiG

2017-2018 / 2018-2019 SEZONU
FUTBOL EKONOMİSİ RAPORU

4

aktifbank

SKS KE D N i

- 03 PASSOLİG / GENEL MÜDÜR'ÜN MESAJI**
04 AKTİF BANK / GENEL MÜDÜR'ÜN MESAJI

- 05 2017-2018 / 2018-2019 FUTBOL SEZONLARINA GENEL BAKIŞ**
11 La Liga'da Gelirler 5 Milyar Euro'ya Yaklaştı
17 Sponsorluk Gelirlerinde "Formalar"
22 2019 FIFA Kadınlar Dünya Kupası
27 Der Klassiker
31 Avrupa'nın 5 Büyük Ligi ve Marka Değerleri

35 MAÇ GÜNÜ GELİRLERİ

51 NAKLEN YAYIN GELİRLERİ

- 57 TİCARİ GELİRLER**
69 Rakamlarla 2017-2018 ve 2018-2019 Futbol Sezonu

- 71 DÖRT BÜYÜKLER**
73 Beşiktaş A.Ş.
79 Fenerbahçe A.Ş.
85 Galatasaray A.Ş.
91 Trabzonspor A.Ş.
97 Genel Değerlendirme

**PASSOLİG****CEYHUN KAZANCI**
Genel Müdür

Günümüzde 25 milyar Euro'yu aşan pazar hacmiyle küresel futbol endüstrisinin merkezinde yer alan Avrupa futbolu, son 10 yıldır hız kesmeden devam eden değişim ve dönüşümüyle birlikte dünyanın en büyük ekonomilerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. 2018-2019 futbol sezonu itibarıyla naklen yayın, maç günü ve ticari gelirleri toplamı 18 milyar Euro'ya ulaşan Avrupa'nın 5 büyük ligi, UEFA bünyesindeki 53 futbol liginin toplam gelirlerinin %70'ini oluştururken, dünya futboluna sadece sportif ve yönetsel açıdan değil, değişen tüketim dinamikleri, teknoloji ve inovasyon trendlerine bağlı olarak yarattıkları etkin stratejileri ile de yön vermektedir. Bugün dünyanın en değerli markaları olan Real Madrid, Barcelona, Manchester United ve Bayern Münih gibi futbol kulüplerine baktığımızda, sportif başarılarının yanı sıra inovatif vizyonlarıyla da dikkat çektiklerini ve birbirleriyle bu alanlarda da rekabet ettiklerini görmekteyiz. Örneğin Barcelona Kulübü, Nou Camp'ı dünyanın ilk 5G stadyumu yapmayı hedeflerken ezeli rakibi Real Madrid, yeniden yapılacak stadyumları Bernabeu'nun geleceğin en büyük dijital stadyumu olacağı iddiasını ortaya koymaktadır. Bütün bu örnekler, çağın en önemli hazinesi olan bilişim ve teknolojinin futbol endüstrisinde de ne kadar önemli bir yer arz ettiğini gözler önüne sermektedir. Dijital dönüşüm ivmesini arkasına alarak sportif başarılarını sürdürülebilir kılan vizyoner kulüpler ile parasal büyümeyi sadece sportif başarı elde etmeye odaklayarak palyatif önlemler tercih eden kulüpler arasındaki fark bu noktalarda ortaya çıkmakta ve futbol endüstrisindeki rekabet dengeleri kendisini burada da göstermektedir.

Aktif Bank olarak, bu yıl sizlere dördüncüsünü sunduğumuz Ekolig Futbol Ekonomisi Raporu'nda, Avrupa ve dünya futbolundaki güncel finansal verilerden ve uluslararası araştırma raporlarından yola çıkarak Süper Lig'in ve Avrupa'nın diğer liglerinin gelirlerini mercek altına aldık. Süper Lig'in finansal potansiyelini ve diğer liglerle rekabet edebilme gücünü, maç günü gelirleri başta olmak üzere naklen yayın gelirleri ve ticari gelirler perspektifinden ele alarak analiz etmeye çalıştık. Son iki futbol sezonunda Avrupa ve dünya futbolundaki gelişmelere yer verdiğimiz Ekolig Futbol Ekonomisi Raporu'nun Türk futboluna, futbolumuza emek veren bütün paydaşlara ve akademi dünyasına yararlı bir kaynak olmasını temenni ederiz.

Saygılarımızla,

**aktifbank****DR. SERDAR SÜMER**
Genel Müdür

Son yıllarda finansal olarak anlamlı bir büyüme gösteren Süper Lig, sahip olduğu ekonomik güç ve taraftar potansiyeli ile Avrupa'nın en fazla gelir yaratan liglerinden biri olmaya devam etmektedir. 2017-2018 ve 2018-2019 futbol sezonlarında Süper Lig'de mücadele eden 18 takımın maç günü, naklen yayın ve ticari gelirleri toplamı 7 milyar TL'yi geride bırakmış, ligin marka değeri 4 milyar TL'ye ulaşmıştır.

Ziraat Türkiye Kupası gelirleri dahil, naklen yayın gelirleri 1,9 milyar TL'ye yükselen Süper Lig'de, seyirci sayısına bağlı olarak maç günü gelirlerinde de ciddi bir artış yaşanmıştır. 2018-2019 futbol sezonu sonunda seyirci ortalaması 14 bine yaklaşan Süper Lig, %9 oranındaki seyirci artışı ve %50 stadyum doluluk oranı ile Avrupa ligleri arasında seyirci sayısını en fazla artıran liglerden biri olmuştur. Bu artış ligin maç günü gelirlerine de yansımış, 2017-2018 sezonunda 396 milyon TL olan maç günü gelirleri 491 milyon TL'ye yükselmiştir. Daha önceki sezonlarda olduğu gibi 4 büyüklerin maç günü gelirleri, %87 oranla ligin toplam gelirlerinin büyük bir kısmını oluşturmaktadır. Bununla birlikte sezonun dikkat çeken başka bir göstergesi de taraftarların maça cep telefonlarıyla giriş oranı olmuştur. 2017-2018 sezonunda %13 olan maça cep telefonu ile maça giriş oranı, 2018-2019 sezonunda %22'ye ulaşmıştır. Başta forma reklamı ve stadyum isim sponsorluk gelirleri olmak üzere her türlü reklam, marka, imaj ve PR projelerini kapsayan ticari gelirlerde de son iki futbol sezonunda ligimizde önemli bir artışın olduğunu söylemek mümkündür. 2018-2019 sezonu itibarıyla 1,3 milyar TL'yi geride bırakan Süper Lig'in ticari gelirlerinin %77'sini 4 büyükler oluştururken, Bursaspor, Konyaspor gibi Anadolu kulüpleri reklam ve sponsorluk anlaşmaları ile dikkat çekmiştir.

Bütün bu veriler ışığında genel bir değerlendirme yapıldığında, Süper Lig pastasının geçtiğimiz sezonda naklen yayın, maç günü ve ticari gelirler açısından %30'lar seviyesinde bir büyüme elde ederek 3,2 milyar TL'den 4,2 milyar TL'ye ulaştığını söylemek mümkündür. Kulüplerimizin finansal problemlerini rasyonel politikalarla çözmeleri ve uluslararası platformlarda istikrarlı bir performans grafiği sergilemeleri durumunda, futbol endüstrisine yön veren 3 büyük gelir kaleminde yüzdesel anlamda daha fazla büyüme oranlarının olacağını ve futbolumuzun hem finansal anlamda hem de marka değeri anlamında gelişmeye devam edeceğini öngörmekteyiz.

Saygılarımızla,

2017-2018 / 2018-2019

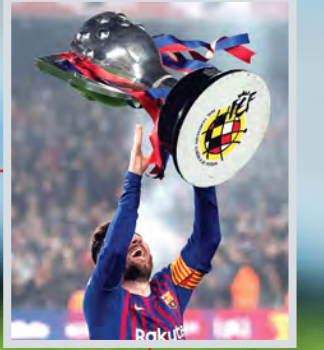
FUTBOL SEZONLARINA GENEL BAKIŞ



Son iki sezonda da dünya futbolunun en fazla kazanan kulüpleri Barcelona ve Real Madrid oldu



Ligue 1, %38,2'lik değer artışı ile 2019 yılında marka değeri yüzdesel anlamda en fazla artış gösteren Avrupa ligi oldu



Avrupa'nın 5 büyük liginin 2018-2019 futbol sezonundaki gelirleri **18 milyar Euro**'ya ulaştı



2019 FIFA Kadınlar Dünya Kupası maçları, 62 yayıncı kuruluş tarafından 200'den fazla ülkede canlı yayınlandı



2017-2018 / 2018-2019 Futbol Sezonlarına Genel Bakış

2017-2018 ve 2018-2019 futbol sezonları, Avrupa futbolunda finansal anlamda merkez liglerin çevre liglere oranla rekabet üstünlüklerini artırdıkları, saha içindeki mücadeleler açısından özellikle uluslararası platformlarda seyir zevki yüksek, sürprizlerle dolu 90 dakikalara tanıklık ettiğimiz futbol sezonları olmuştur. Liverpool, Tottenham, Chelsea gibi Premier Lig ekipleri 2018-2019 futbol sezonunda sportif başarıları ile öne çıkarken, İngiliz kulüpleri futbolun elitlerinin parasal yarışı için büyük önem taşıyan UEFA Şampiyonlar Ligi ve UEFA Avrupa Ligi'ni de domine eder duruma gelmiştir.

2017-2018 futbol sezonu sonunda elde ettiği 750,9 milyon Euro gelir ile dünyanın en zengin kulübü unvanını kazanan, 1,6 milyar Euro'luk marka değeri ile dünyanın en değerli futbol markası seçilen Real Madrid'in, 2018-2019 UEFA Şampiyonlar Ligi'nin son 16 turunda Hollanda temsilcisi Ajax'a elenmesi, Barcelona'nın 3-0'lık galibiyetinin ardından 4-0'lık bir skorla Liverpool'a elenerek turnuvaya veda etmesi, futbolun en güçlü aktörlerinin saha içinde de her zaman kazanacakları anlayışının değişebileceğini göstermiştir.

Tottenham, en zengin ilk 10 kulüp arasında

En son 1960-1961 sezonunda İngiltere şampiyonu olan Tottenham Hotspur, 2018-2019 sezonunda bir ilke imza atmış, tarihinde ilk kez Şampiyonlar Ligi Finali'nde yer almıştır.

Finalde Liverpool'a 2-0 mağlup olan lacivert beyazlılar, 450 milyon Euro'ya yakın geliri ile Avrupa'nın en zengin ilk 10 kulübünden biridir.

Avrupa futbolunun en büyüğü Liverpool oldu

Son iki futbol sezonunda, Avrupa futbolunda en fazla ses getiren gelişmelerden biri, Liverpool'un UEFA Şampiyonlar Ligi Kupası'nı 6. kez müzesine götürmesidir. Liverpool'un bu başarısı, Avrupa futbolunda sportif başarı grafiği ile birlikte finansal anlamda rekabet üstünlüğü dengelerinin de değişebileceğinin sinyallerini vermiştir. Liverpool, sadece finaldeki galibiyetten 19 milyon Euro olmak üzere turnuvadan yaklaşık 110 milyon Euro gelir elde etmiştir.

2017-2018 futbol sezonu sonunda 513,7 milyon Euro geliri ile Avrupa futbolunun en fazla kazanan 7. kulübü olan Liverpool, 2018-2019 futbol sezonunda saha içindeki performansı bakımından da başarılı bir sezon geçirmiştir. Üst üste aldığı galibiyet serileri ile dikkat çeken Liverpool, sezon boyunca ligde sadece tek bir mağlubiyet almış; 38 haftalık maratonu en yakın rakibi Manchester City'nin 1 puan gerisinde tamamlamıştır. Liverpool, 2018-2019 futbol sezonunda kazandığı 97 puan ile Avrupa futbol liglerinde en fazla puan alan ama şampiyon olamayan takım unvanını da elde etmiştir.

Canlı yayınlanan 29 maç, 152,4 milyon Pound yayın geliri

2018-2019 sezonunda Premier Lig'i 2. sırada tamamlayan Liverpool, naklen yayın gelirlerinde ligin en fazla kazanan takımı olmuştur. Ligi 4. sırada bitirdikleri 2017-2018 futbol sezonunda yayın gelirlerinden 145,9 milyon Pound kazanırken, 2018-2019 futbol sezonunda kulübün başarı grafiği ile birlikte yayın gelirleri de 152,4 milyon Pound'a yükselmiştir.

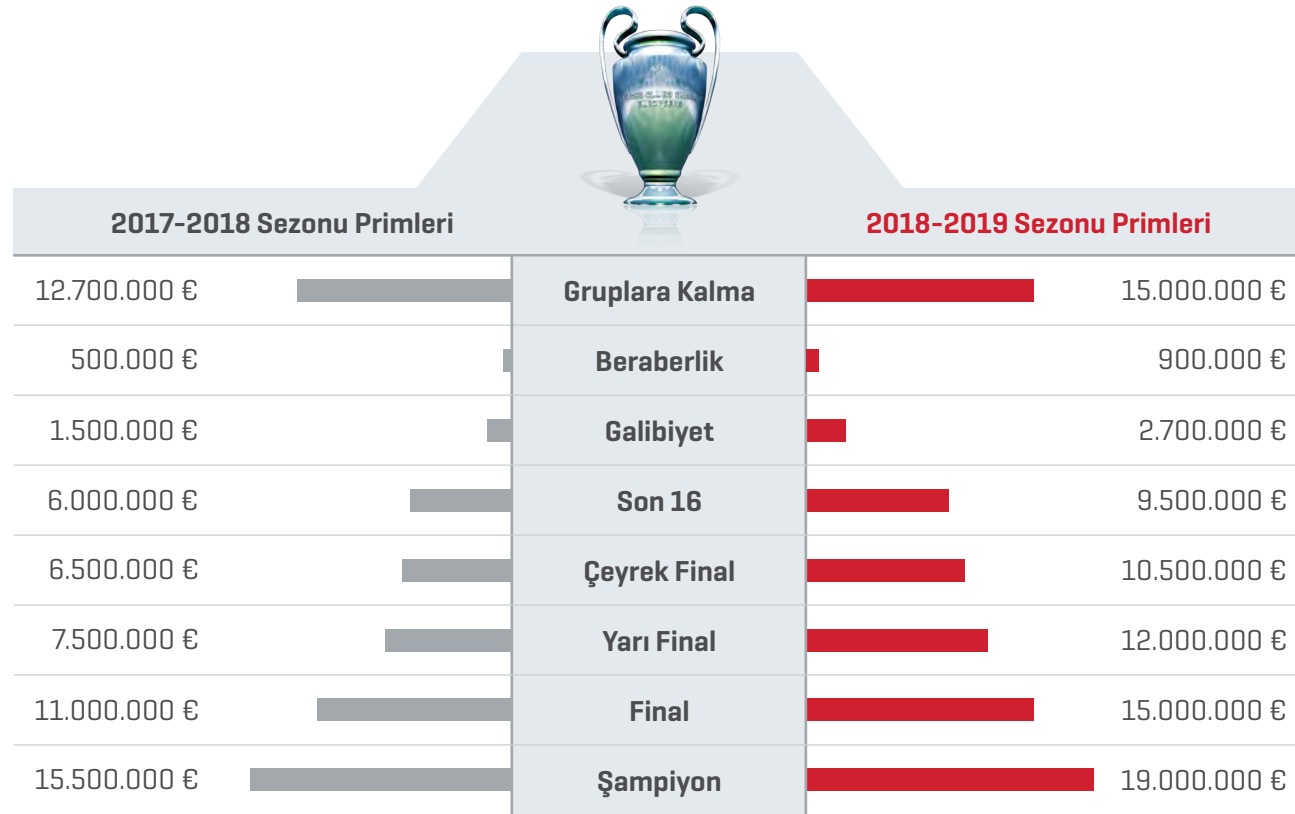


UEFA, Şampiyonlar Ligi ve Avrupa Ligi ödül kurallarını değiştirdi

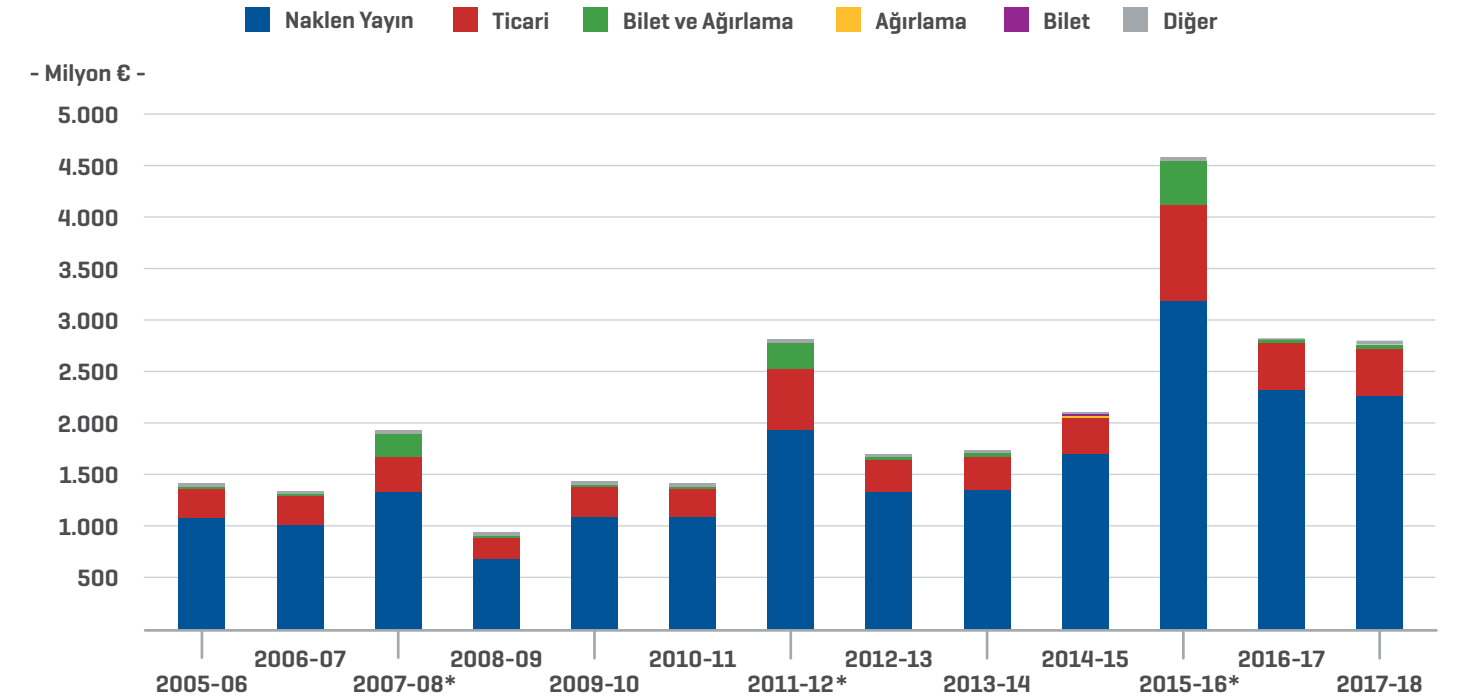
Küresel futbol endüstrisinin en güçlü aktörlerinden biri olan UEFA, 2018 yılında aldığı kararla, Şampiyonlar Ligi ve Avrupa Ligi'ne katılım şartlarında, turnuvada yarışan kulüplerin puan hesaplamaları ve parasal ödül dağıtım kriterlerinde yeni düzenlemeler yapmıştır.

2018-2019 futbol sezonundan itibaren geçerli olan yeni uygulamalardan en dikkat çeken, turnuvanın toplam gelir havuzundan katılımcı kulüplere dağıtılacak parasal ödüllerle ilgili olmaktadır. Avrupa futboluna yön veren takımlar arasındaki finansal yarışta büyük önem taşıyan UEFA Şampiyonlar Ligi'nin rekabet yapısını doğrudan etkileyecek bu yeni düzenlemede, katılımcı kulüpler açısından önemli bir gelir kalemi olan Pazarlama Havuz Gelirleri'nin oranı %30'dan %15'e indirilirken, Takım Katsayı Sıralaması adı altında yeni bir ödül dağıtım kriteri getirilmiştir. Yapılan yeni değişiklikle birlikte katılımcı kulüplerin son 10 yıllık UEFA takım katsayıları temel alınarak bir puanlama ve parasal ödül dağıtımı yapılmıştır.

UEFA Şampiyonlar Ligi'nde son iki sezonda dağıtılan ödüller



UEFA'nın 2005-2006 ile 2017-2018 futbol sezonları arasındaki gelirleri



* Avrupa Futbol Şampiyonası'nın gerçekleştiği sezonlarda UEFA'nın gelirlerinde artış olmuştur.

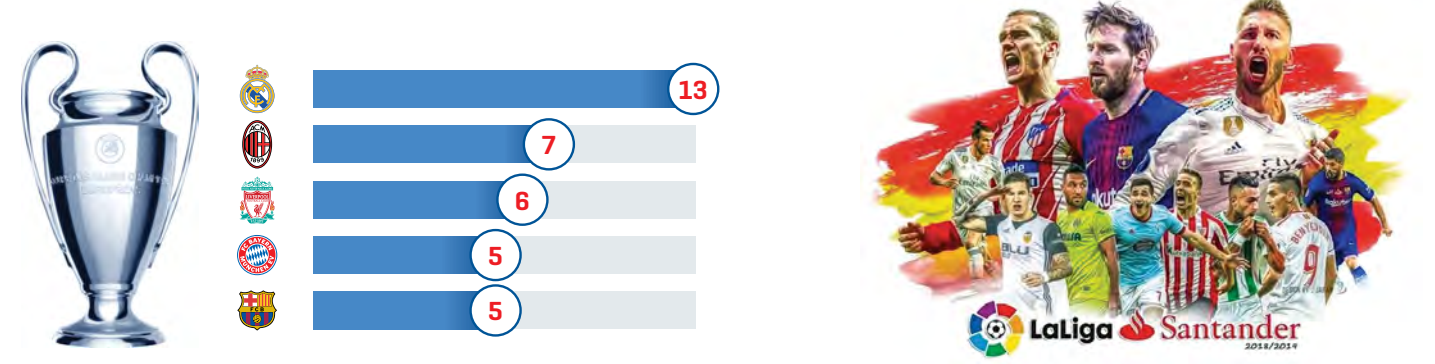
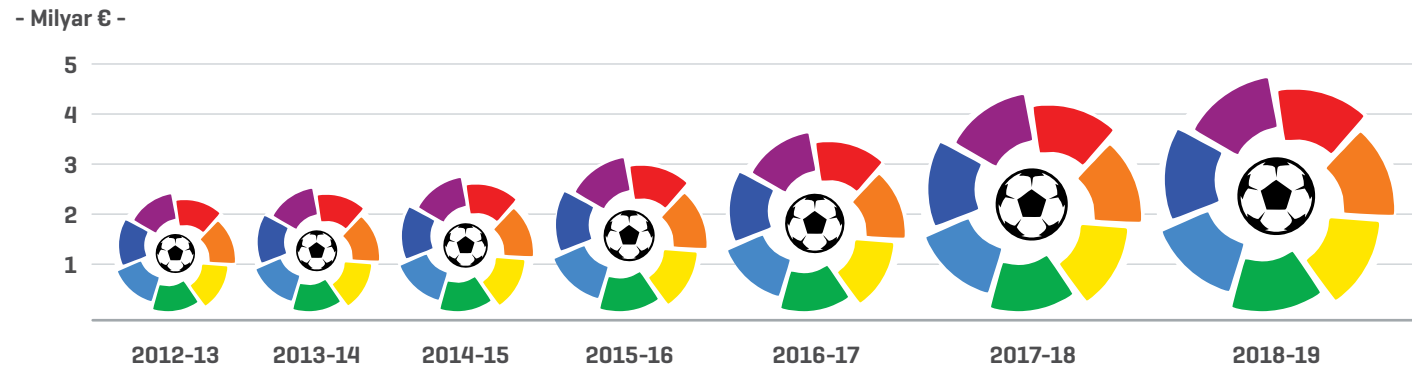
2017-2018 ve 2018-2019 futbol sezonları, Premier Lig, La Liga, Bundesliga, Serie A ve Ligue 1'den oluşan 5 büyük lig arasındaki finansal yarışın yeni pazarlarda, ticari gelirlerde ve uzun vadeli sponsorluk gelirlerinde hissedilir bir şekilde artış gösterdiği futbol sezonları olmuştur.

Uzak Doğu pazarını hedef alarak, taraftar odaklı global pazarlama stratejileri geliştiren kulüpler, yeni pazarlarda yerel veya uluslararası farklı markalarla gerçekleştirdikleri projelerde bir yandan gelirlerini artırırken diğer yandan sürdürülebilir iletişim ve başarılı pazarlama çalışmaları ile marka değerlerini güçlendirmişlerdir. Global futbol endüstrisinde, son yıllarda Premier Lig'den sonra en dikkat çeken liglerden biri de La Liga'dır.

La Liga'da Gelirler 5 Milyar Euro'ya Yaklaştı

İspanya'da futbol, özellikle 2. Dünya Savaşı'ndan itibaren ülke içindeki politik ve ekonomik değişimler & sosyo-kültürel dinamiklerle etkileşim içinde olan bir spor dalı olmuştur. 1980'li yıllardan itibaren Real Madrid ve Barcelona arasındaki rekabetin ülke sınırlarını aşarak dünya futboluna başarılı bir şekilde pazarlanması, ligde forma giyen dünya yıldızları, 2008 ile 2012 tarihlerinde kazanılan Avrupa Şampiyonaları ve 2010 Dünya Kupası zaferi, UEFA Şampiyonlar Ligi ve Avrupa Ligi'nin son 10 yılında en fazla kupa kazananların İspanyol kulüpleri olması, İspanya futbolunu Avrupa'nın en fazla kazanan liglerinden biri olmasını beraberinde getirmiştir. Bugün gelinen noktada, İspanyol futbolunun en üst ligi olan La Liga'nın gelirleri 5 milyar Euro'ya yaklaşmıştır.

La Liga'nın 2012-2013 ile 2018-2019 futbol sezonları arasındaki gelirleri



İspanyol futbolunun en güçlü temsilcilerinden biri olan Real Madrid, elde ettiği 13 şampiyonlukla UEFA Şampiyonlar Ligi'nde en fazla kupa kazanan takımdır. Ezeli rakibi Barcelona ile İspanyol futbolunun marka ve tanıtımında büyük rolü olan eflatun beyazlıların Şampiyonlar Ligi'ndeki bir başka rekoru da 2015-2016, 2016-2017 ve 2017-2018 futbol sezonlarında elde ettiği başarıdır. Real Madrid, 3 kez üst üste kupa kazanan ilk ve tek futbol takımıdır.

UEFA Şampiyonlar Ligi'ni kazanan ülkeler sıralamasında 18 kupa ile birinci sırada yer alan İspanya'yı, 13 kupa ile İngiltere, 12 kupa ile İtalya takip etmektedir. Takımların kazandıkları her kupa, ülke puanlarını doğrudan etkilemektedir. Bunun en güzel örneklerinden biri de İtalya'dır. En son 2009-2010 sezonunda Inter ile Şampiyonlar Ligi Kupası'nı müzesine götüren İtalyanlar, son 5 yıllık ülke puanlamasında 3. sırada yer almaktadır.

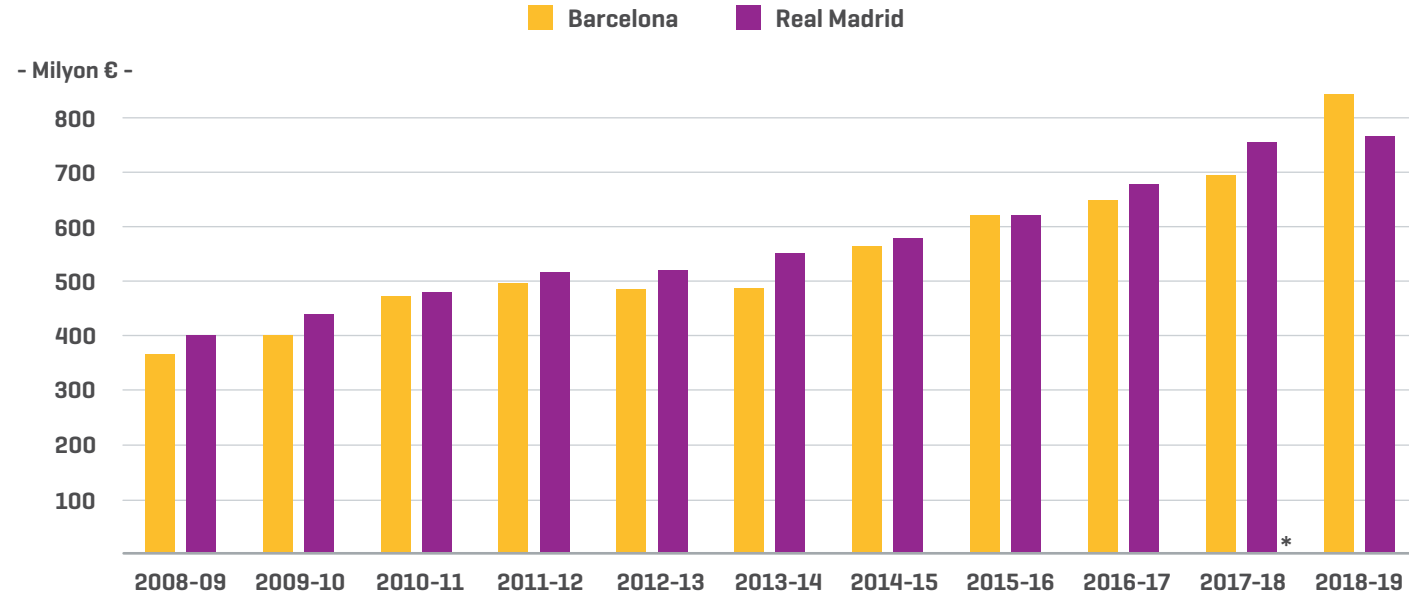
2014-2015 ile 2018-2019 futbol sezonları arasındaki UEFA ülke puanlaması

	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	Toplam Puan
 İspanya	20.214	23.928	20.142	19.714	19.571	103.569
 İngiltere	13.571	14.250	14.928	20.071	22.642	85.462
 İtalya	19.000	11.500	14.250	17.333	12.642	74.725
 Almanya	15.857	16.428	14.571	9.857	15.214	71.927
 Fransa	10.916	11.083	14.416	11.500	10.583	58.498

El Clasico farkı

Bugün dünyanın en büyük futbol rekabetlerinden biri olarak kabul edilen Real Madrid - Barcelona mücadelesi, İspanya futbolunun küresel futbol pazarına sunduğu en değerli üründür. 180'den fazla ülkede yapılan canlı yayınlarla 650 milyon kişinin televizyon ekranlarından, 90 binden fazla kişinin ise stadyumdan takip ettiği bu rekabetin sadece medya görünürlüğü bile sponsor firmaların marka değerlerine ciddi anlamda katkı sağlamaktadır. Dünyanın her yerinde milyonlarca futbolseverin televizyonlardan, internet ve diğer dijital platformlardan takip ettiği El Clasico, sponsor firmaları açısından 100 milyon Dolar'ın üzerinde bir reklam eşdeğerine denk gelmektedir.

Barcelona ve Real Madrid'in son 11 futbol sezonundaki gelirleri



Dünyanın en zengin kulüpleri

2018-2019 futbol sezonunda, Real Madrid'in maç günü, naklen yayın ve ticari gelirleri toplamı 757,3 milyon Euro olurken, Barcelona'nın gelirleri 840 milyon Euro'ya yaklaşmıştır. Transfer gelirleri ve diğer kalemleri de eklendiğinde toplam gelirlerinin 990 milyon Euro'ya ulaştığını açıklayan Barcelona, 2018-2019 sezonunun finansal anlamda kulüp tarihindeki en başarılı sezon olduğunun altını çizmiştir. Barcelona ve Real Madrid, son iki futbol sezonunda dünyanın en fazla kazanan futbol kulüpleri olmuştur.

* 2017-2018 futbol sezonunda, La Liga şampiyonunun Barcelona olmasına rağmen Real Madrid'in UEFA Şampiyonlar Ligi'ni kazanması iki takım arasındaki gelir yarışında Real Madrid'in öne geçmesine neden olmuştur.

Real Madrid ve Barcelona, uluslararası platformlardaki başarıları ve ligdeki şampiyonluk sayıları kadar finansal güçleri ve marka değerleri ile de İspanyol futbolunu domine etmektedir. La Liga kulüplerinin dünyanın en iyi futbolcuları için birer çekim merkezi olmasında büyük rolü olan bu kulüpler, bugün 4 milyar Euro'ya yaklaşan La Liga marka değerinin %76'sını oluşturmaktadır.

Barcelona ve Real Madrid'in marka değerinin La Liga'nın marka değerindeki yüzdesel oranı



Kulüplerin şirket değerlerine göre bir sıralama yapıldığında da La Liga'nın Avrupa futbolunun iki büyük liginden biri olduğu görülmektedir. 2019 yılının finansal değerlerine göre, dünyanın en güçlü liglerinde mücadele eden, değeri en yüksek 32 futbol kulübünün 6'sı La Liga'da yer almaktadır. *

	2016	2017	2018	2019	Toplam Şirket Değerleri - Milyon € -	
İngiltere	7	8	9	9	15,430	%43.4
İspanya	5	6	6	6	7,840	%22.1
Almanya	3	3	3	3	4,546	%12.8
İtalya	7	6	6	6	4,176	%11.7
Fransa	4	3	3	3	2,033	%5.7
Türkiye	2	3	3	2	629	%1.8
Portekiz	2	1	1	1	333	%0.9
Hollanda	2	2	1	1	315	%0.9
İskoçya	-	-	-	1	252	%0.7

* KPMG, The European Elite Football 2019, Football Club's Valuation

Barcelona ve Real Madrid'in Asya - Pasifik Bölgesi başta olmak üzere yeni pazar açılımlarının ve bu bölgelerdeki ticari yatırımlarının sadece kendi kulüp gelirleri ve globalleşme stratejileri açısından değil, La Liga'nın Premier Lig ile olan finansal rekabeti açısından da büyük önemi bulunmaktadır. Her fırsatta Premier Lig ile sadece saha içinde değil, ticari açıdan da rekabet etmek istediklerini dile getiren İspanya Futbol Federasyonu Başkanı Javier Tebas, Barcelona ve Real Madrid'in bu süreçte İspanyol futbolunun en değerli ürünleri olduğunun altını çizmektedir.

Her iki kulübün de 2000'li yılların başlarında, İspanya sınırları dışında yaz dönemi kampları ve özel turnuvalar ile başlayan çalışmaları, bugün futbol akademilerinden global ticari işbirliklerine, teknoloji deneyim merkezlerinden transfer politikalarına kadar geniş bir pazarlama ve iletişim faaliyetlerini kapsamakta, bu çalışmalar La Liga'daki diğer kulüplere de zaman zaman rol model teşkil etmektedir.

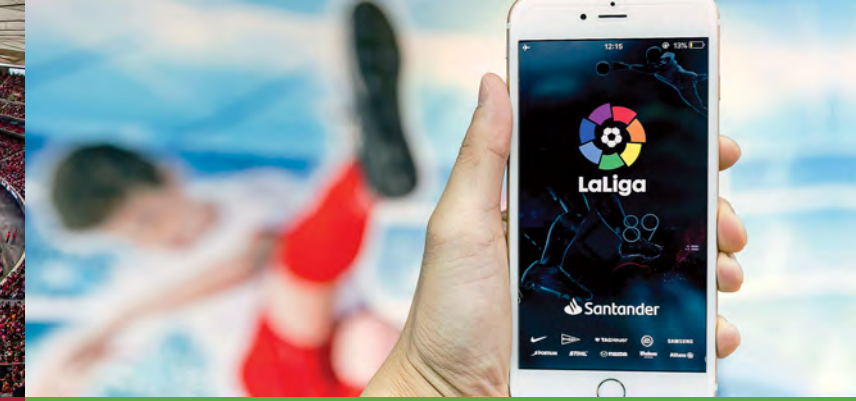


Bu çalışmaların yakın zamanlı örneklerinden biri de La Liga temsilcilerinden Espanyol'un Çin Süper Ligi'nin gol kralı Wu Lei'yi transfer etmesidir. Wu Lei'nin sadece 12 dakika sahada kaldığı ilk maç, Çin'de 50 milyon futbolsever tarafından televizyondan seyredilirken, Espanyol Kulübü'nün sosyal medya takipçi sayısı Çinli futbolseverler sayesinde ciddi oranda artış göstermiş, kulübün lisanslı ürün satışlarında 12 ayda %35 oranında bir yükseliş olduğu, en çok Wu Lei'nin isminin Çince yazdığı formaların satıldığı açıklanmıştır.

İspanya Futbol Federasyonu, Ocak 2019'da aldığı bir kararla, stadyumlardaki ve ekran başındaki seyirci sayısını artırmak için maçların takvimini organize ederken yapay zeka uygulaması kullanmaktadır.



Yeni Delhi, Singapur, Pekin, Şangay, Mexico City, New York gibi dünyanın birçok yerinde ofisleri olan La Liga, Doha'da Katara Otelcilik işbirliği ile organize ettiği La Liga Festivali'nde futbolseverlere farklı ürün ve hizmetler, teknolojik deneyimler sunarken, çeşitli tüketici gruplarına yönelik oyun ve eğlence alanlarıyla da dikkat çekmektedir.



Asya - Pasifik Bölgesi'ndeki futbolseverlerin %55'i La Liga'yı takip ederken, bu bölgede İspanyol futboluyla en fazla ilgilenen ülkelerin başında Endonezya gelmektedir. (Nielsen, 2017-2018)

La Liga'nın mobil uygulaması, 2016'dan bugüne kadar 15 milyondan fazla futbolsever tarafından indirilmiştir.



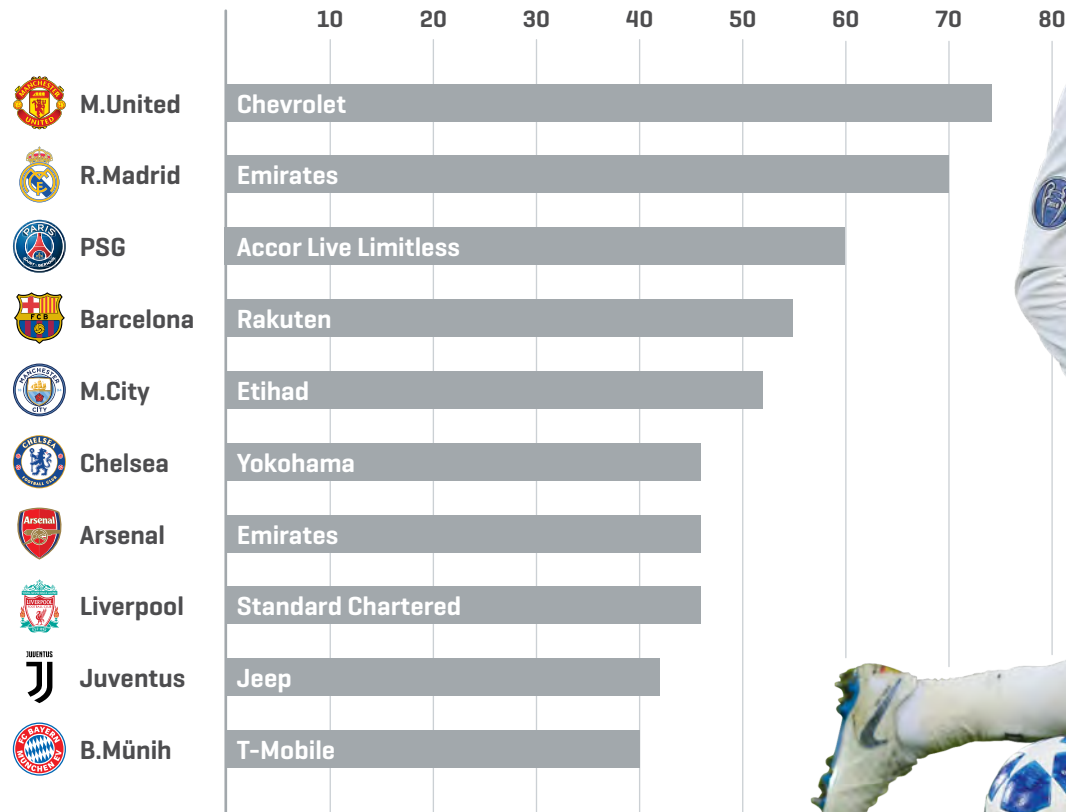
Real Madrid'in 2018 yılında Avustralya'da açtığı, fiziksel ve interaktif deneyimlerin yer aldığı "Real Madrid World Football Experience" müzesinde, 15 Dolar'a bilet alan her kişi için özel bir kimlik kartı çıkarılmakta ve futbolseverler girişlerini bu kartlar ile yapmaktadır.

Sponsorluk Gelirlerinde "Formalar"

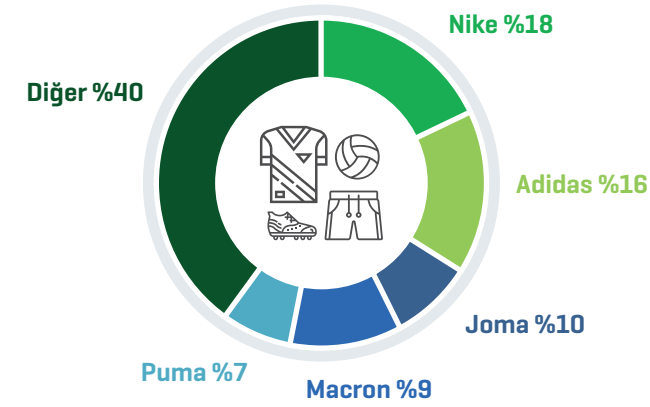
Günümüzde, futbolun farklı birçok endüstri dalı ile iç içe geçmesinde kilit rol oynayan unsurların başında sponsorluk ve reklam çalışmaları gelmektedir. Özellikle son 25 yılda, futbol pastasının finansal anlamda hızla büyümesinde büyük etkisi olan sponsorluk ve reklam gelirleri, yarattığı finansal değer ve rekabet ortamı ile birlikte, futbolun değişen dinamiklere uyum sağlaması açısından kendini yeniden üretmesine de imkan sağlamaktadır. Bugün futbol kulüplerinin sponsorluk gelirleri içerisindeki en büyük pay, forma tedarik ve göğüs sponsorlarından gelen gelirlere aittir.

Avrupa'nın 5 büyük futbol ligindeki en pahalı forma göğüs sponsorluk anlaşmaları

- Sezonluk Gelir / Milyon € -



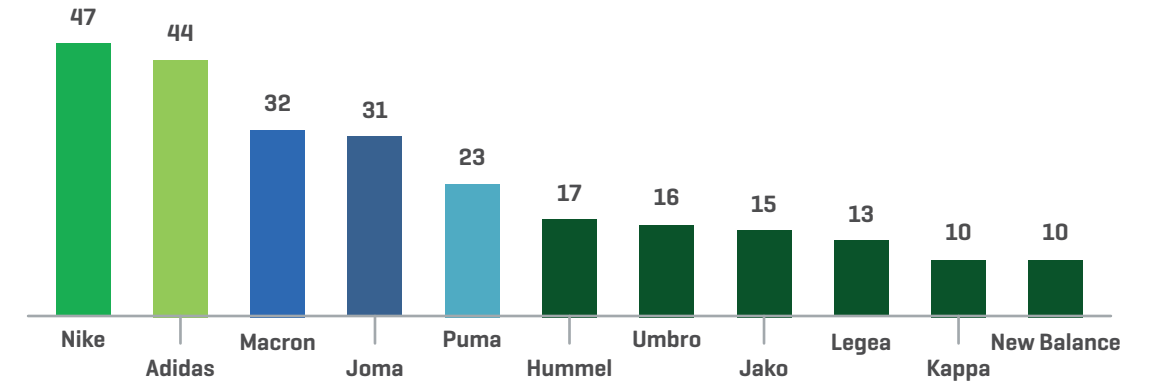
Futbol ekonomisinde sponsorluk ve ürün tedariki konusunda, uzun yıllardır pazarı domine eden iki büyük spor markası Nike ve Adidas'tır. İki marka arasındaki rekabet, ulusal futbol ligleri dışında uluslararası futbol organizasyonları, özel turnuvalar, milli takımlar ve yıldız sporcular özelinde de devam etmektedir. Örneğin, Nike'ın Cristiano Ronaldo, Kylian Mbappe, Sergio Ramos, Robert Lewandowski gibi sporcularla bireysel sponsorluk anlaşmaları bulunurken rakibi Adidas'ın da Lionel Messi, Mohammed Salah, Paul Pogba, Marcelo gibi isimlerle marka ve sponsorluk anlaşmaları bulunmaktadır.



Pazarın %34'ü Nike ve Adidas'a ait

Avrupa futbol liglerinde forma ve sportif ekipman üretimi konusunda, %34'lük oranla en fazla pazar payı Nike ve Adidas'a ait olurken, 62 farklı spor markasının üretici olarak konumlandığı futbol liglerinde bu markaları Joma, Macron ve Puma takip etmektedir. Hummel, Umbro, Kappa, Jako gibi spor markalarının pazar payları ise %5'ten daha azdır.

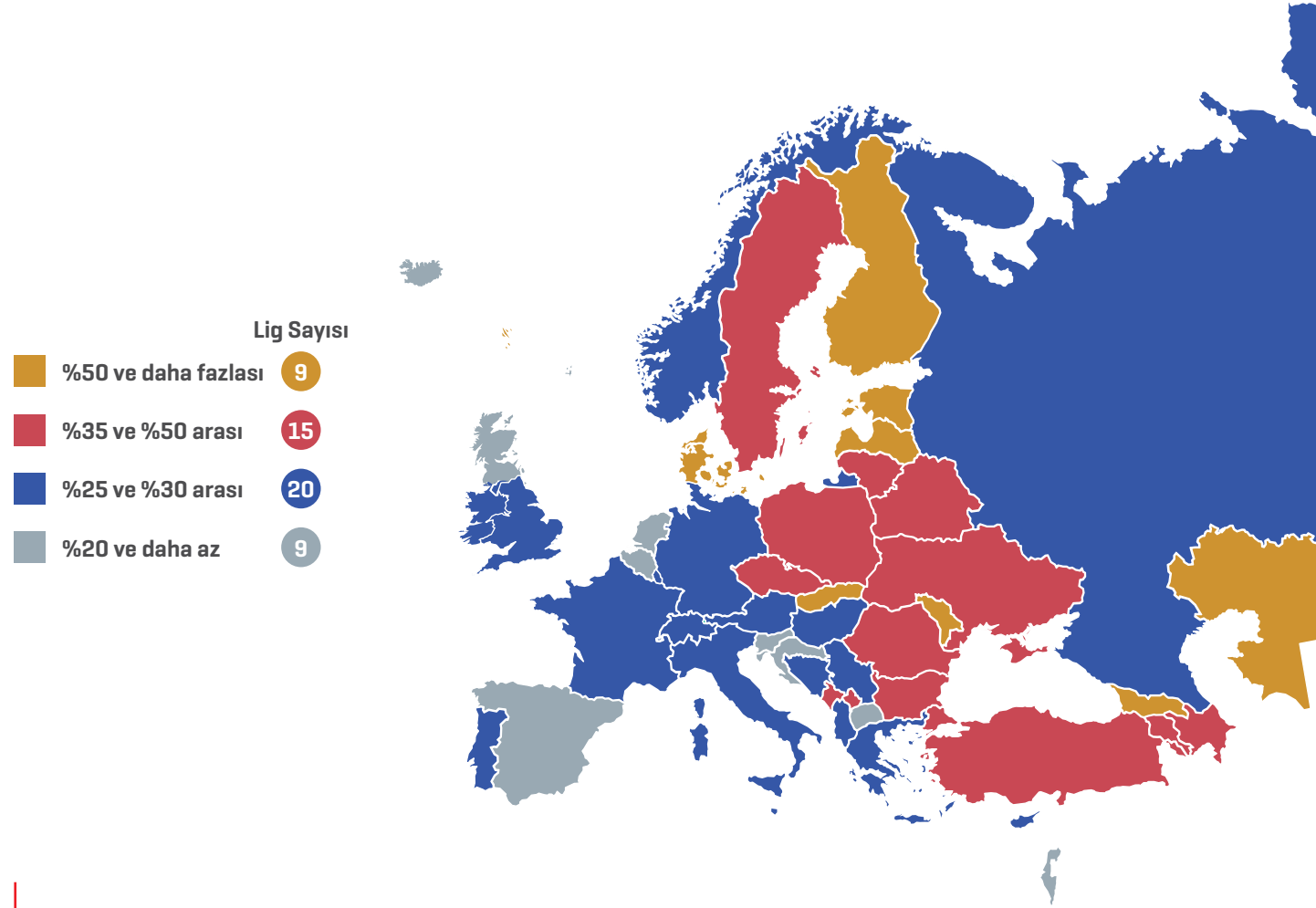
Avrupa liglerindeki forma ve sportif ekipman üreticilerinin sayıları *



* UEFA Club Licensing Benchmarking Report

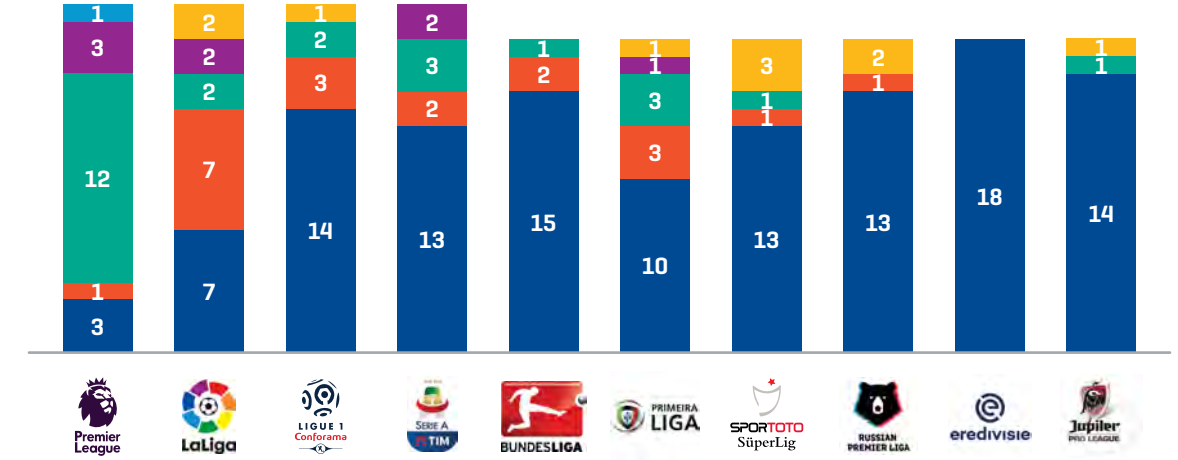
UEFA bünyesinde yer alan 53 futbol liginin 2018-2019 sezonu sponsorluk verilerine göre 9 ülkede tek bir spor markası, ligdeki takımların %50'si veya daha fazlasının forma ve sportif ekipmanlarını üretmektedir. Süper Lig'in de içinde yer aldığı 15 ülkede ilgili pazara en hakim olan forma tedarik firmasının ligdeki oransal ağırlığı %35 ile %50 arasında, 20 ülkede ise %20 ile %35 arasında değişmektedir. Rapora göre, 10 ülkede bir spor markasının ligdeki oransal ağırlığının %20 veya daha az oranda olduğu kayıtlara geçmiştir. Örneğin, Hollanda Eredivisie'deki 18 takımın toplam 16 farklı forma tedarikçisi bulunmakta, Masita ve Adidas markaları 2'şer futbol takımının formalarını üretirken diğer 14 takımın formaları 14 farklı marka tarafından tedarik edilmektedir. Bu nedenle Hollanda, tabloda %11 ile en alt sırada yer almaktadır.

Forma üreticisi spor markalarının futbol liglerindeki dağılım yüzdeleri



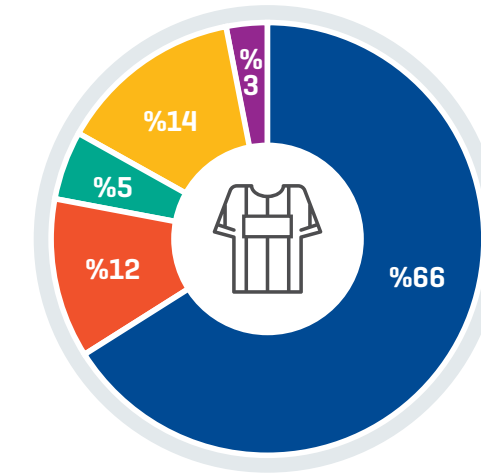
* UEFA Club Licensing Benchmarking Report

Avrupa'nın 5 büyük ligi ve diğer liglerde yer alan takımların 2018-2019 sezonunda forma göğüs sponsoru olan markaların menşelerine göre dağılımları



Yerel Markalar Avrupa menşeli markalar Asya menşeli markalar
Forma göğüs sponsoru olmayan takımlar Kuzey Amerika menşeli markalar Afrika menşeli markalar

UEFA'ya bağlı 53 futbol ligindeki forma göğüs sponsorların menşelerine göre yüzdesel dağılımları



54 futbol liginde yerel markalar ağırlıkta

2018-2019 futbol sezonu istatistiklerine göre, UEFA bünyesindeki 53 futbol ligindeki takımların formalarının göğsünde %66 oranla en fazla yerel markaların yer aldığı görülmektedir. 24 futbol ligindeki 56 takımın formasının göğsünde herhangi bir sponsor markası bulunmamakla birlikte, bu oran toplam pastanın %14'üne tekabül etmektedir.

En fazla yabancı marka Premier Lig'de

Milyarlarca futbolseverin yakından takip ettiği, sadece Avrupa'nın değil dünyanın en popüler ve en fazla kazanan futbol ligi olan Premier Lig'de futbol takımlarının formalarında Malezya'dan Kenya'ya, Japonya'dan Abu Dabi'ye, Amerika'dan Tayland'a kadar dünyanın farklı ülkelerinden gelen yatırımcıların reklamlarını görmek mümkündür. Sektörel anlamda bahis firmalarının ağırlıklı olduğu ligde, spor markalarının da yüzdesel anlamda eşit oranda dağıldığı dikkat çekmektedir.

Takım	Forma ve Sportif Ekipman Üreticisi	Forma Göğüs Sponsoru	Sektör	Yatırımcı Marka Ülkesi
Arsenal	Puma	Emirates	Havayolu	Dubai
Bournemouth	Umbro	M88	Bahis	Filipinler & Cebelitarık
Brighton & Hove Albion	Nike	American Express	Finans	Amerika
Burnley	Puma	Laba360	Bahis	Malta
Cardiff City	Adidas	Visit Malaysia	Turizm	Malezya
Chelsea	Nike	Yokohama Tyres	Otomotiv	Japonya
Crystal Palace	Puma	ManBetX	Bahis	Malta
Everton	Umbro	SportPesa	Bahis	Kenya
Fulham	Adidas	Dafabet	Bahis	İngiltere
Huddersfield Town	Umbro	OPE Sports	Bahis	Malta
Leicester City	Adidas	King Power	Perakende	Tayland
Liverpool	New Balance	Standard Chartered	Finans	İngiltere
Manchester City	Nike	Etihad Airways	Havayolu	Abu Dabi
Manchester United	Adidas	Chevrolet	Otomotiv	Amerika
Newcastle United	Puma	Fun88	Bahis	Man Adası
Southampton	Under Armour	Virgin Media	Teknoloji & İletişim	İngiltere
Tottenham Hotspur	Nike	AIA	Sigorta	Hong Kong
Watford	Adidas	FxPro	Finans	İngiltere
West Ham United	Umbro	Betway	Bahis	Malta
Wolverhampton Wanderers	Adidas	W88	Bahis	Filipinler



Premier Lig'de 6 farklı spor markası yer almakta

2018-2019 futbol sezonu verilerine göre, Premier Lig'deki 20 takımın formaları 6 farklı spor markası tarafından üretilmiş, forma üreticisi spor markaları arasında Adidas %30 oranla ilk sırada yer almıştır. Premier Lig'de Nike, Puma ve Umbro %20 ile Adidas'ın ardından 2. sırada gelirken, New Balance ve Under Armour da %5'lik payları ile 3. sırada konumlanmıştır.

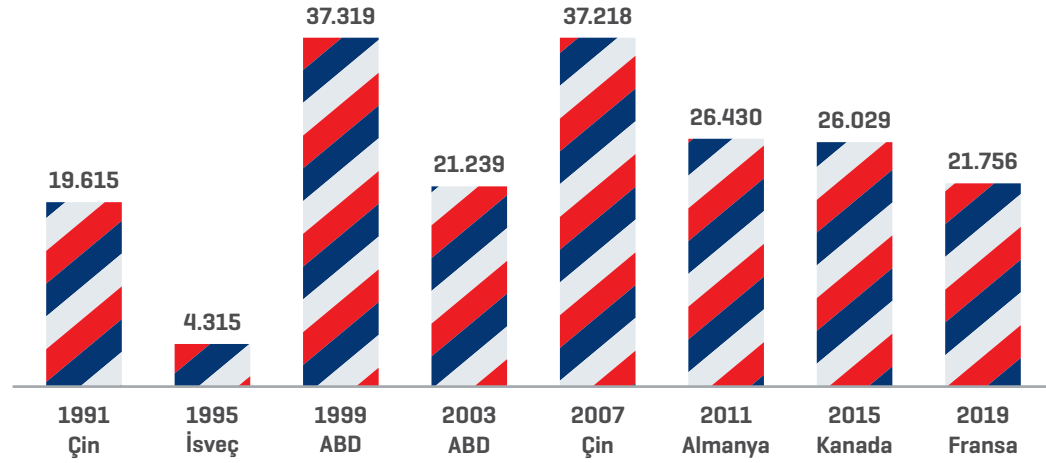
2019 FIFA Kadınlar Dünya Kupası

2019 yılında Fransa'nın ev sahipliğinde düzenlenen, 6 farklı grupta 24 ülke takımının yarıştığı FIFA Kadınlar Dünya Kupası bir yandan kadın futbolcuların erkek oyunculara aratmayan yüksek oyun teknikleri, estetik çalımları ve saha içindeki performansları ile dikkat çekerken diğer yandan futbolseverlerin artan ilgisi ve stadyumlardaki seyirci sayısındaki yükseliş, organizasyonun marka değerini ve finansal potansiyelini yükseltmiş, aynı zamanda kadın futbolunun hızla gelişmekte olduğunu da kanıtlamıştır.

Örneğin, turnuvanın Parc des Princes'te, 45.261 futbolsever eşliğinde başlayan Fransa-Güney Kore arasındaki açılış maçı, Fransız televizyon tarihinde de bir ilke imza atmıştır. İlk kez, kadınların oynadığı bir futbol müsabakası, ülkede 10 milyon kişi tarafından televizyondan canlı seyredilmiştir.

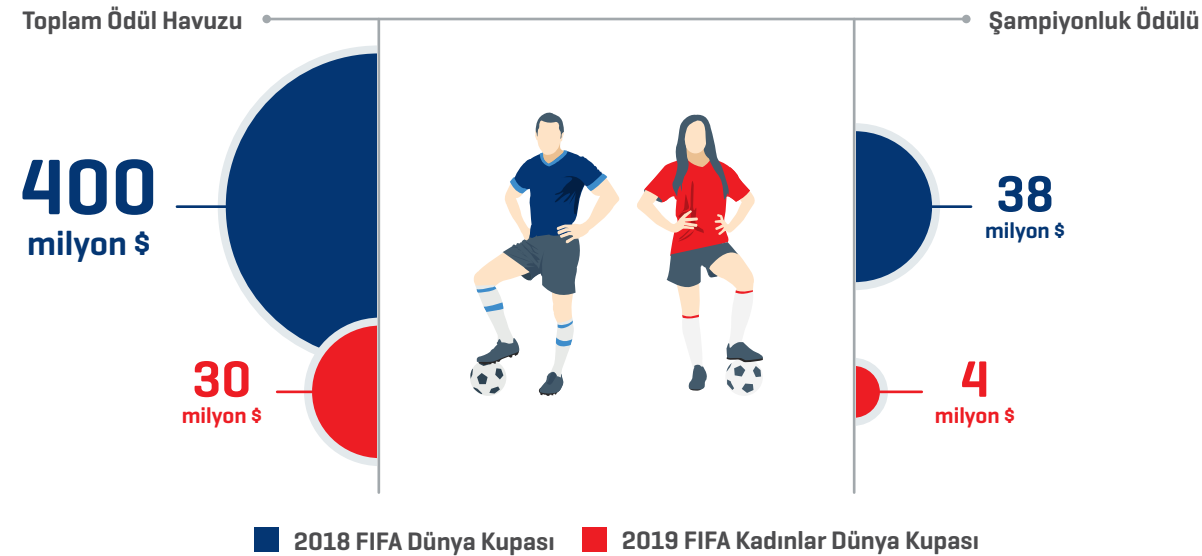


1991-2019 yılları arasında FIFA Kadınlar Dünya Kupası organizasyonlarının ortalama seyirci sayıları



2019 Kadınlar Dünya Kupası'nda toplam 30 milyon Dolar para ödülü dağıtan FIFA, turnuvadan 131 milyon Dolar gelir elde etmiştir. FIFA'nın bir yıl önce gerçekleşen, erkek milli takımlarının oynadığı Dünya Kupası'ndan elde ettiği gelir ise toplam 4,4 milyar Dolar civarındadır.

En son gerçekleşen FIFA Dünya Kupası organizasyonlarının para ödülleri *

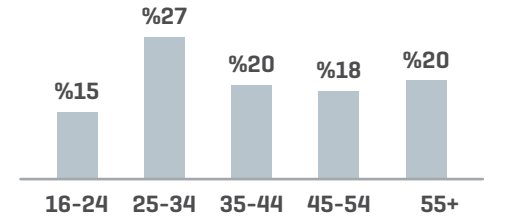
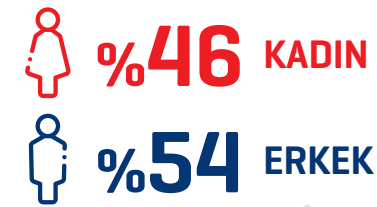


Fransa'nın 9 farklı şehrinde, 1 ay boyunca 52 müsabakanın oynandığı organizasyonun maç biletleri 10 ila 250 Euro arasında değişirken, turnuva süresince toplam 1 milyon 94 bin maç bileti satılmıştır. 62 yayıncı kuruluş tarafından 200'den fazla ülkede canlı yayınlanan 2019 FIFA Kadınlar Dünya Kupası, 1 milyardan fazla televizyon seyircisine ulaşmıştır.

Kadın futbolunun gelişmekte olduğunun göstergelerinden birisi de sponsorluk yatırımlarıdır. FIFA'nın ana sponsorlarından biri olan Visa, 2018 yılında UEFA ile imzaladığı 7 yıllık bir anlaşma ile yalnızca kadın futbolunu destekleyeceğini duyurarak, UEFA'nın alışlagelmiş sponsorluk anlaşmalarının dışında bir ilke imza atmıştır. İmzalanan yeni anlaşma kapsamında, Avrupa'da kadın futbolunun gelişmesine katkıda bulunmayı hedefleyen Visa, UEFA Kadınlar Şampiyonlar Ligi, UEFA Kadınlar EURO, UEFA Kadınlar 19 Yaş Altı ve 17 Yaş Altı Şampiyonaları ve UEFA Kadınlar Futsal EURO'nun 2025 yılına kadar ana sponsoru olacaktır.

2019 yılında yayınlanan uluslararası araştırma raporlarına göre, dünya genelinde 314 milyon kişi kadın futboluyla ilgilenmekte, ülkesel bazda bir sıralama yapıldığında da Amerika, Fransa, Çin, Brezilya, Jamaika gibi ülkeler kadın futboluyla en fazla ilgilenen ülkelerin başında gelmektedir.

Kadın futboluyla ilgilenen taraftarların cinsiyet yüzdesi/yaş dağılımı **



Rakamlarla Kadınlar Dünya Kupası



433 milyon

1 Ay süren organizasyon süresince FIFA'nın dijital kanallarında 433 milyon görüntülenme, Youtube kanalında ise 100 milyona yakın video izlenme oranı kayıtlara geçmiştir.

%70 Grup maçlarında stadyumlardaki doluluk oranı



1.816.349 €

İlk 32 maçta stadyumlardaki futbolseverlerin yiyecek ve içecek ihtiyaçları için yapmış oldukları toplam harcama

14 FIFA Kadınlar Dünya Kupası'nın resmi sponsorlarından olmamakla birlikte, 14 ülkenin milli takımlarının forma üreticisi olan Nike, turnuvanın en fazla etkileşim yaratan markası olmuştur. Nike'ın formalarını ürettiği ABD Milli Takımı'nın şampiyonluğunun ardından forma satış adetlerinde de ciddi bir artış yaşanmıştır.



60.000+

Turnuva boyunca, 9 şehirdeki 44 farklı satış noktasında ve e-store'da 60.000'den fazla lisanslı ürün satılmıştır.

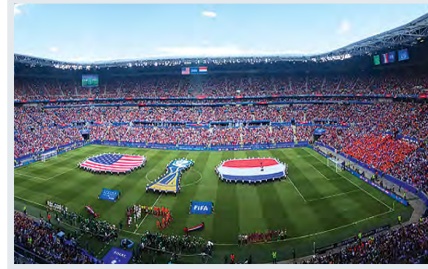
194 €

Yarı finalleri ve final maçını kapsayan "Champions Package" olarak geçen 3 maçlık kombine fiyatı



1.094.639

Turnuva boyunca satılan bilet sayısı



57.900

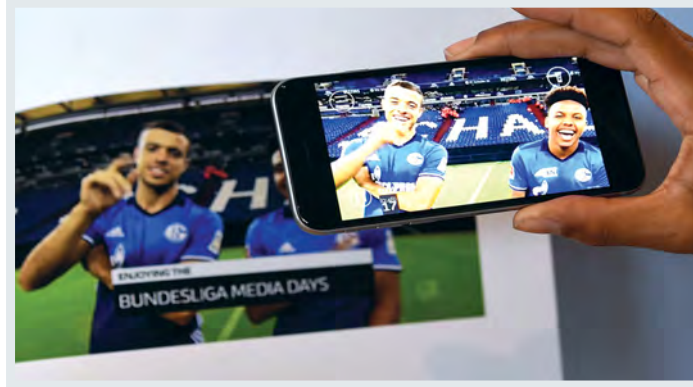
Parc Olympique Lyonnais'de oynanan ABD - Hollanda final maçını 57.900 kişi stadyumda izlemiş, final maçının Twitter ve Youtube'daki etkileşim sayısı 17,8 milyona ulaşmıştır. Turnuva boyunca Fransa'nın farklı şehirlerinde taraftarlar için kurulan alanlara 200 bine yakın ziyaretçi gelmiştir.



Der Klassiker

2018-2019 futbol sezonu itibarıyla gelirleri 4 milyar Euro'ya ulaşan Bundesliga, Avrupa futbolunun özellikle seyirci desteği bakımından en dikkat çeken ligidir. Geçtiğimiz sezon 13,2 milyona yakın futbolseverin stadyumlarda maç seyrettiği lig, 43.449 seyirci ortalaması ile 5 büyük lig arasında **"seyirci ortalaması en fazla olan futbol ligi"** ünvanını da korumaya devam etmiştir.

Ligin 5G teknolojili ve gerçek zamanlı mobil uygulama-masının yanı sıra, 25 farklı kamera açısıyla seyirciyle buluşturdukları lig maçlarında, artırılmış gerçeklik teknolojisi, "ultra-slow motion" kamera tekniği, istatistiksel sunumlar ve çeşitli grafiksel veriler sunu-lurken, DFL Digital Sports gibi uluslararası medya iş ortakları aracılığıyla da medya havuzunda görüntüler arşivlenerek, farklı birçok dil seçeneği ile dünyanın diğer bölgelerindeki futbolseverlere ulaştırılmaktadır.

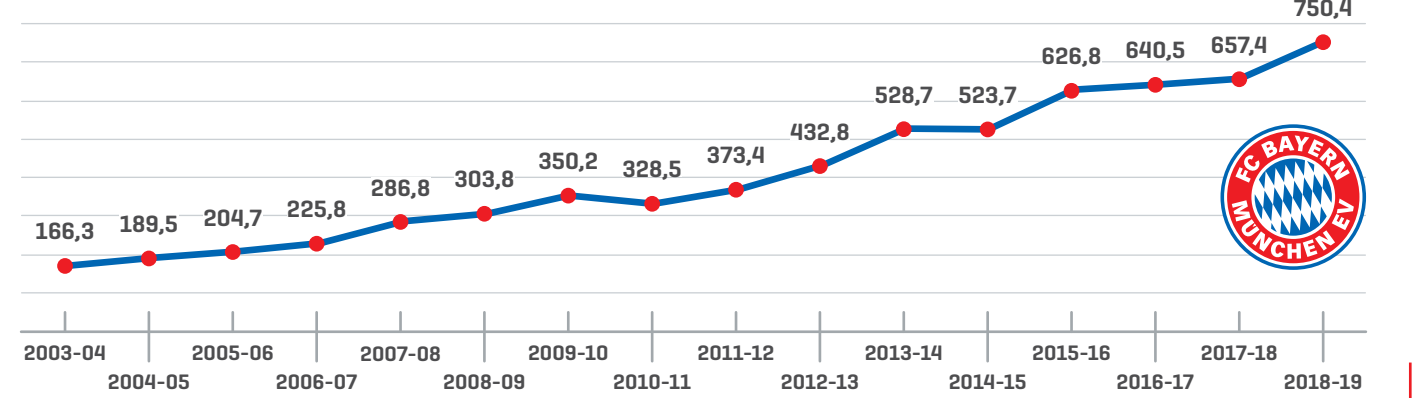


29 kez lig kupasını müzesine götüren Bayern Münih, dünya genelinde en çok gelir elde eden 5 futbol kulübünden biridir. 2018-2019 futbol sezonunda üst üste 7. lig şampiyonluğunu elde ederek gelirlerini 750,4 milyon Euro'ya ulaştıran kırmızı beyazlılar, sportif başarıları ile birlikte ülke sınırları dışındaki altyapı akademileri, Shenzen, New York gibi şehirlerdeki yurtdışı ofisleri, global iş ortaklıkları ve uzun vadeli marka ortaklıkları ile de dikkat çekmektedir.

Bayern Münih, Çin'de altyapı akademi okulu açan ilk Bundesliga kulübüdür.

Bayern Münih'in 2003-2004 ile 2018-2019 futbol sezonu arasındaki gelirleri

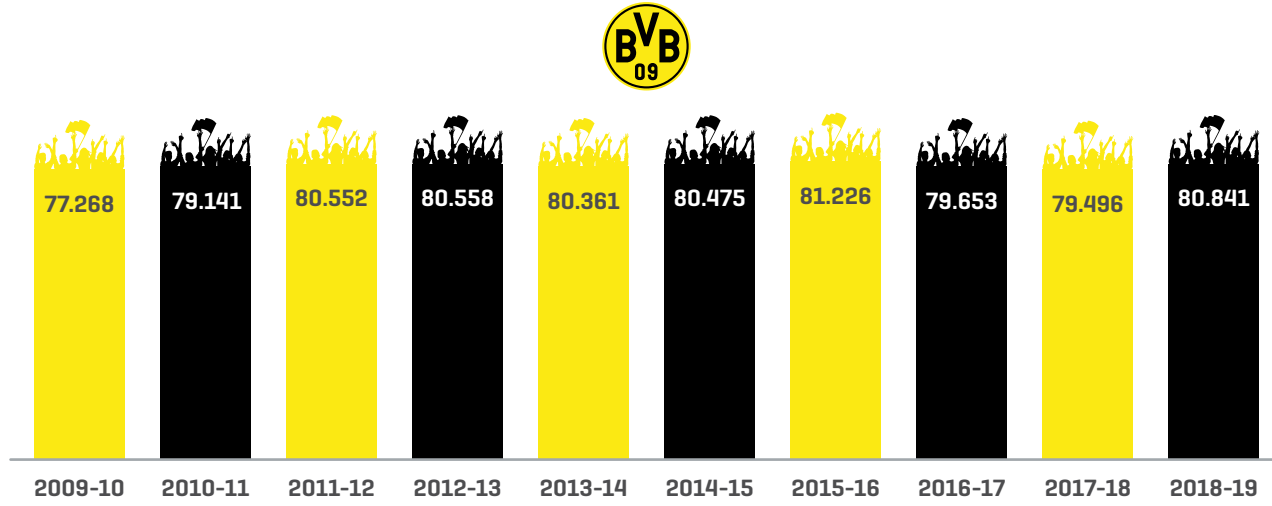
- Milyon € -



Bayern Münih'in en büyük rakibi Borussia Dortmund ile rekabeti, sadece Bundesliga'da değil, dünya futbolunda da merakla takip edilen rekabetlerden biridir. Ligdeki şampiyonluk sayısı, kulübün finansal gücü, marka değeri vb. konularda rakibi Bayern Münih ile arasında ciddi anlamda farklılık olsa da Dortmund ile Bayern arasındaki her maç, Alman futbol liginin en fazla seyircili maçları olarak kayıtlara geçmektedir. 2019 Almanya Süper Kupası'nı Signal Iduna Park'ta 81.365 kişi izlerken, karşılaşma 211 ülkeden de canlı yayınlanmıştır.



Borussia Dortmund'un son 10 futbol sezonunda Signal Iduna Park'taki seyirci ortalaması



Sadece Bundesliga'nın değil Avrupa'nın da en fazla seyirci ortalamasına sahip futbol kulübü Borussia Dortmund'un sezonluk kombinesine sahip olmak bugün neredeyse imkansız hale dönüşmüştür. Kombine sahibi olmak için oluşturulan yedek listede 50.000'den fazla futbolseverin beklediğini belirten kulüp, kombine sahipleri için de farklı bir uygulama başlatmış, 2018-2019 futbol sezonunda aldığı bir kararla, 17 iç saha maçının en az 7'sine gelmeyen 500 kişinin bir sonraki sezon kombine alım hakkını iptal ettiğini açıklayarak kombine için bekleyen taraftarlara da yeni fırsatlar yaratmıştır.

Bir yanda sıradışı koreografileri, her maç tam kapasite dolan tribünleriyle dikkat çeken Borussia Dortmund Kulübü, diğer yanda sadece Almanya'nın değil dünyanın en başarılı futbol kulüplerinden biri Bayern Münih... Alman futbolunun El Clasico'su Der Klassiker bugün 205 farklı ülkede milyonlarca futbolsever tarafından heyecanla takip edilirken, Signal Iduna Park ve Allianz Arena'daki her karşılaşmaya sadece Alman futbolseverler değil, dünyanın birçok yerinden gelen futbolsever turistler de yoğun ilgi göstermektedir.



Şirket Değeri	1.1 milyar €
Toplam Piyasa Değeri	749 milyon €
Forma Sponsor Geliri*	2.7 milyar €
Ana Sponsorluk Geliri*	506 milyon €
Maç Günü Gelirleri	60 milyon € (Adidas)
Ticari Gelirler	10 milyon € (Puma)
Naklen Yayın Gelirleri	30 milyon € (T Mobile)
Toplam Gelir	26,7 milyon € (Evonik)
	103,8 milyon €
	57,1 milyon €
	176,7 milyon €
	122,3 milyon €
	348,7 milyon €
	137,8 milyon €
	750,4 milyon €
	376 milyon €



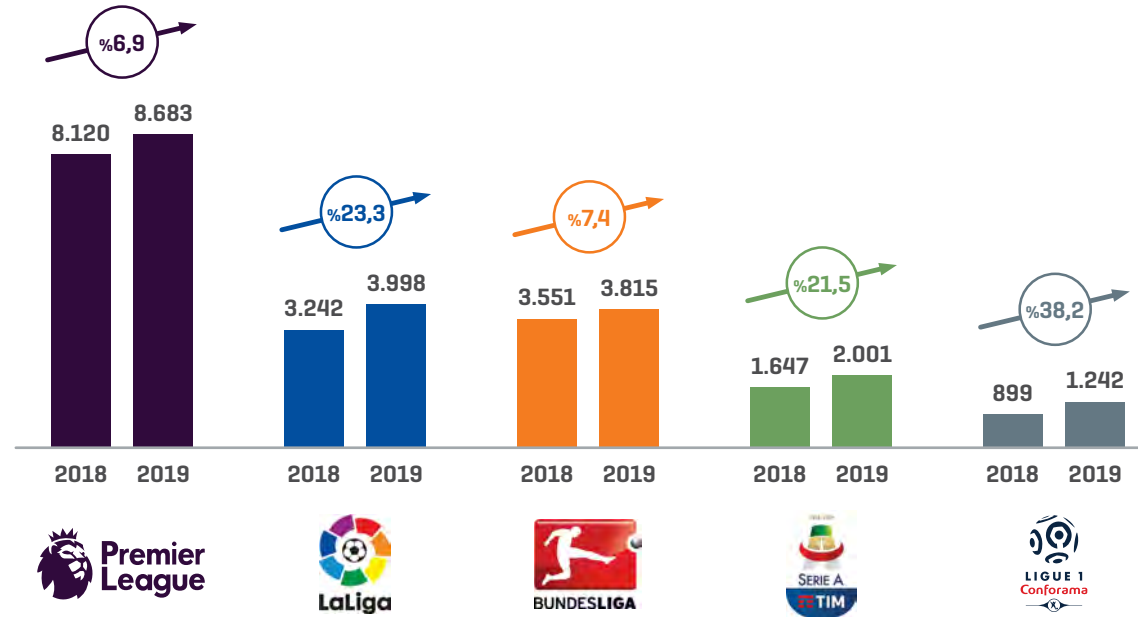
* Forma sponsor gelirleri ve ana sponsorluk gelirleri kulüplerin ticari gelirlerin içine dahildir.

Avrupa'nın 5 Büyük Ligi ve Marka Değerleri

Günümüz futbolunda liglerin ve kulüplerin uzun vadeli başarı göstergelerinden biri de marka değerleridir. Sürdürülebilir finansal getiri açısından da bir anlamda referans niteliği taşıyan marka değerleri, başta yatırımcı ilişkileri ve sponsorluk süreçleri olmak üzere her türlü ticari faaliyet açısından büyük önem arz etmektedir.

Avrupa'nın 5 büyük liginin son iki yıldaki marka değerleri*

- Milyon € -



Premier Lig, Avrupa futboluna yön veren 5 büyük lig arasında uzun yıllardır marka değeri en yüksek olan ligdir. 2019 yılında marka değerini, %6,9 oranında artıran İngiliz ligi, 8,6 milyar Euro'luk marka değerine ulaşırken, 5 büyük lig içerisindeki liderliğini de devam ettirmiştir.

Son yıllarda gerçekleştirdiği atılımlarla hem sportif hem de finansal anlamda dikkat çeken La Liga, marka değer tablosunda da yükselişe geçen liglerden biridir. 2018 yılında marka değeri 3,2 milyar olan La Liga'nın 2019 yılında marka değeri %23,3 oranında artarak 3,9 milyar Euro'ya ulaşmıştır. Brand Finance'in 2019 yılında yayınladığı 50 değerli futbol markası listesinde İspanya'dan 7 kulüp yer alırken, listenin ilk 3 sırasındaki 2 kulüp de La Liga temsilcisidir.

* Brand Finance 2019

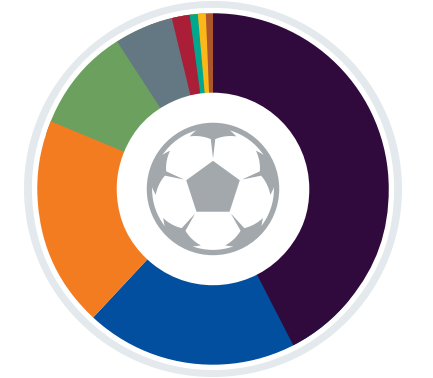


Dünyanın en değerli futbol markası: Real Madrid

4,2 milyar Euro'luk şirket değeri ve 2018-2019 sezonunda elde ettiği 757,3 milyon Euro gelir ile global futbol endüstrisinin en güçlü aktörlerinden biri olan Real Madrid, 2019 yılındaki marka değeriyle de dünya futbolunun zirvesine yerleşmiştir.

Dünyanın değerli 50 futbol markasının ülkesel bazda toplam marka değerleri, yüzdesel oranları

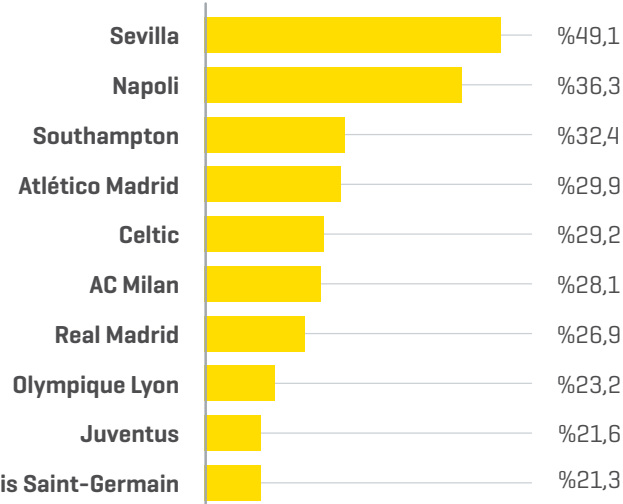
	Marka Değeri (Milyon €)	Yüzdesel Oran
İngiltere	8.684	%42,7
İspanya	3.998	%19,7
Almanya	3.815	%18,8
İtalya	2.001	%9,8
Fransa	1.242	%6,1
Hollanda	169	%0,9
İskoçya	146	%0,7
Portekiz	142	%0,7
Rusya	116	%0,6
Toplam	20.313	%100



Dünyanın en değerli 50 futbol markasının marka değerleri toplamı 2019 yılında 20,3 milyar Euro'ya ulaşırken, bu rakamın 19,7 milyar Euro'su 5 büyük ligde mücadele eden kulüplerin marka değerlerine tekabül etmektedir. Diğer bir ifadeyle, dünyanın en değerli 50 futbol markasının toplam değerinin %97,1'i, 5 büyük Avrupa ligi temsilcisine, %2,9'u ise diğer Avrupa liglerinde yer alan kulüplere aittir.

* KPMG, The European Elite 2019

Marka değerini yüzdesel oranda en fazla artıran kulüpler



Marka değerini parasal oranda en fazla artıran kulüpler



En değerli 10 futbol markası ve son 2 yıldaki marka değerleri*

1		↑ %26,9	2019: 1.646m € 2018: 1.297m €	6		↑ %20	2019: 1.191m € 2018: 992m €
2		↓ %5,8	2019: 1.472m € 2018: 1.562m €	7		↓ %1,8	2019: 968m € 2018: 985m €
3		↑ %11,8	2019: 1.393m € 2018: 1.246m €	8		↑ %21,3	2019: 914m € 2018: 753m €
4		↑ %13,3	2019: 1.314m € 2018: 1.159m €	9		↓ %0,8	2019: 885m € 2018: 893m €
5		↑ %14,4	2019: 1.255m € 2018: 1.097m €	10		↑ %20,4	2019: 758m € 2018: 630m €

* Brand Finance 2019



Liverpool, son 10 yılda marka değerini 8 katına çıkardı

2019 UEFA Şampiyonlar Ligi ve UEFA Süper Kupa Şampiyonu Liverpool'un bundan 10 yıl önce marka değeri sadece 149 milyon Euro iken bugün 1,1 milyar Euro'yu geçmiştir.



MAÇ GÜNÜ GELİRLERİ



Maç Günü Gelirleri

Spor, eğlence ve endüstriyel sanayinin dijital teknolojilerle buluşma noktası olan modern ve akıllı stadyumlar, futbol kulüplerinin de en büyük gelir kaynağıdır. Ulaşım imkanı ve konfordan öte artık taraftarlara sunulan ürün ve hizmetlerin kalitesine, farklı içerik ve uygulamalara, maç günü dışındaki zamanlardaki ayrıcalıklarla birbiriyle yarışan stadyumlar, bugün sadece futbolun değil, spor endüstrisinin de mihenk taşlarıdır. Amerika'da NFL maçlarının oynandığı dev stadyumlar da buna örnektir. Bu stadyumlar, bir adım öteye de giderek sadece sporseverlere sundukları hizmet kalitesi ile değil, sürdürülebilirlik, çevreye duyarlılık konusunda da rekabet halindedir.



Dünyanın en büyük teknoloji firmalarının altyapı işbirliği ile inşaa edilen San Francisco 49ers'ın ev sahibi olduğu Levi's Stadyumu'nda, seyirciler mobil uygulamaları ile oturdukları yerden yemek siparişi verebilmekte, otopark veya tuvaletlerdeki sıraları görebilmektedir. Stadyumun en büyük özelliklerinden birisi de satın alma politikasının sürdürülebilirlik üzerine kurulmuş olmasıdır. Stadyumda kullanılan ürünlerin %86'sı geri dönüştürülmektedir. Stadyum yönetimi, yerel üreticileri desteklemek adına stadın gıda alışverişlerinin %78'ini stadyuma 150 mil yakındaki üreticilerden temin etmektedir.



Spor endüstrisinin en büyük stadyum isim sponsorluğu anlaşmalarından biri olan Mercedes-Benz Arena (2015-2043 yılları arasında toplam 639 milyon Dolar), ortalama bir stadyumdan %30 daha az enerji tüketirken, depoladığı sular ile %47 daha az su tüketimi sağlamaktadır. Stadyumda elektrikli araçların maç esnasında şarj edilebilmesi bile düşünülmüştür.

Amerikan futbolu, beyzbol, buz hokeyi, basketbol, futbol gibi farklı birçok sporun birbirine yakın ölçüde popüler olduğu ABD'de stadyumlar sportif rekabetten çok eğlence ve tüketim kültürüne odaklandığı için daha farklı bir endüstriyel nitelikte iken, Avrupa Kıtası'ndaki stadyumlar futbolun karakteristik özellikleri ve rekabetçi dengesi üzerine kodlanarak kurgulanmışlardır. Bu yüzden ABD'deki stadyumlarda ticari iş birliği yapılan markaların daha çok ön planda olduğu görülmektedir.



Avrupa futbolundaki finansal rekabette, kulüplerin maç günü gelirlerini stadyumlardaki farklı yatırımlarla artırma yoluna giderek birbirleriyle yarıştıkları bir gerçektir. Tottenham'ın 1 milyar Pound'a mal olan yeni stadı buna verilebilecek en yakın zamanlı örneklerden biridir.

İngiliz ekibinin yeni stadı yılda birkaç kez Amerikan futbolu maçlarına da ev sahipliği yapabilecek şekilde inşa edilmiştir. Saha 25 dakikada geri çekilebilmekte, yerini Amerikan futbolunun oynanabileceği bir zemine bırakmaktadır. Bütün bu altyapı, İngiliz kulübünün NFL ile 2015'ten bu yana yürüttüğü ticari iş birliğinin de bir yansımasıdır.



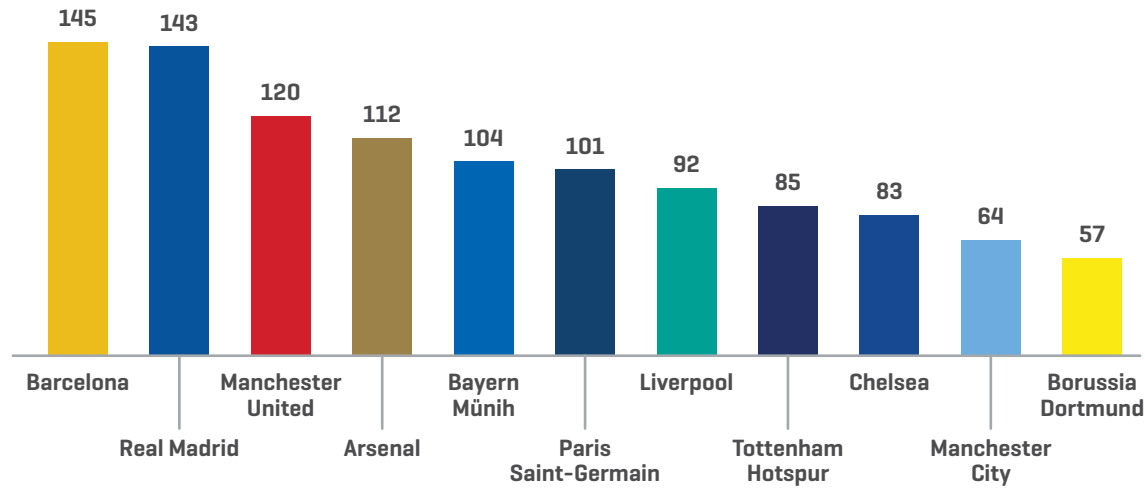
NFL maç paketleri 249 ile 799 Pound arasında

Tottenham, yeni stadında oynanacak NFL maçları için futbolseverlere 8 farklı ağırlama paketi satışa sunmuştur. Bu paketlerin fiyatları maç biletlerinin konumları, sunulan ikram ve hizmetlere göre 249 Pound ile 799 Pound arasında değişmektedir.

2017-2018 futbol sezonunda Avrupa liglerinde 100 milyon kişi stadyumlarda maç seyrederken, seyirci sayısındaki artış 2018-2019 futbol sezonunda da devam etmiş, bu artış kulüplerin maç günü gelirlerinin yükselmesini de beraberinde getirmiştir.

Avrupa futbolunda en fazla maç günü geliri elde eden futbol kulüpleri

- Milyon € -



2018-2019 futbol sezonunda Avrupa kulüpleri içerisinde, lig maçlarındaki toplam seyirci sayısında 1 milyon barajını geçen 14 futbol kulübü olurken, Barcelona 1.428.956 kişi ile bu kulüpler arasında ilk sırada yer almıştır. Lig maçlarında ortalama bilet fiyatı 90 Euro olan Katalan ekibinin, Real Madrid ile olan lig maçındaki VIP koltuklarının satış fiyatları ise 750-900 Euro arasında değişmektedir.

2018-2019 futbol sezonunda toplam seyirci sayısında 1 milyon barajını geçen Avrupa kulüpleri ve seyirci ortalamaları

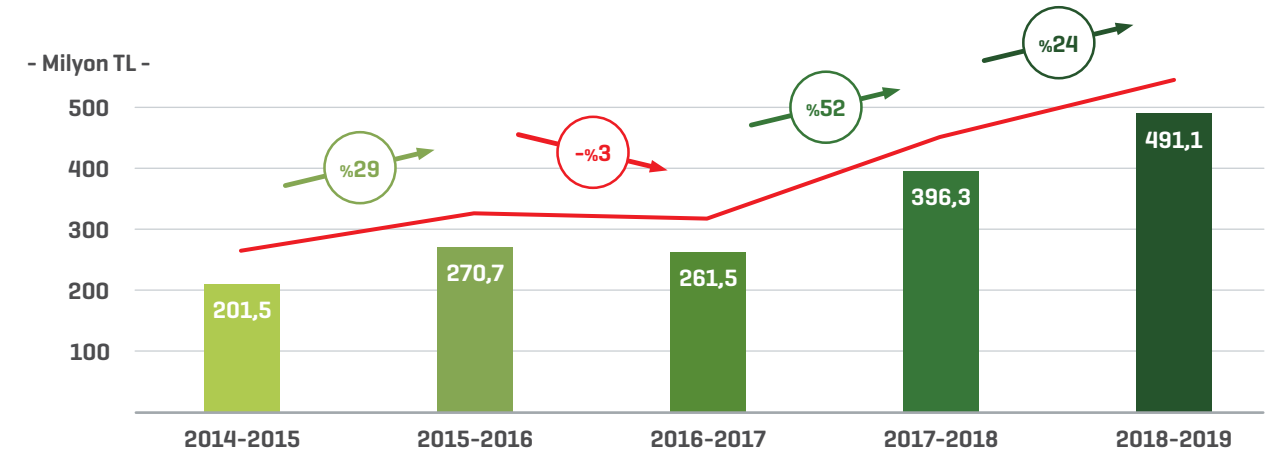


2008-2009 ile 2018-2019 futbol sezonları arasında UEFA bünyesindeki 53 futbol liginde **1,1 milyar futbolsever** stadyumlarda maç izlemiştir.

Son 2 sezonda Avrupa'nın en fazla seyirci ortalamasına sahip ligleri

	2017-2018 Sezonu Seyirci Ortalaması	2018-2019 Sezonu Seyirci Ortalaması	Seyirci Ortalaması Değişim Oranı	Ortalama Stadyum Kapasitesi	Kapasiteye Göre Doluluk Oranı
 Bundesliga	44.646	43.449	-%3	48.696	%89
 Premier Lig	38.297	38.168	-	39.434	%97
 La Liga	26.939	26.843	-	36.348	%74
 Serie A	24.767	25.237	%2	40.055	%62
 Ligue 1	22.524	22.799	%1	32.710	%70
 Hollanda Eredivisie	19.001	17.964	-%5	20.829	%86
 Rusya PL	13.956	16.801	%20	31.988	%53
 Süper Lig	12.821	13.939	%9	28.146	%50
 Portekiz PL	11.967	11.639	-%3	22.598	%52

Süper Lig'in 2014-2015 ile 2018-2019 futbol sezonları arasındaki maç günü gelirleri



2017-2018 sezonunda, bilet ve sezonluk kombineler, VIP koltuklar ve loca satışlarından 396,3 milyon TL kazanan Süper Lig kulüpleri, 2018-2019 futbol sezonunda maç günü gelirlerini %24 oranında artırarak 491,1 milyon TL'ye çıkarmıştır.



Rusya Premier Ligi yükselişte

2018 Dünya Kupası'na yaptığı ev sahipliğinin ardından futbolsever turistlerin de ilgisini çekmeye başlayan Rusya Premier Ligi, 2017-2018 sezonunda 13.956 olan seyirci ortalamasını, 2018-2019 sezonunda %20'lik artışla 16.801'e yükselterek Avrupa ligleri arasında seyirci ortalamasını en fazla artıran futbol ligi olmuştur.

2018-2019 futbol sezonu sonunda seyirci ortalamasında 13.939'a ulaşan Süper Lig, %9 oranındaki seyirci artışıyla Rusya Premier Ligi'nden sonra Avrupa futbol ligleri arasında seyirci sayısını en fazla oranda artıran lig olmuştur.

4,2 milyon futbolsever stadyumlarda lig maçlarını izledi

2018-2019 futbol sezonunda seyirci ortalaması 14 bin bandına yaklaşan Süper Lig'de, 34 hafta boyunca oynanan 306 karşılaşma tribünlerde 4,2 milyon futbolsever tarafından takip edilmiştir.

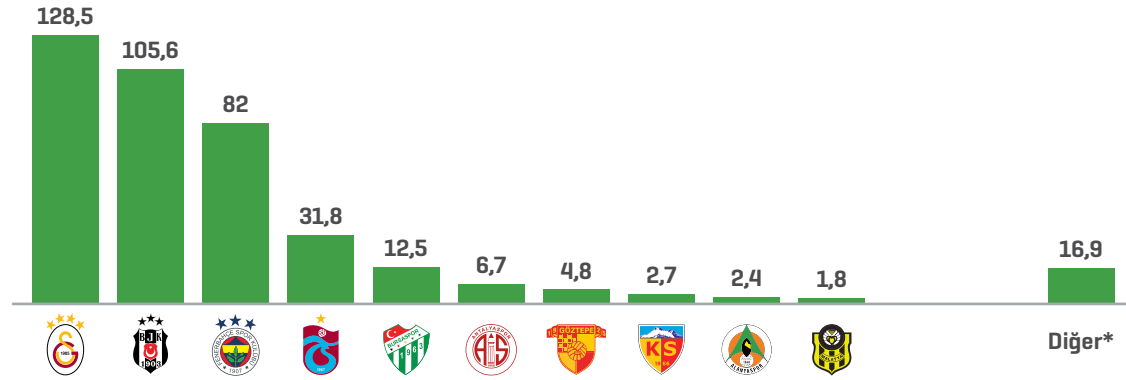
Ligde mücadele eden 18 takımın Ziraat Türkiye Kupası, UEFA Avrupa Ligi ve Şampiyonlar Ligi, hazırlık maçları ve şampiyonluk kutlaması da dahil edildiğinde bu rakam 5,1 milyona ulaşmaktadır.



Son 2 Sezonda Süper Lig'in Maç Günü Gelirleri

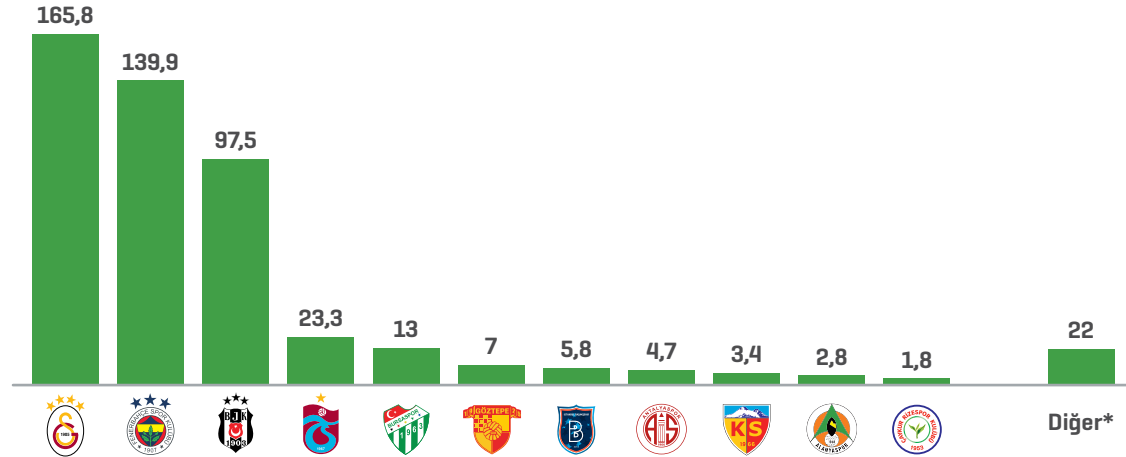
2017-2018 futbol sezonunda maç günü gelirlerini beyan eden Süper Lig takımları ve diğer takımlar

- Milyon TL -



2018-2019 futbol sezonunda maç günü gelirlerini beyan eden Süper Lig takımları ve diğer takımlar

- Milyon TL -



* Süper Lig'de yer alan diğer takımların maç günü gelirleri toplamı

Maç günü gelirlerinin %87'si 4 büyüklerin

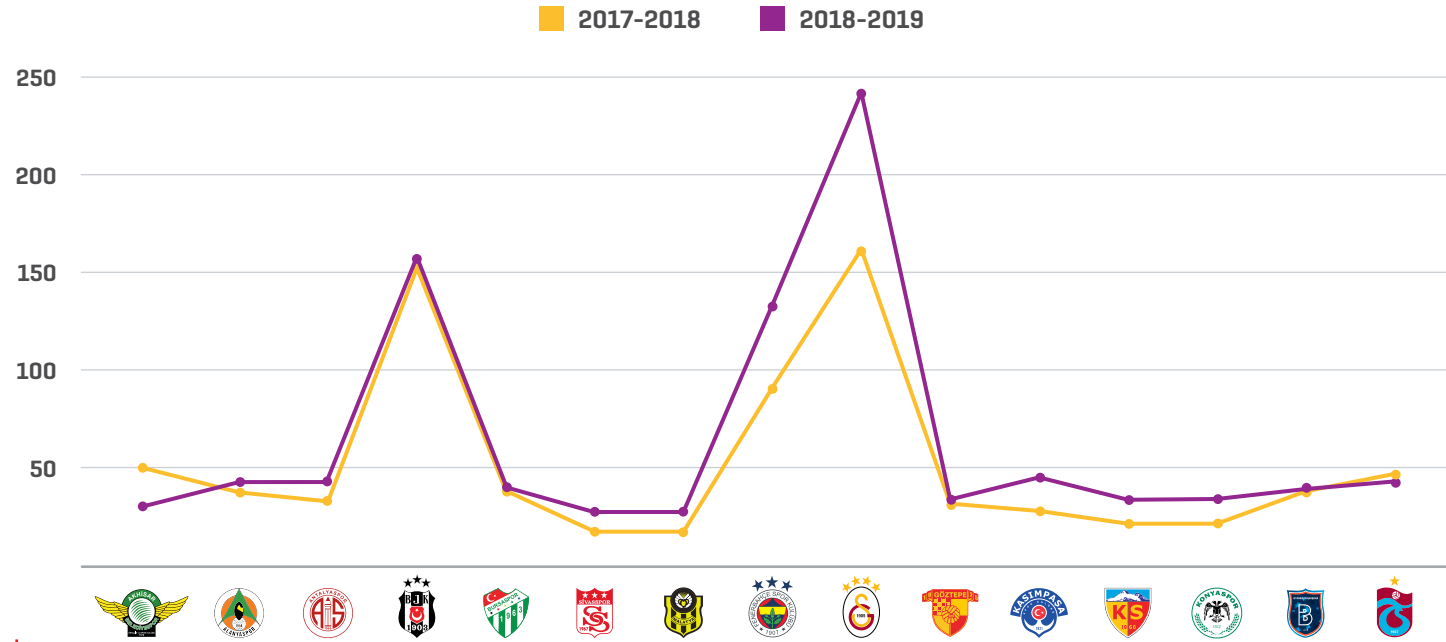
2018-2019 futbol sezonunda, 491,1 milyon TL olan Süper Lig'in toplam maç günü gelirlerinin %87'si 4 büyüklere aittir. 2017-2018 futbol sezonunda olduğu gibi, 2018-2019 futbol sezonunda da ligin en fazla maç günü geliri kazanan takımı Galatasaray, toplam maç günü gelirlerinin %34'ünü oluşturmaktadır.



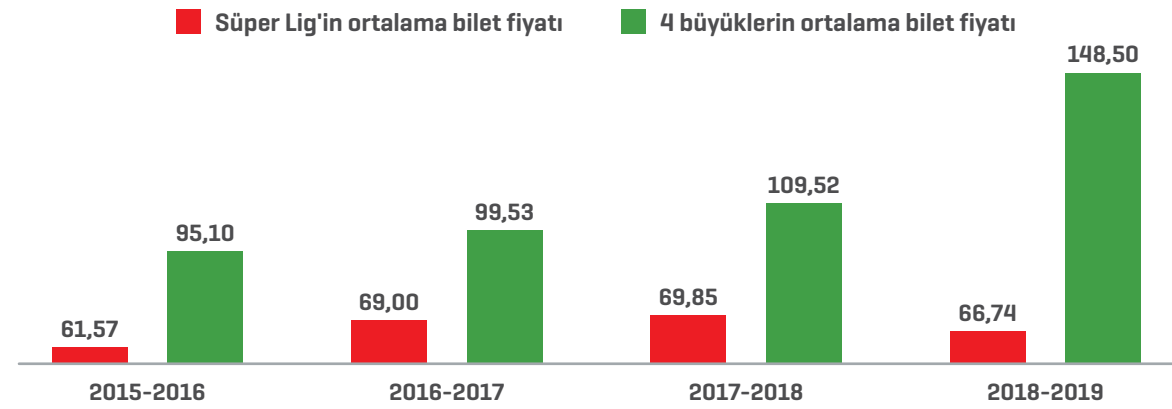
Son 3 sezonun maç günü geliri şampiyonu Galatasaray

Geride bıraktığımız 3 futbol sezonunda maç günü gelirleri toplamı 1,1 milyar TL'yi geçen Süper Lig'de bilet ve kombine satışları, VIP koltuk ve loca satış gelirlerinden en fazla kazanan takım, 357,9 milyon TL gelire Galatasaray olmuştur. Galatasaray'ı, 289,9 milyon TL ile Fenerbahçe takip ederken, Beşiktaş 273,2 milyon TL ile 3. sırada yer almıştır.

2017-2018 ve 2018-2019 futbol sezonlarında Süper Lig'de mücadele eden kulüplerin
bilet başına ortalama gelirleri
- TL -

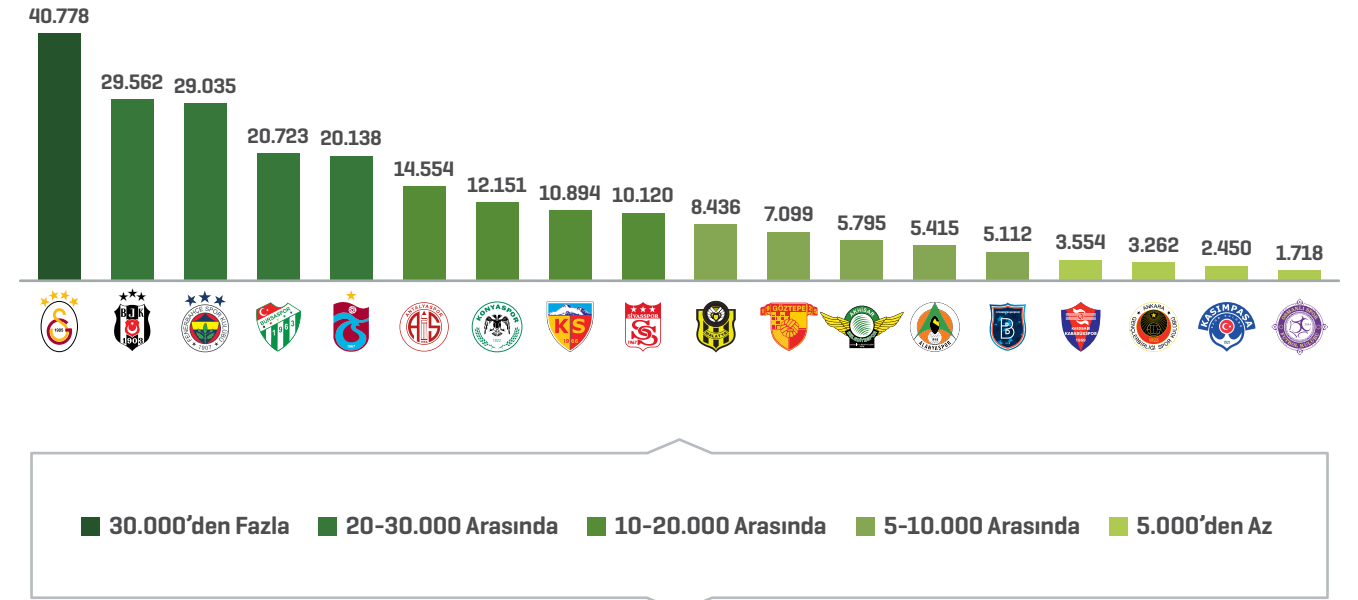


4 büyüklerin ve Süper Lig'deki diğer takımların son 4 sezondaki ortalama bilet fiyatları
- TL -

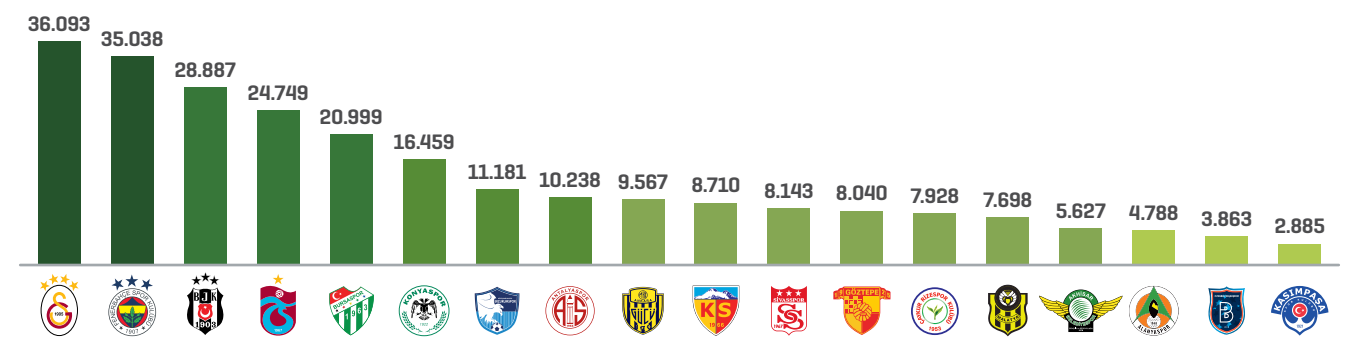


Seyirci Ortalamaları

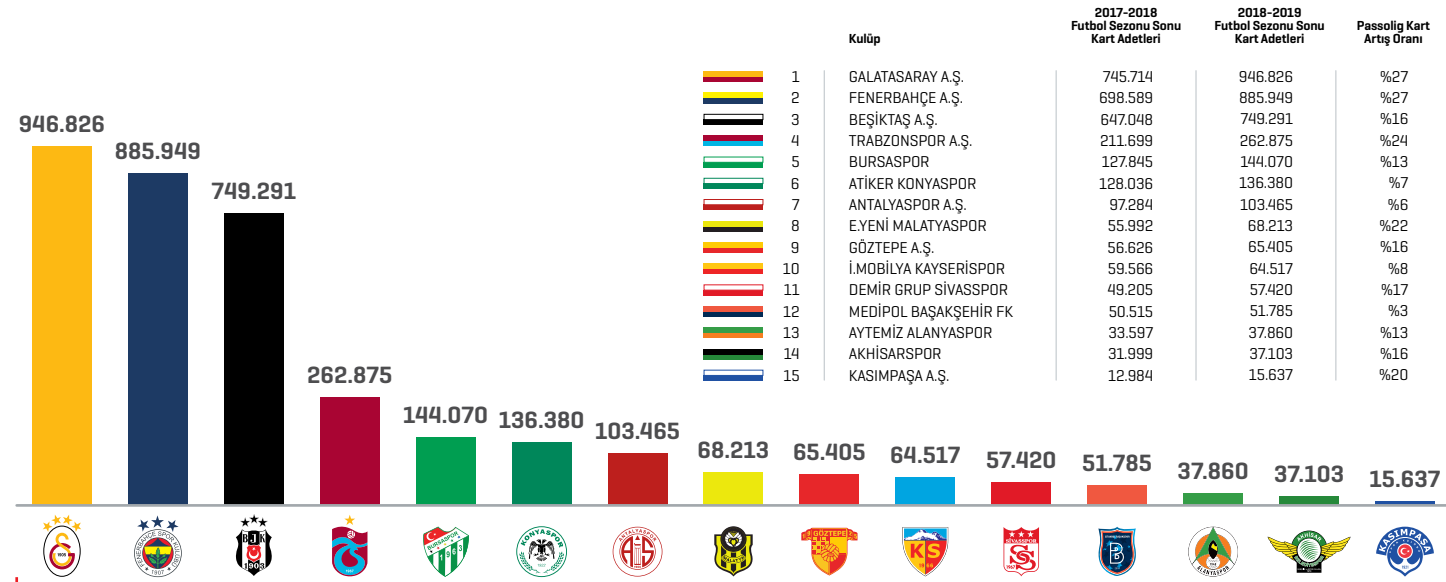
2017-2018 Futbol Sezonu



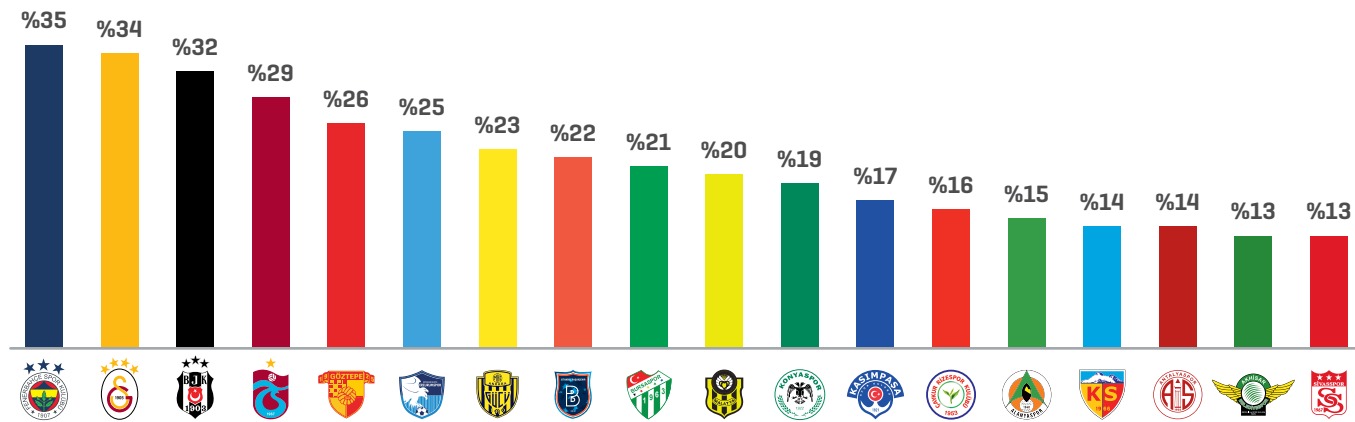
2018-2019 Futbol Sezonu



Son iki sezonda Süper Lig'de yer alan kulüplerin Passolig Kart adetleri



2018-2019 futbol sezonunda Süper Lig takımlarının taraftarlarının Passo Mobil Uygulaması'nı kullanarak cep telefonları ile maçlara giriş oranları



Süper Lig takımlarının 2018-2019 sezonunda toplam 260 bine yakın kombineli tarafı bulunurken, bu sayının %51'i 4 büyüklerin taraftarlarından oluşmaktadır.



2018-2019 sezonunda Süper Lig maçları için satılan 1,5 milyona yakın maç biletinin %77'si www.passo.com.tr web sitesi ve Passo Mobil Uygulaması üzerinden alınmıştır.



Süper Lig kulüpleri arasında sezon boyunca en fazla maç biletini sırasıyla Trabzonspor, Büyükşehir Belediye Erzurumspor ve Beşiktaş kulüpleri satmıştır.



2017-2018 sezonu ile kıyaslandığında, 4 büyüklerden Beşiktaş ve Galatasaray'ın seyirci ortalaması azalırken, Trabzonspor'un %24, Fenerbahçe'nin ise %21 oranında yükselmiştir.

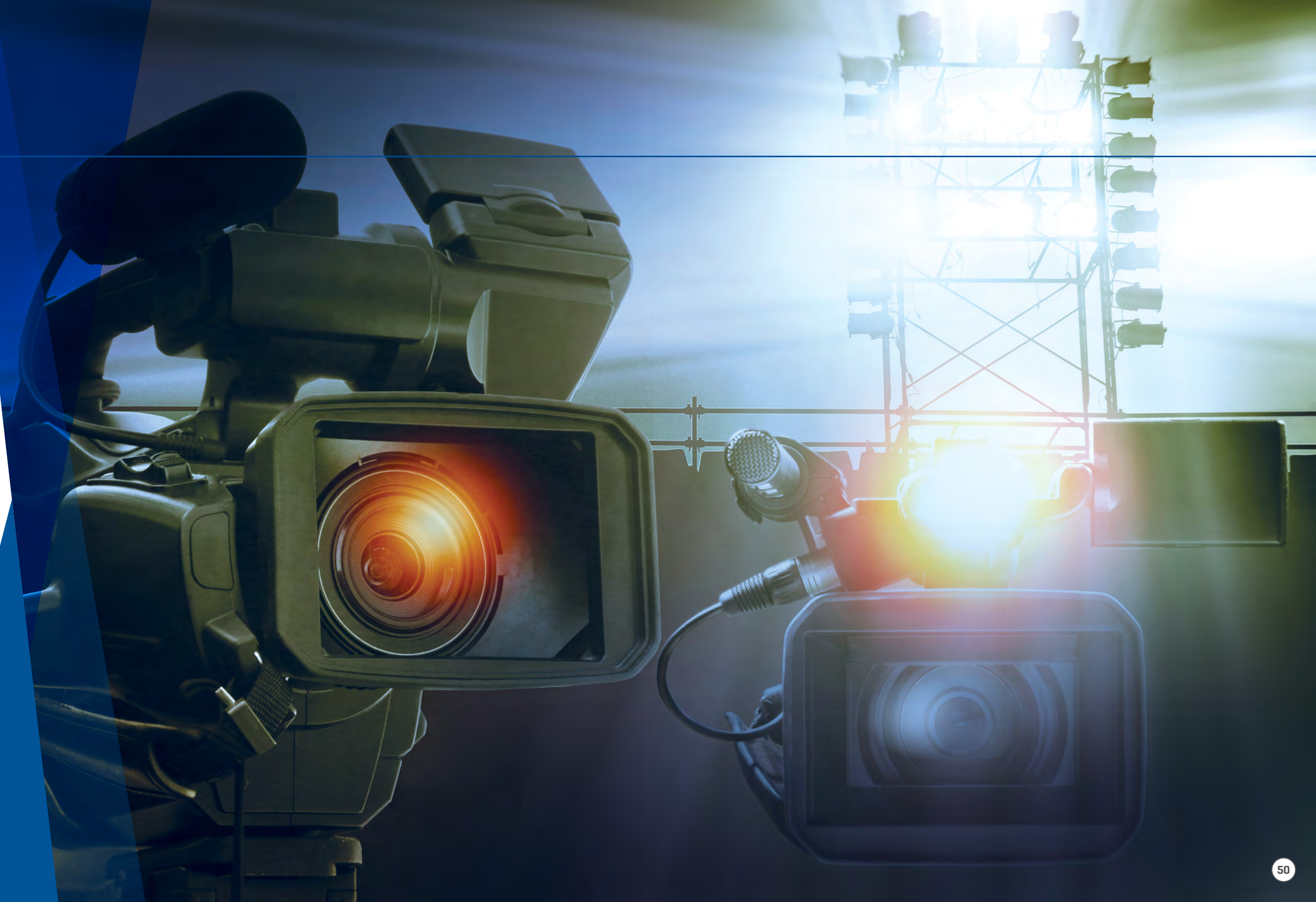


2017-2018 futbol sezonunda 3,9 milyon olan Passolig Kart sahibi taraftar sayısı, 2018-2019 sezonu sonunda 4,6 milyonu geride bırakmıştır.



Sezon boyunca www.passo.com.tr web sitesi ve Passo Mobil Uygulaması üzerinden en fazla oranda bilet satın alanlar %96'lık oran ile Göztepe taraftarları olmuştur.

NAKLEN YAYIN GELİRLERİ



Naklen Yayın Gelirleri

Günümüzde televizyon başta olmak üzere çeşitli internet platformları, dijital ve mobil uygulamalar aracılığıyla yer, mekan ve zaman ayırt etmeksizin dünyanın her yerindeki futbolseverlere aynı anda ulaşabilen futbol müsabakaları, maç öncesi ve sonrası, reklamları, röportajları, kısacası yayınlanan her anıyla pazarlanabilir ve paraya dönüştürülebilir bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

Futboldaki endüstriyel dönüşüme yön veren faktörlerin başında gelen naklen yayın gelirleri, kulüplerin en önemli gelir kalemlerinden biridir. Avrupa'nın 5 büyük futbol liginin 2018-2019 futbol sezonunda naklen yayın gelirleri 7 milyar Euro'ya ulaşmıştır. Futbol ligleri arasında, naklen yayınlarından en fazla gelir elde eden lig, daha önceki futbol sezonlarında olduğu gibi 2018-2019 futbol sezonunda da Premier Lig olmuştur. İngiliz ligi, yayın gelirlerinden 2,4 milyar Pound kazanmıştır.



Liverpool, şampiyon Manchester City'den daha fazla yayın geliri elde etti

2018-2019 futbol sezonunda Liverpool, 29 lig maçıyla Premier Lig ekiplerinden en fazla canlı yayınlanan maçı olan kulüp ünvanını elde ederken, naklen yayın gelirlerinde de en fazla kazanan takım olmuştur. 26 maçı canlı yayınlanan lig şampiyonu Manchester City, sezon sonunda naklen yayın gelirlerinden 150,9 milyon Pound gelir elde ederken, kırmızı beyazlılar 29 maç ile 152,4 milyon Pound kazanarak, yayın gelirlerinde ligin şampiyonunu geride bırakmıştır.

Premier Lig kulüplerinin 2018-2019 futbol sezonundaki naklen yayın gelirleri*

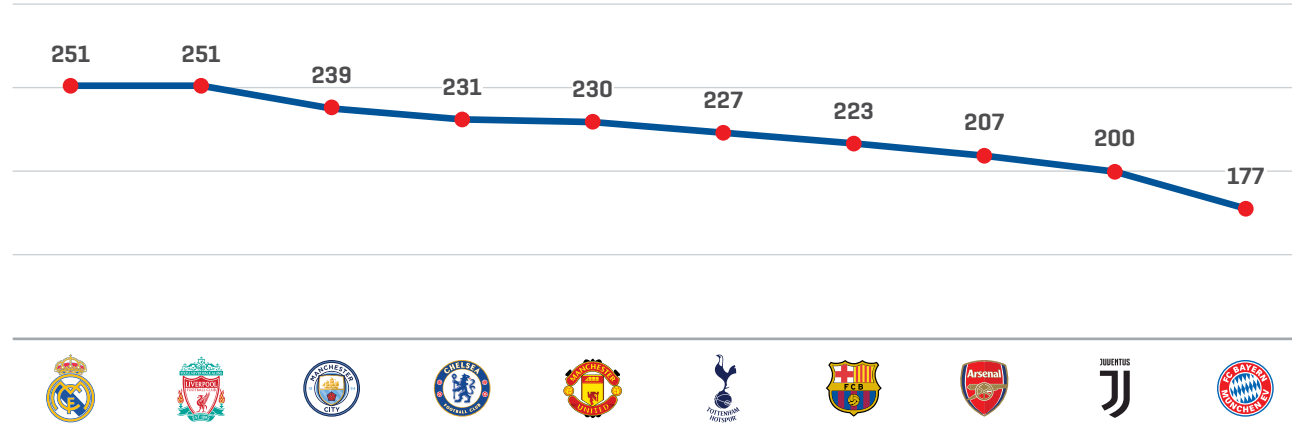
	£	İngiltere Naklen	Eşit Pay	Tesis Ücretleri	Liyakat Geliri	Denizaşırı Yayınlar	Merkezi Reklam	Toplam Gelir
	Manchester City	26	34.361.519	30.104.476	38.370.360	43.184.608	4.965.392	150.986.355
	Liverpool	29	34.361.519	33.461.785	36.451.842	43.184.608	4.965.392	152.425.146
	Chelsea	25	34.361.519	28.985.373	34.533.324	43.184.608	4.965.392	146.030.216
	Tottenham Hotspur	26	34.361.519	30.104.476	32.614.806	43.184.608	4.965.392	145.230.801
	Arsenal	25	34.361.519	28.985.373	30.696.288	43.184.608	4.965.392	142.193.180
	Manchester United	27	34.361.519	31.223.579	28.777.770	43.184.608	4.965.392	142.512.868
	Wolverhampton Wanderers	15	34.361.519	17.794.343	26.859.252	43.184.608	4.965.392	127.165.114
	Everton	18	34.361.519	21.151.652	24.940.734	43.184.608	4.965.392	128.603.905
	Leicester City	15	34.361.519	17.794.343	23.022.216	43.184.608	4.965.392	123.328.078
	West Ham United	16	34.361.519	18.913.446	21.103.698	43.184.608	4.965.392	122.528.663
	Watford	10	34.361.519	12.198.828	19.185.180	43.184.608	4.965.392	113.895.527
	Crystal Palace	12	34.361.519	14.437.034	17.266.662	43.184.608	4.965.392	114.215.215
	Newcastle United	19	34.361.519	22.270.755	15.348.144	43.184.608	4.965.392	120.130.418
	AFC Bournemouth	10	34.361.519	12.198.828	13.429.626	43.184.608	4.965.392	108.139.973
	Burnley	11	34.361.519	13.317.931	11.511.108	43.184.608	4.965.392	107.340.558
	Southampton	10	34.361.519	12.198.828	9.592.590	43.184.608	4.965.392	104.302.937
	Brighton & Hove Albion	13	34.361.519	15.556.137	7.674.072	43.184.608	4.965.392	105.741.728
	Cardiff City	12	34.361.519	14.437.034	5.755.554	43.184.608	4.965.392	102.704.107
	Fulham	13	34.361.519	15.556.137	3.837.036	43.184.608	4.965.392	101.904.692
	Huddersfield Town	10	34.361.519	12.198.828	1.918.518	43.184.608	4.965.392	96.628.865
			687.230.380	402.889.186	402.888.780	863.692.160	99.307.840	2.456.008.346

Dünyanın en zengin 20 futbol kulübünün naklen yayın gelirleri 3,5 milyar Euro

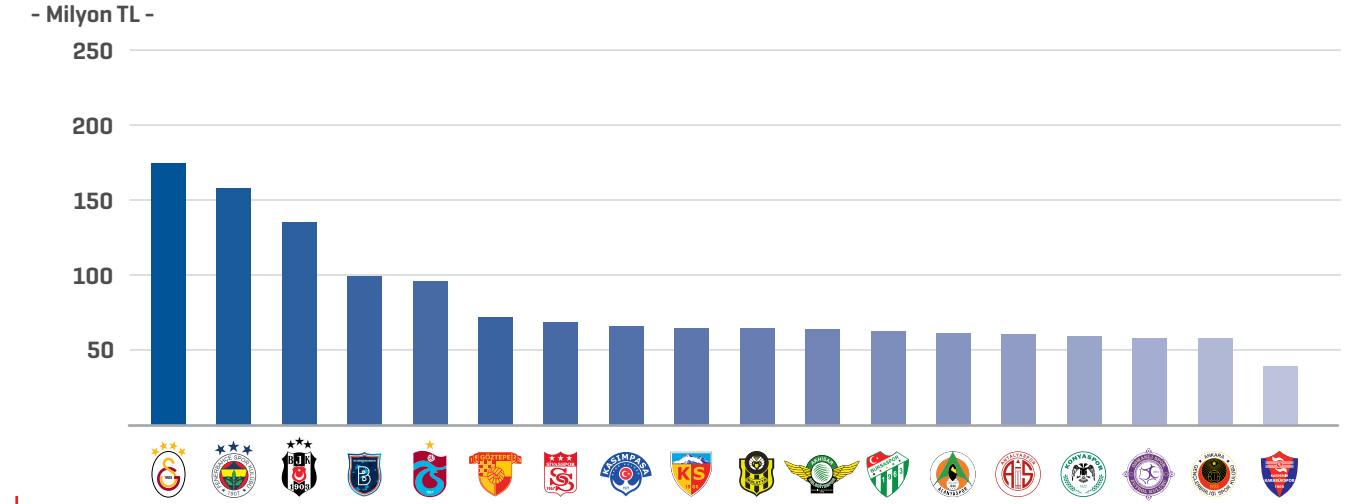
2017-2018 futbol sezonu itibarıyla, toplam gelirleri 8,3 milyar Euro'ya ulaşan dünyanın en zengin 20 futbol kulübünün maç günü, naklen yayın ve ticari gelirlerine bakıldığında, en büyük payın %43'lük oranla yayın gelirlerine ait olduğu görülmektedir. Çoğunluğu Avrupa'nın 5 büyük liginin temsilcileri olmak üzere, dünyanın en fazla gelir elde eden 20 futbol kulübünün naklen yayın gelirlerinin toplamı 3,5 milyar Euro'yu geride bırakırken, en fazla yayın geliri elde eden 10 kulüpten 6'sı Premier Lig'de mücadele etmektedir.

* <https://www.premierleague.com/news/1225126>

2017-2018 futbol sezonunda en fazla naklen yayın geliri elde eden 10 futbol kulübü*
- Milyon € -



Spor Toto Süper Lig'in 2017-2018 Futbol Sezonu Naklen Yayın Gelirleri *



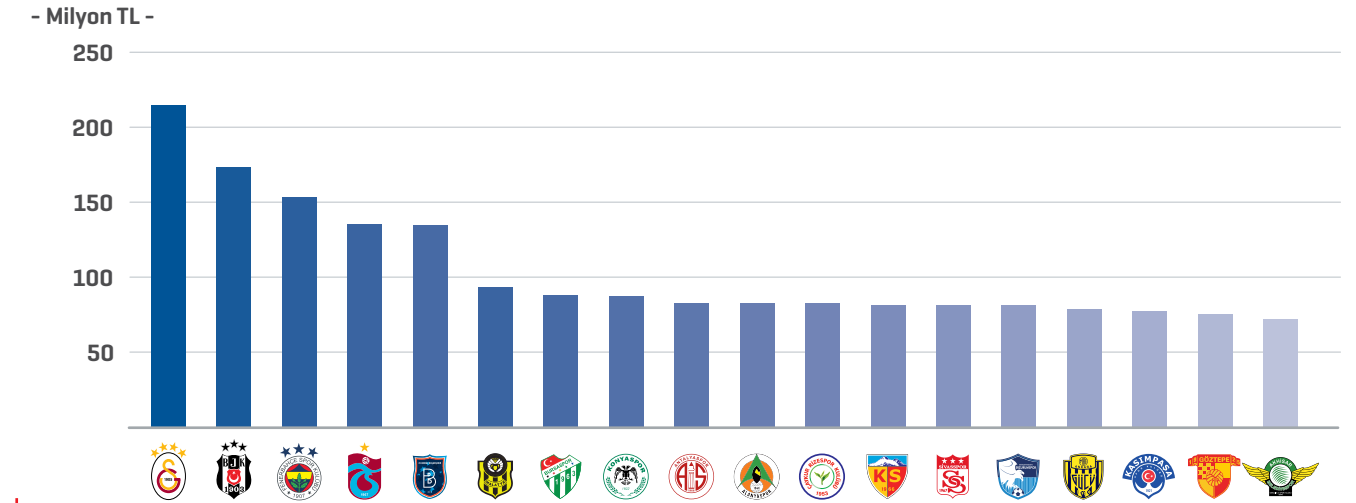
Süper Lig'in yayın gelirleri 1,8 milyar TL'yi geçti

2017-2018 futbol sezonunda 1,4 milyar TL olan Süper Lig'in naklen yayın gelirleri, 26 Mayıs 2019'da oynanan maçlarla tamamlanan 2018-2019 futbol sezonunda 1,8 milyar TL'yi geride bırakmıştır. Sezon sonunda 22. lig şampiyonluğunu yaşayan Galatasaray, Ziraat Türkiye Kupası gelirleri de dahil toplam 231 milyon TL yayın geliri ile 18 kulüp içinde en fazla naklen yayın geliri elde eden takım olmuştur.

18 takımın 38,5 milyon TL "Lige Katılım Ücreti" aldığı 2018-2019 futbol sezonunda takımlar, galibiyet başına 2,8 milyon TL, beraberlik başına ise 1,4 milyon TL kazanmıştır.

* Deloitte Money League Report 2019

Spor Toto Süper Lig'in 2018-2019 Futbol Sezonu Naklen Yayın Gelirleri *



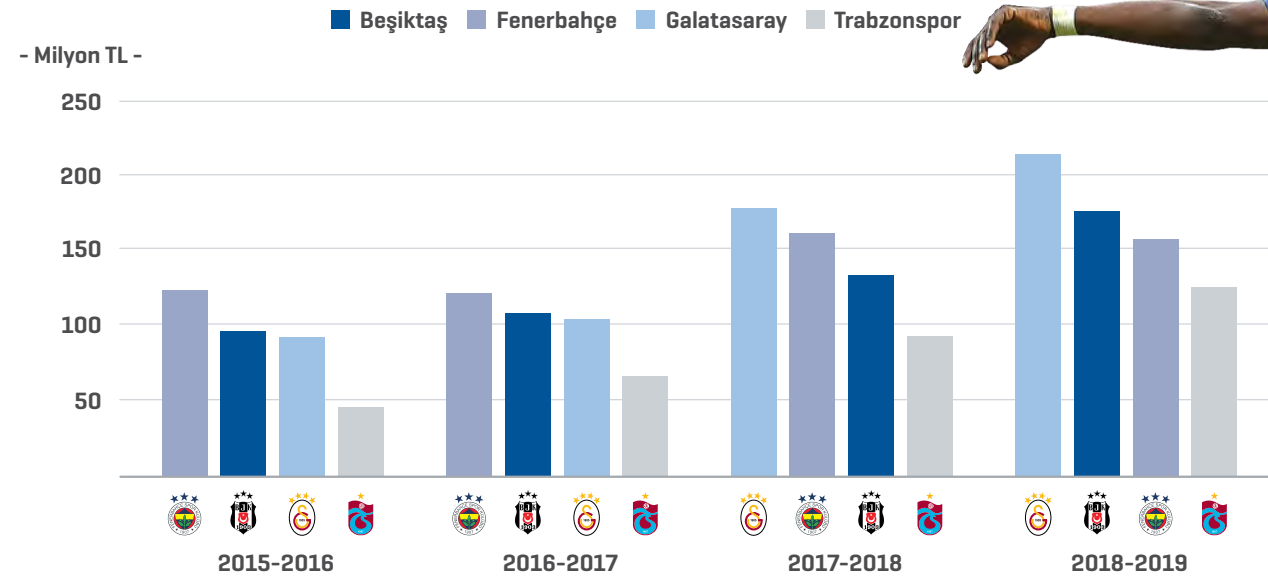
* Ziraat Türkiye Kupası gelirleri hariçtir.

Son beş sezonda Süper Lig'in naklen yayın gelirlerinin gelişimi*
- Bin TL -

	2014-2015 Futbol Sezonu	2015-2016 Futbol Sezonu	2016-2017 Futbol Sezonu	2017-2018 Futbol Sezonu	2018-2019 Futbol Sezonu	Genel Toplam	5 Yıllık Gelişim Oranı
Lige Katılım [Eşit Dağıtılan Tutar]	279.000	324.000	360.000	540.000	693.000	2.196.000	%248
Sportif Performans	347.625	397.850	459.000	673.200	856.800	2.734.475	%246
Sıralama Ödülü	46.500	53.250	59.475	82.000	112.000	353.225	%241
Şampiyonluk Primi	82.940	96.000	109.800	167.400	207.900	664.040	%251
Paraşüt Ödemesi	-	-	12.000	12.000	14.300	38.300	-
	756.065	871.100	1.000.275	1.474.600	1.884.000	5.986.040	%249

Son 5 futbol sezonunda Süper Lig'in yayın gelirleri toplamı 5,9 milyar TL'ye ulaşırken, naklen yayın gelirleri 2018-2019 futbol sezonu itibariyle 5 sezon öncesinin 2,5 katına çıkmıştır.

4 büyüklerin son dört sezondaki naklen yayın gelirleri



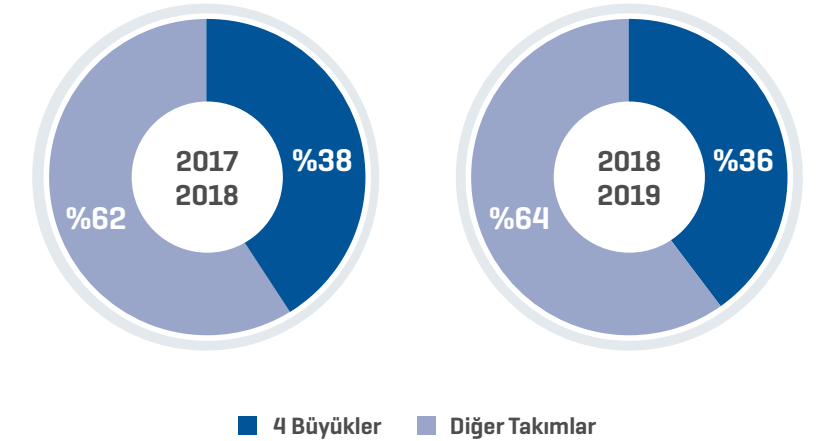
Ortalama yayın geliri 104,6 milyon TL

2017-2018 futbol sezonunda Süper Lig kulüplerinin naklen yayın geliri ortalaması 81,2 milyon TL iken, 2018-2019 futbol sezonunda %29 oranında artışla 104,6 milyon TL'ye yükselmiştir. Bununla birlikte Beşiktaş, Fenerbahçe, Galatasaray, Trabzonspor ve Medipol Başakşehir dışındaki 13 takım, yayın gelirleriyle lig ortalamasının altında kalmıştır. 4 büyüklerin yayın gelirleri çıkarıldığında Süper Lig'in naklen yayın geliri ortalaması ise 86 milyon TL'dir.

4 büyüklerin yayın geliri ortalaması 169,8 milyon TL

4 büyüklerin 2017-2018 futbol sezonunda 139,9 milyon TL olan naklen yayın gelirleri ortalaması, 2018-2019 futbol sezonunda 169,8 milyon TL'ye yükselmiştir. 4 takımın yayın gelirleri toplamı 679,4 milyon TL olurken, Süper Lig'in yayın gelirleri pastasının da %36'sını oluşturmaktadır.

Son iki sezonda 4 büyüklerin ve diğer kulüplerin Süper Lig'in naklen yayın gelirlerindeki yüzdesel payı



Küme düşen 3 takıma 4,8 milyon TL Paraşüt Ödemesi

2018-2019 sezonunda Süper Lig'i son 3 sırada bitirerek TFF 1. Lig'e düşen Bursaspor, Büyükşehir Belediye Erzurumspor ve Akhisarspor'a 4,8'er milyon TL paraşüt ödemesi yapılmıştır.*

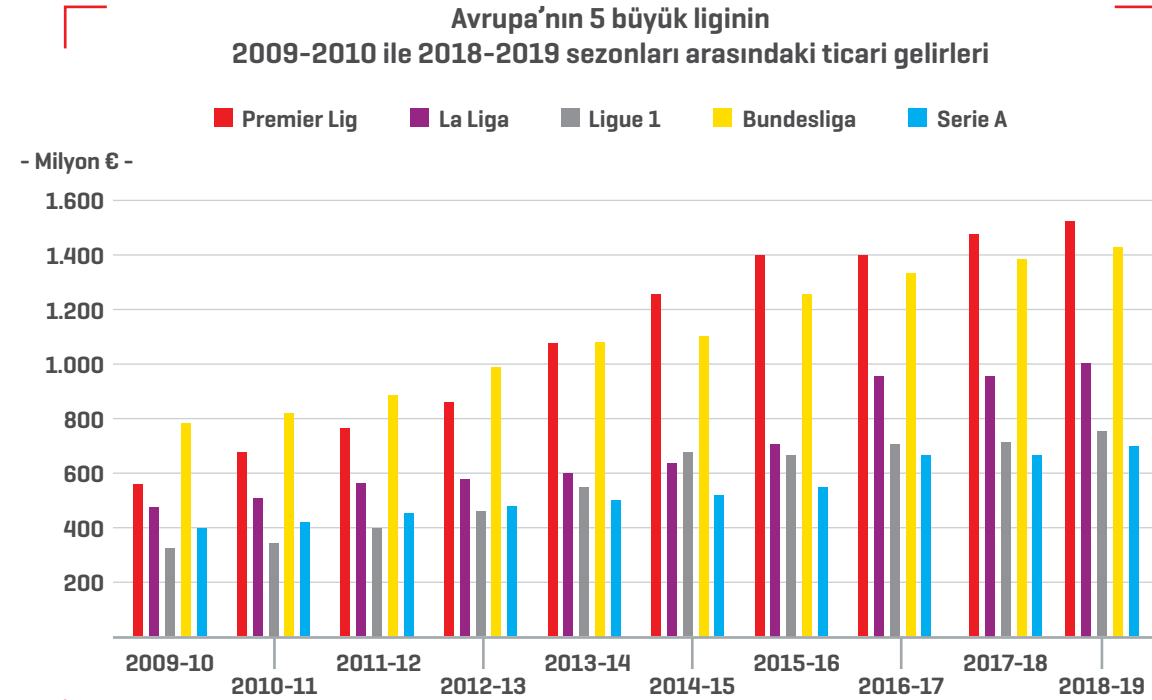
* Tuğrul Akşar, "Süper Lig Servet Dağıtmaya Devam Ediyor", www.futbolekonomi.com

TİCARİ GELİRLER



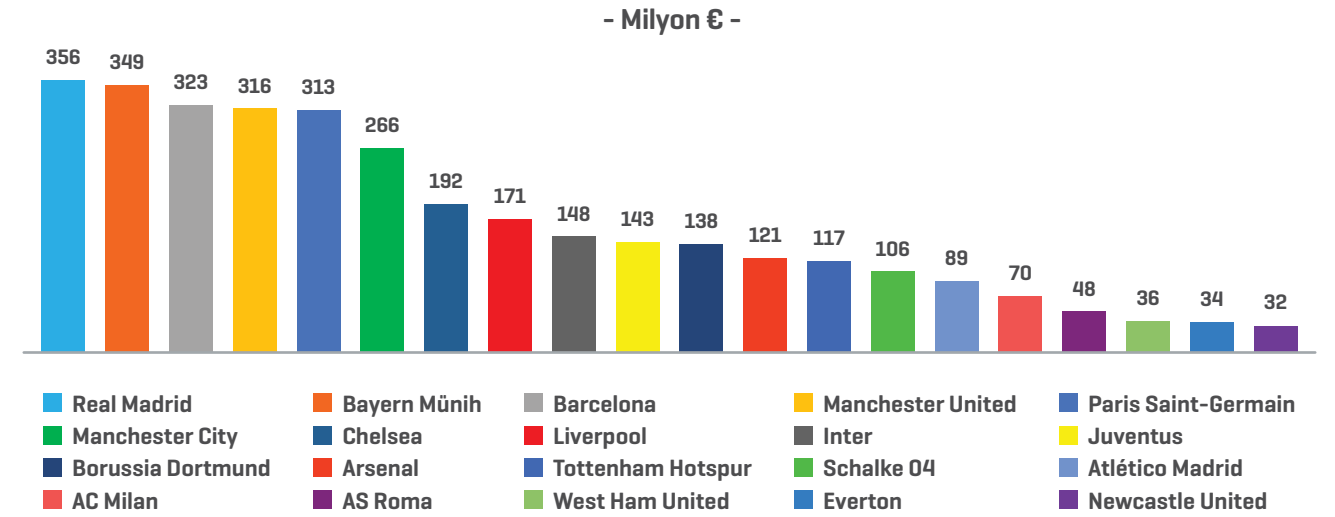
Ticari Gelirler

Futbolun globalleşmesiyle birlikte kulüplerin ekonomilerini güçlendirmek için girdikleri yeni kaynak arayışlarıyla büyük oranda gelir artışı elde ettikleri ticari gelirler, bugün Avrupa futboluna yön veren 5 büyük ligde 5 milyar Euro bandına ulaşmıştır.



Avrupa futbol ekonomisinde maç günü gelirleri ve naklen yayın gelirlerinde olduğu gibi, ticari gelirlerde de uzun yıllardır Premier Lig'in üstünlüğü söz konusudur. Premier Lig ekipleri son 10 yıldır özellikle denizaşırı ülkelerdeki yeni pazarlarda gerçekleştirdikleri sponsorluk, reklam iş birlikleri ve marka ortaklıklarıyla ticari gelirlerinde ciddi bir ivme yakalarken Premier Lig'in ticari gelirleri de 1,5 milyar Euro'ya ulaşmıştır. 2018-2019 futbol sezonu verilerine göre, Premier Lig'i ticari gelirlerde Bundesliga takip ederken, La Liga 3. sırada, Ligue 1 4. sırada, Serie A ise 5. sırada yer almaktadır.

2017-2018 futbol sezonunda en fazla gelir elde eden 20 futbol kulübünün ticari gelirleri*



2017-2018 futbol sezonunda dünyanın en zengin 20 futbol kulübünün ticari gelirleri toplamı 3,3 milyar Euro'ya ulaşırken, bu tutar 20 takımın toplam geliri olan 16,6 milyar Euro'nun da %20'sine denk gelmektedir. 750,9 milyon Euro geliri ile 4 yıldır Manchester United'ın sahip olduğu dünyanın en zengin kulübü ünvanını kırmızı şeytanların elinden alan Real Madrid, ticari gelirler sıralamasında 356 milyon Euro ile Avrupa futbol kulüpleri arasında birinci olmuştur.



17 mağaza, 12 milyon ziyaretçi

Real Madrid'in forma ve sportif ekipman üreticisi Adidas ortaklığı ile işlettiği 17 lisanslı ürün satış mağazasını 2017-2018 ve 2018-2019 futbol sezonlarında 12 milyondan fazla kişi ziyaret etmiştir.

* Deloitte Football Money League 2019

Juventus'ta Cristiano Ronaldo etkisi

Geçtiğimiz sezon ticari gelirlerini en fazla artıran Avrupa kulüplerinden biri de Juventus olmuştur. Bir önceki sezona göre ticari gelirleri %49 oranında artışla 114,4 milyon Euro'dan 170,8 milyon Euro'ya çıkan siyah beyazlılar, Deloitte Para Ligi'nde de 10. sıradan 7. sıraya yükselmiştir.

Juventus'un reklam ve sponsorluk gelirlerindeki artışta Serie A'da üst üste elde ettiği 8. lig şampiyonluğu ile tescillediği sportif başarısının yanı sıra, Temmuz 2018'de renklerine bağladığı dünyaca ünlü futbol yıldızı Cristiano Ronaldo'nun da büyük etkisi bulunmaktadır. Portekizli futbolcunun transferiyle birlikte ilk 24 saat içinde 600.000'e yakın forma satışı gerçekleştiren kulübün lisanslı ürün satışlarında da sezon boyunca %15 oranında bir artış olmuştur.



Sadece sahada değil kasada da kazandırıyor

Ronaldo transferi Juventus'un sadece ticari gelirlerini değil, maç günü gelirlerini de etkilemiştir. Bir önceki sezon Allianz Stadium'daki kombine sayısı 25.300 iken, Ronaldo transferi ile birlikte 2018-2019 futbol sezonunda siyah beyazlıların kombine sahibi taraftar sayısı 30.000'e yaklaşmış, stadyum doluluk oranı da %97'lere ulaşmıştır.

Ronaldo örneğinde olduğu gibi, futbol kulüpleri sadece forma sponsorlukları, reklam ve marka iş birlikleri ile değil, forma satışlarından da kayda değer gelirler elde etmekte, özellikle dünya çapında yıldız oyuncu transfer ettikleri dönemlerde bu gelirlerini en üst seviyelere taşımaktadır. Dünya futboluna yön veren kulüplerin ortalama 2 milyona yakın forma satışı gerçekleştirdiği 2018 yılında, 3,25 milyon ile Manchester United zirvede yer alırken, kırmızı şeytanların en çok forması satılan futbolcusu Alexis Sanchez olmuştur.

2018 yılında en çok forma satan 10 futbol kulübünün forma satış fiyatları ve forma satış adetleri

Kulüp	Forma Sponsoru	Forma Satış Fiyatı (Euro)	Satış Adedi
Manchester United	Adidas	103	3.250.000
Real Madrid	Adidas	126	3.125.000
Bayern Münih	Adidas	100	2.575.000
Barcelona	Nike	109	1.925.000
Liverpool	New Balance	82	1.670.000
Juventus	Adidas	90	1.615.000
Chelsea	Nike	148	1.525.000
Borussia Dortmund	Puma	135	1.205.000
Paris Saint-Germain	Nike	140	1.146.000
Manchester City	Nike	135	1.085.000

En fazla sponsor La Liga'da

2000'li yıllardan itibaren Avrupa futbol pazarı sadece kulüpler açısından değil, ligler bazında da oldukça yüksek reklam ve sponsorluk ücretlerinin döndüğü bir alan haline dönüşmüştür. Bugün Avrupa futboluna yön veren 5 büyük lig içerisinde sayıca en fazla sponsoru olan lig La Liga, en fazla sponsorluk geliri elde eden lig ise Premier Lig'dir.

5 Büyük Avrupa Liginin sponsor sayılarına göre sıralaması





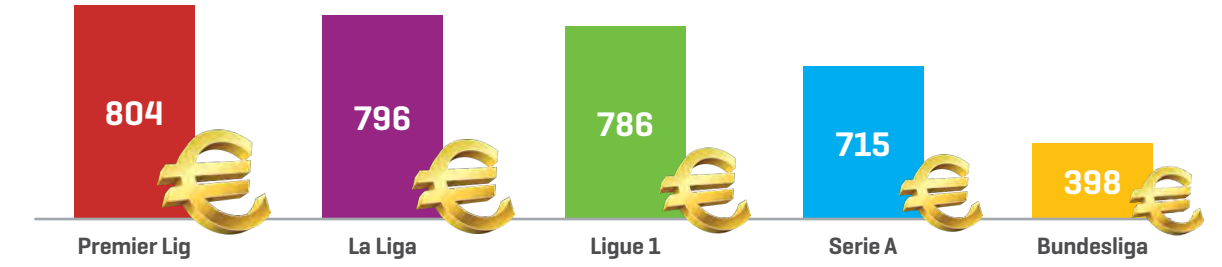
Avrupa'nın en büyük mobilya perakende zincirlerinden biri olan Conforama, Fransa'nın en üst futbol ligi Ligue 1'in 2017 yılında isim sponsoru olmuştur. 2017-2018 futbol sezonunda başlayan ve 2019-2020 futbol sezonu sonuna kadar geçerli olacak sponsorluk sözleşmesinin bütçesi sezon başına 10 milyon Euro olmak üzere, toplam 30 milyon Euro'dur.



Santander Grubu'nun sahibi olduğu Santander Bank, La Liga'nın 2016 yılından bu yana isim sponsorudur. İspanya merkezli bankanın, 2019-2020 futbol sezonu sonuna kadar devam edecek sponsorluk anlaşması kapsamında La Liga'nın isim sponsorluğu karşılığında ödediği sponsorluk ücreti sezon başına 20 milyon Euro'dur.

Yapılan araştırmalar Avrupa liglerinde en fazla harcama yapan taraftarların Premier Lig taraftarları olduğunu göstermektedir. Premier Lig'i, La Liga ve Ligue 1 taraftarları takip ederken, Serie A taraftarları 4. sırada, Bundesliga taraftarları ise 5. sırada yer almaktadır.

Premier Lig, La Liga, Ligue 1, Serie A ve Bundesliga taraftarlarının destekledikleri kulüpler için bir yılda yaptıkları ortalama harcama miktarları*



Taraftar desteği ve harcama oranları

Taraftarların lisanslı ürün kullanımlarından elde edilen gelirler başta olmak üzere, sadakat programlarından, marka ve lisans haklarından doğan anlaşmalardan vb. ticari ürünlerden elde edilen gelirler de en az sponsorluk gelirleri kadar önemlidir. Teknolojinin ortadan kaldırdığı sınırlarla, dünya genelindeki taraftarlarına farklı platformlar aracılığıyla ulaşabilen kulüpler, sundukları ürün ve hizmetlerle geleneksel taraftarlık anlayışından ziyade "daha çok tüketen ve daha çok harcama yapan" taraftarlık anlayışını benimsemektedir. Bugün her ne kadar endüstriyel futbolun yarattığı yeni taraftarlık anlayışı, tribünlerde müşterilik-seyircilik kavramları ile özdeşleştirilip eleştirilse de taraftarların kulüpleri için yaptığı her harcamanın, kulüplerin saha dışındaki rekabetleri açısından da ciddi bir öneme sahip olduğu bilinen bir gerçektir.

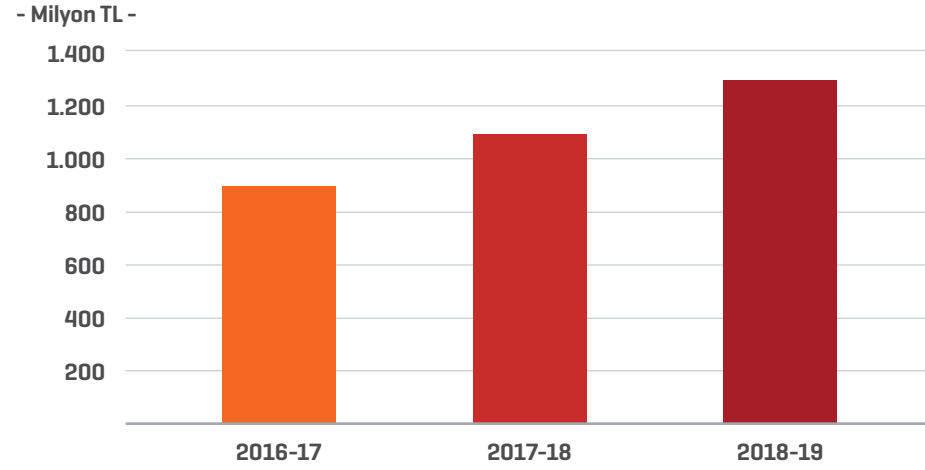


* Statista European Football Benchmark Report

Süper Lig’de Ticari Gelirler

Avrupa futbolunun naklen yayın gelirlerinde 6. büyük futbol ligi olarak gösterilen Süper Lig, son yıllarda ticari gelirlerde de yükselişe geçmiş, 2018-2019 futbol sezonu itibariyle ticari gelirlerini 1,3 milyar TL’nin üzerine çıkarmıştır. Dört büyüklerin toplam 1 milyar TL’lik ticari gelirleri ile domine ettiği Süper Lig’de, 18 takım arasında en fazla kazanan Fenerbahçe olmuştur.

Süper Lig’in son 3 futbol sezonundaki ticari gelirleri toplamı



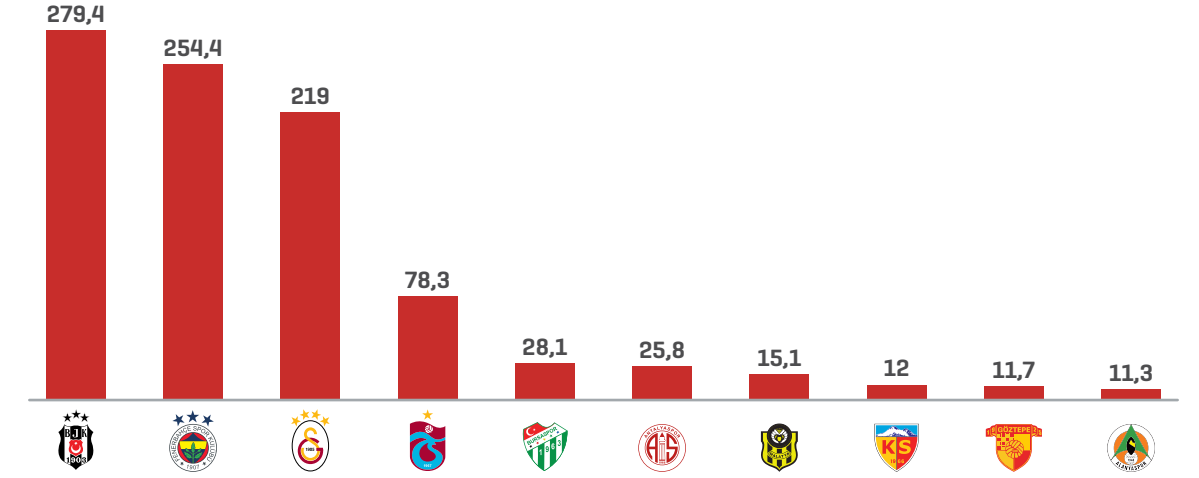
Ticari gelirlerde ligin şampiyonu Fenerbahçe

2017-2018 futbol sezonunda 254,4 milyon TL olan ticari gelirlerini 2018-2019 sezonunda 317,8 milyon TL’ye çıkaran Fenerbahçe, Süper Lig’in en fazla ticari gelir elde eden takımı olmuştur. 2014-2015 ile 2018-2019 futbol sezonları arasında elde ettiği 1 milyar 150 milyon TL’lik ticari gelirle en yakın rakibi Galatasaray’ı 150 milyon TL geride bırakan sarı lacivertliler, son 5 sezonun toplamında da ligin en fazla ticari geliri olan takımıdır.



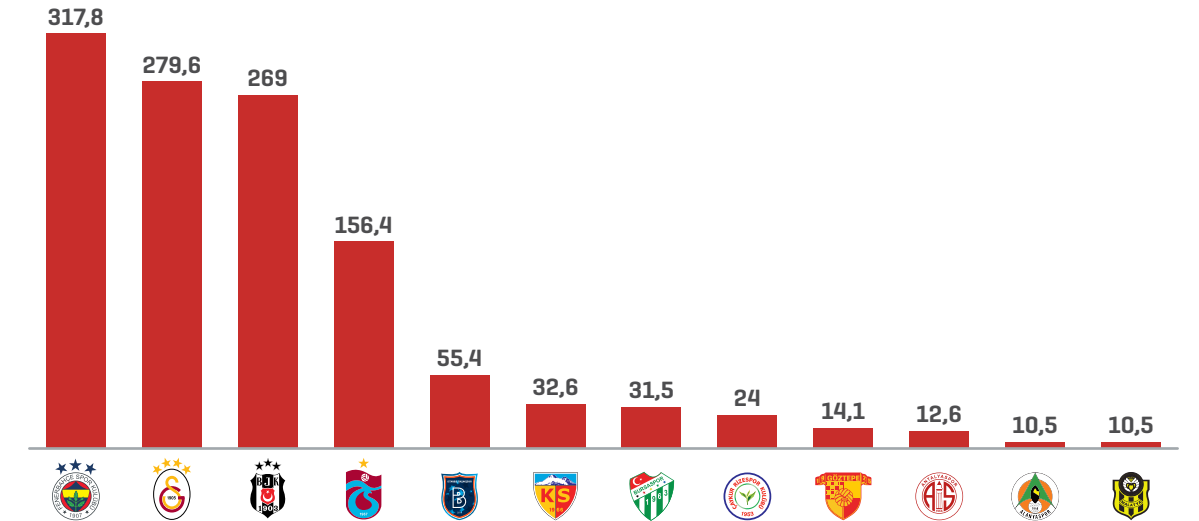
2017-2018 futbol sezonunda ticari gelirlerini beyan eden kulüpler

- Milyon TL -



2018-2019 futbol sezonunda ticari gelirlerini beyan eden kulüpler

- Milyon TL -



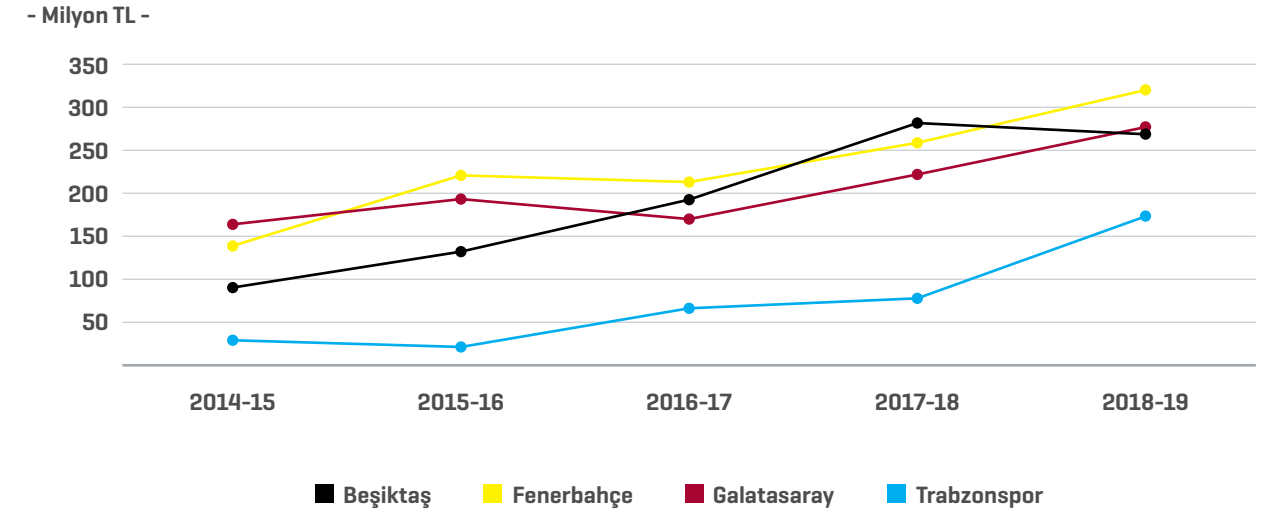
Süper Lig'de en fazla Nike formalı takım var

2018-2019 sezonunda Süper Lig'deki 18 takımın formları 6 farklı spor markası tarafından üretilirken, yüzdesel ağırlıkta Nike'ın öne çıktığı görülmektedir. Ligde mücadele eden 18 takımdan 8'inin formlarını üreten Nike, %44 oranla ilk sırada yer alırken, 3'er takım ile çalışan Adidas ve Macron %17'lik oranla Nike'tan sonra 2. sırada gelmektedir. Bursaspor ve MKE Ankaragücü takımlarının formlarını üreten Puma %11 ile 4. sırada bulunurken, Puma'yı 1'er takım ile çalışan Lotto ve Kappa markaları takip etmektedir.

Süper Lig takımlarının 2018-2019 futbol sezonu forma üreticileri

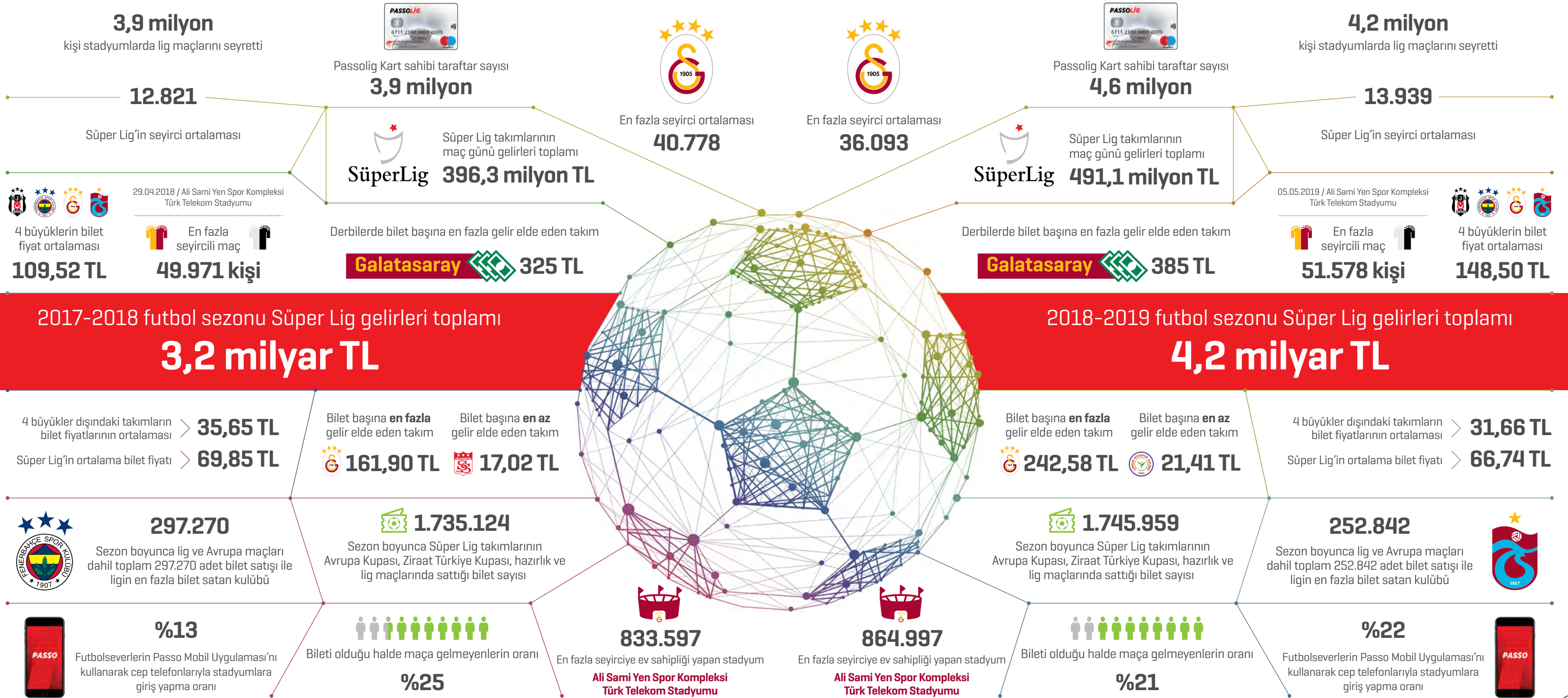


Son 5 futbol sezonunda 4 büyüklerin ticari gelirleri
[Sponsorluk, isim hakkı ve ürün satış gelirleri, Spor Toto hakedişleri]



Rakamlarla 2017-2018 Futbol Sezonu

Rakamlarla 2018-2019 Futbol Sezonu



4 BÜYÜKLER



Beşiktaş A.Ş.

2015-2016 ve 2016-2017 sezonlarında ligdeki ve Avrupa'daki başarı grafiğini finansal tablolara taşıyarak, Süper Lig'in hem saha içinde hem de finansal yarışta en çok kazanan takımı olan Beşiktaş, 2017-2018 sezonu sonunda ligi 4. sırada bitirse de sezon başında UEFA Şampiyonlar Ligi ve Avrupa Ligi'nden elde ettiği 208,2 milyon TL gelirle rakipleri ile olan finansal yarışta büyük bir avantaj elde etmişti. 2017-2018 sezonunda gelirleri toplamı 729,1 milyon TL'ye ulaşan siyah beyazlılar, ligin en fazla kazanan takımı olmuş, şampiyon Galatasaray'dan da 221 milyon TL daha fazla gelir elde etmişti.

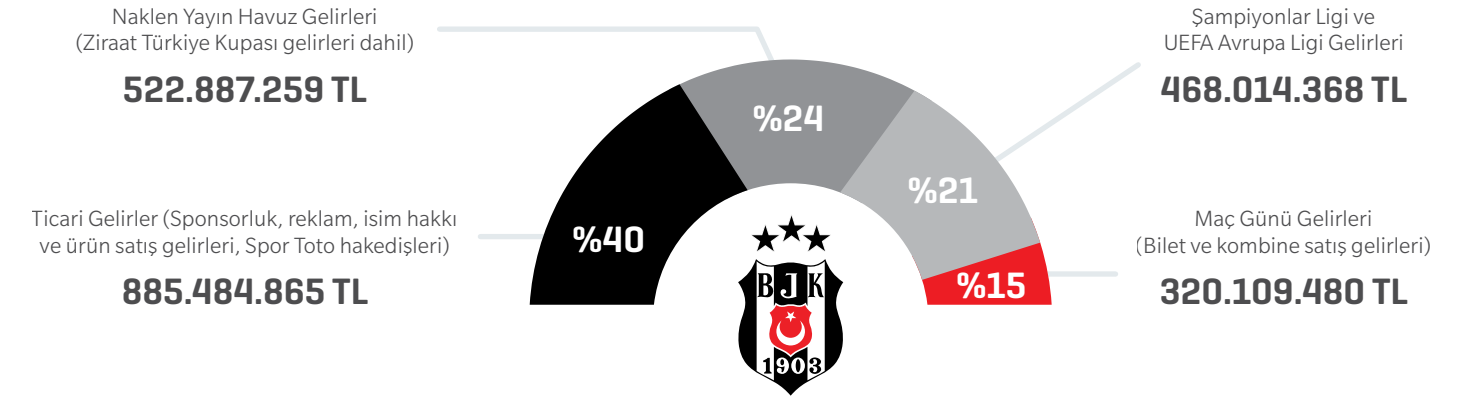
Zirveyi Galatasaray'a devretti

2018-2019 sezonunda Beşiktaş'ın bir önceki sezona oranla gelirlerinde %15 azalma olmuş, siyah beyazlılar zirveyi Galatasaray'a bırakmıştır. Beşiktaş, 622,7 milyon TL geliriyle 4 büyükler arasındaki yarışta 3. sıraya gerilemiştir.

2017-2018 Futbol Sezonu Gelir Kalemleri	Toplam
Naklen Yayın Havuz Gelirleri	135.856.700 TL
Şampiyonlar Ligi ve UEFA Avrupa Ligi Gelirleri	208.213.926 TL
Ticari Gelirler (Sponsorluk, reklam, isim hakkı ve ürün satış gelirleri, Spor Toto hakedişleri)	279.468.568 TL
Maç Günü Gelirleri (Bilet ve kombine satış gelirleri)	105.622.607 TL
Toplam Gelir	729.161.801 TL

2018-2019 Futbol Sezonu Gelir Kalemleri	Toplam
Naklen Yayın Havuz Gelirleri	181.304.510 TL
Şampiyonlar Ligi ve UEFA Avrupa Ligi Gelirleri	74.775.714 TL
Ticari Gelirler (Sponsorluk, reklam, isim hakkı ve ürün satış gelirleri, Spor Toto hakedişleri)	269.044.927 TL
Maç Günü Gelirleri (Bilet ve kombine satış gelirleri)	97.577.837 TL
Toplam Gelir	622.702.988 TL

Beşiktaş'ın son 4 futbol sezonundaki gelirlerinin toplamı ve yüzdesel dağılımları





Sponsorluk ve reklam gelirleri %10 oranında artış gösterdi

Beşiktaş'ın ticari gelirleri içerisinde önemli paya sahip olan sponsorluk ve reklam gelirleri 2018-2019 futbol sezonunda %10 oranında artış göstererek 72,9 milyon TL'den 80,5 milyon TL'ye ulaşmıştır.

Lisanslı ürün satış gelirleri 113,5 milyon TL

Beşiktaş'ın 1 Haziran 2018 - 31 Mayıs 2019 tarihleri arasında başta Kartal Yuvası Mağazaları'ndaki satışlar olmak üzere, forma ve lisanslı ürünlerin satışlarından elde ettiği gelirlerin toplamı 113,5 milyon TL olmuştur.

UEFA Şampiyonlar Ligi ve Avrupa Ligi gelirlerinde 133 milyon TL düşüş oldu

2016-2017 futbol sezonunda 145,4 milyon TL, 2017-2018 futbol sezonunda 208,2 milyon TL olmak üzere UEFA Şampiyonlar Ligi ve Avrupa Ligi'nden 2 sezonda toplam 353,6 milyon TL kazanan Beşiktaş'ın 2018-2019 futbol sezonunda en çok azalan geliri, Avrupa arenasından elde ettiği gelir olmuştur. Bir önceki sezona oranla 133 milyon TL gelir kaybı yaşayan Beşiktaş, UEFA Şampiyonlar Ligi ve Avrupa Ligi gelirlerinden sadece 74,7 milyon TL kazanmıştır.

2016-2017 ve 2017-2018 futbol sezonlarının finansal tablolarında kulübün ticari gelirlerinden sonra en büyük 2. gelir kalemi olarak yer alan UEFA Şampiyonlar Ligi ve Avrupa Ligi gelirleri, 2018-2019 sezonunda sadece ticari gelirlerin değil, maç günü gelirleri ve naklen yayın gelirlerinin de gerisinde kalmıştır.

Naklen yayın gelirleri %33 artış gösterdi

2017-2018 futbol sezonunda naklen yayın gelirlerinden 135,8 milyon TL gelir elde eden Beşiktaş, 2018-2019 futbol sezonunda yayın gelirlerini %33 oranında artırarak 181,3 milyon TL'ye ulaştırmıştır. Siyah beyazlılar, 2015-2016 futbol sezonunda 98,5 milyon TL olan yayın gelirlerini 4 sezon içerisinde neredeyse 2 katına çıkararak ligin yayın gelirlerinde en fazla kazanan ekiplerinden biri olmuştur.

Maç günü gelirleri %8 azaldı

2018-2019 futbol sezonunda Beşiktaş'ın Vodafone Park'taki seyirci ortalaması 29.562'den 28.887'ye gerilerken, maç günü gelirlerinde de %8 oranında bir azalma gerçekleşmiştir. Kulübün 2017-2018 futbol sezonunda 105,6 milyon TL olan maç günü gelirleri, 2018-2019 sezonunda 97,5 milyon TL'ye düşmüştür.

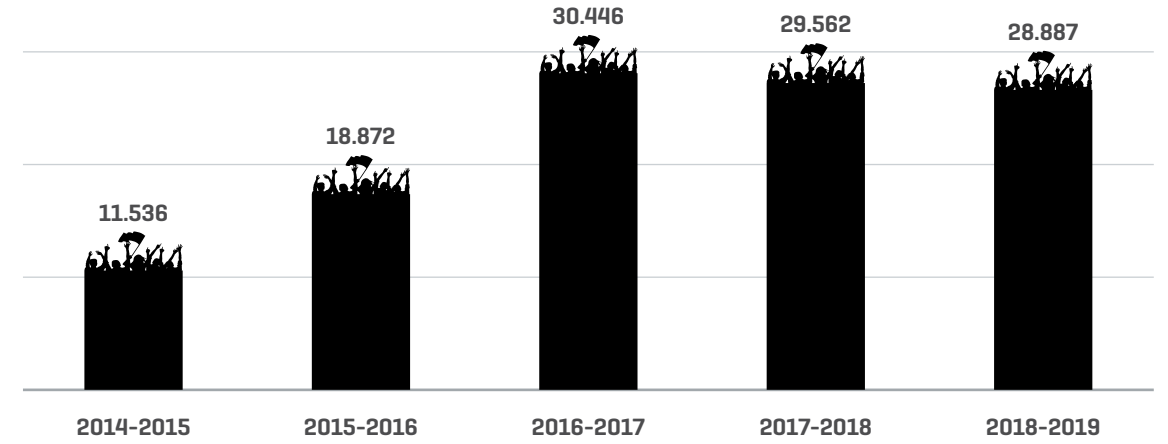
Re-Sale (yeniden bilet satışı) ile ek kaynak yaratıldı

Futbol taraftarlarının gidemedikleri maçların biletlerini yeniden satışa sunarak hem kendilerinin hem de kulüplerinin kazandığı Re-Sale uygulaması, Türk futbolunda ilk kez 2016-2017 futbol sezonunda, Vodafone Park'ın açılışı ile birlikte Beşiktaş Kulübü tarafından başlatılmıştır. Avrupa futbolunda uzun yıllardır uygulanan ve karaborsa karşısında alternatif ve yasal bir çözüm getiren bu uygulama ile 70 bine yakın bileti yeniden satışa sunan Beşiktaş Kulübü, son 3 sezonda 7,5 milyon TL ek gelir elde etmiştir.





Beşiktaş'ın 2014-2015 ile 2018-2019 futbol sezonları arasındaki seyirci ortalamaları



2016-2017 futbol sezonunda ortalama bilet fiyatı 177,86 TL olan siyah beyazlı ekibin, 2017-2018 futbol sezonunda bilet fiyatları 154,16 TL'ye düşmüştür. 2018-2019 futbol sezonunda Süper Lig'in en fazla bilet satışı gerçekleştiren 3 kulübünden biri olan Beşiktaş'ın ortalama bilet fiyatı 158,96 TL olurken, biletlerin %84'ü www.passo.com.tr internet sitesi ve Passo Mobil Uygulaması üzerinden satın alınmıştır.

En fazla seyircili maçlar Galatasaray derbileri

Son iki sezonun şampiyonluk yarışındaki rekabet etkisiyle Beşiktaş'ın en fazla seyircili maçları Galatasaray derbileri olurken, Vodafone Park'taki Beşiktaş-Galatasaray derbisine 2017-2018 sezonunda 39.492, 2018-2019 sezonunda ise 39.485 futbolsever gitmiştir. Siyah beyazlı ekip sadece Fenerbahçe, Galatasaray ve Trabzonspor ile oynadığı maçların bilet satışları ve Re-Sale uygulamasından 2018-2019 sezonunda 7 milyon TL'nin üzerinde gelir elde etmiştir.

Fenerbahçe A.Ş.

2017-2018 sezonunda Süper Lig'i 2. sırada tamamlayan Fenerbahçe, 2018-2019 sezonunda sportif anlamda başarılı bir performans ortaya koyamamış olsa da, taraftar desteği ile dikkat çekmiştir. Tribünlerdeki seyirci sayısının maç günü gelirlerinde yarattığı pozitif etki başta olmak üzere lisanslı ürün satış gelirleri, sponsorluk ve reklam gelirlerindeki yükseliş sarı lacivertlilerin finansal tablolarına %35'lik gelir artışı olarak yansımıştır.

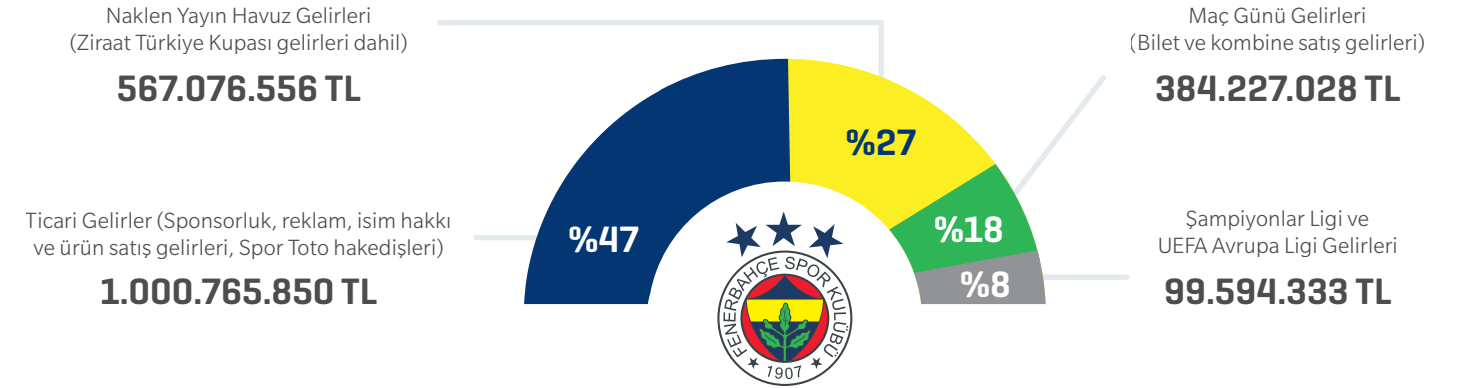
2017-2018 Futbol Sezonu Gelir Kalemleri	Toplam
Naklen Yayın Havuz Gelirleri (Ziraat Türkiye Kupası gelirleri dahil)	169.742.915 TL
Şampiyonlar Ligi ve UEFA Avrupa Ligi Gelirleri	8.034.631 TL
Ticari Gelirler (Sponsorluk, reklam, isim hakkı ve ürün satış gelirleri, Spor Toto hakedişleri)	254.409.283 TL
Maç Günü Gelirleri (Bilet ve kombine satış gelirleri)	82.071.799 TL
Toplam Gelir	514.258.628 TL

2018-2019 Futbol Sezonu Gelir Kalemleri	Toplam
Naklen Yayın Havuz Gelirleri (Ziraat Türkiye Kupası gelirleri dahil)	166.302.030 TL
Şampiyonlar Ligi ve UEFA Avrupa Ligi Gelirleri	70.270.486 TL
Ticari Gelirler (Sponsorluk, reklam, isim hakkı ve ürün satış gelirleri, Spor Toto hakedişleri)	317.826.178 TL
Maç Günü Gelirleri (Bilet ve kombine satış gelirleri)	139.904.553 TL
Toplam Gelir	694.303.247 TL

Ligde altıncı, gelirlerde ikinci sırada

2017-2018 futbol sezonunda gelirleri toplamı 514,2 milyon TL olan Fenerbahçe, 2018-2019 futbol sezonu sonunda ligi 6. sırada tamamlamış olsa da gelirlerini 694,3 milyon TL'ye çıkarmış, şampiyon Galatasaray'dan sonra Süper Lig'in en fazla gelir elde eden ikinci takımı olmuştur.

Fenerbahçe'nin son 4 futbol sezonundaki gelirlerinin toplamı ve yüzdesel dağılımları





Forma göğüs sponsorluğu 35,5 milyon TL

Fenerbahçe, 2018-2019 futbol sezonunun 9. hafta maçları öncesinde, Otokoç Otomotiv bünyesinde faaliyet gösteren araç kiralama firması Avis ile forma göğüs sponsorluğu anlaşması imzalamıştır. 2018-2019 futbol sezonunda başlayan ve 1+1 yıllık olan sözleşmeden sarı lacivertli ekibin sezon başına kazanacağı sponsorluk bedeli 35,5 milyon TL'dir.

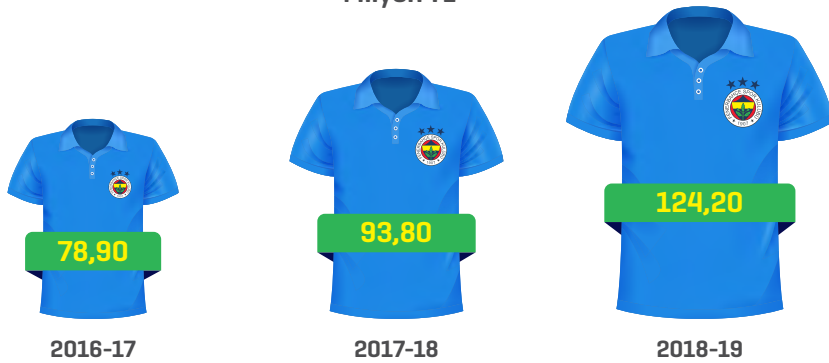
Şort sponsorluğu 1,2 milyon Euro

Fenerbahçe, Futbol A Takımı'nın şort sponsorluğu için Koç Grubu'nun enerji şirketlerinden biri olan Aygaz'dan sezon başına 1,2 milyon Euro gelir elde etmektedir.

Fenerbahçe'nin 2017-2018 futbol sezonunda 254,4 milyon TL olan ticari gelirleri 2018-2019 sezonunda %25 oranında artarak 317,8 milyon TL'ye yükselmiştir.

Fenerbahçe'nin son 3 sezonda lisanslı ürün satışlarında elde ettiği gelirler

- Milyon TL -



Naklen yayın gelirleri azaldı

2017-2018 futbol sezonunda Ziraat Türkiye Kupası'nda final oynayan Fenerbahçe, kupa gelirleri de dahil olmak üzere Süper Lig'in naklen yayın gelir havuzundan 170 milyon TL'ye yakın kazanç sağlayarak, 18 takım arasında naklen yayın gelirleri en fazla olan takım ünvanını elde etmişti. 2018-2019 futbol sezonunda Süper Lig'i 6. sırada tamamlayan, Ziraat Türkiye Kupası'nda ise son 16 turunda elenen sarı lacivertli ekip, yayın gelirlerini %2 oranında düşürerek 166,3 milyon TL gelir elde etmiştir.

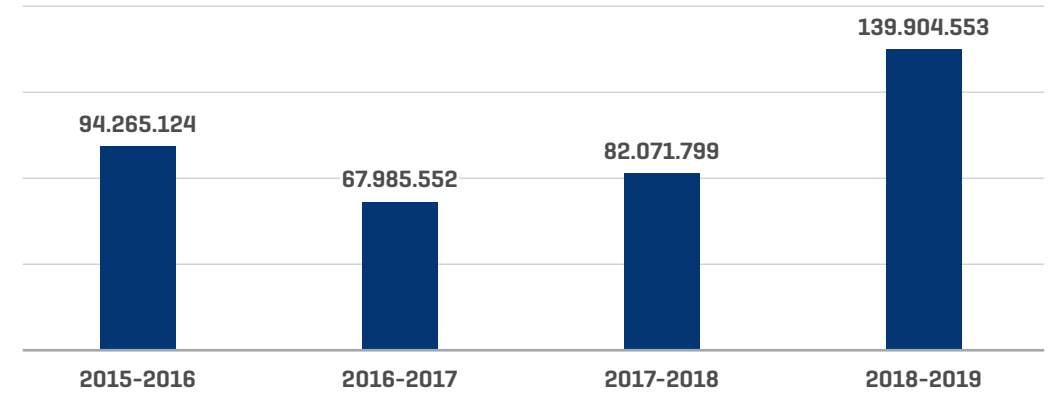
Maç günü gelirleri %70 artış gösterdi

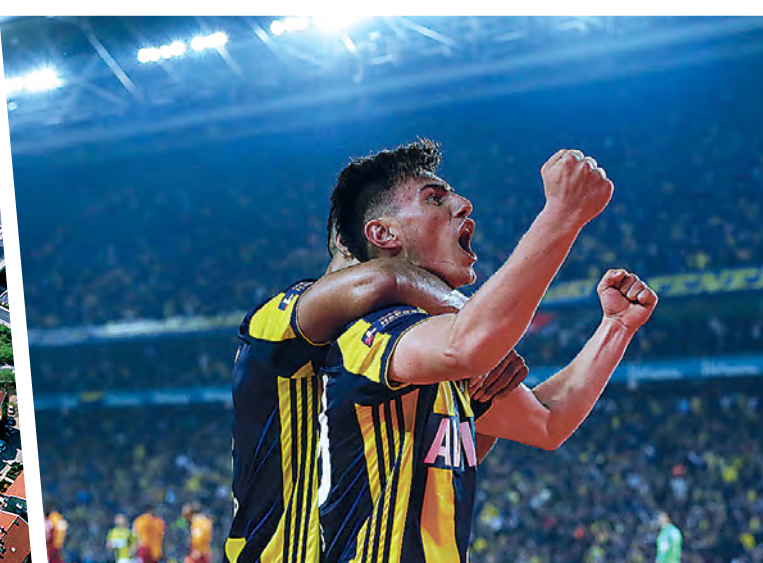
Fenerbahçe'nin son iki futbol sezonunda en fazla oranda artış gösteren gelir kalemi maç günü gelirleri olmuştur. 2017-2018 futbol sezonunda Kadıköy'deki iç saha maçlarını 29.035 seyirci ortalaması ile oynayan kulüp, Haziran 2018'de Ali Koç'un başkan seçilmesiyle birlikte tribünlerde de ciddi bir ivme yakalamıştır.

2018-2019 sezonu boyunca sportif başarıdan bağımsız olarak, her maçta tribünlerdeki seyirci desteği ile dikkat çeken sarı lacivertliler, seyirci ortalamasını %21 oranında yükselişle birlikte 35.038'e ulaştırmış, maç günü gelirlerinde de %70 oranında artış elde etmiştir. Kulübün 2017-2018 futbol sezonunda 82 milyon TL olan maç günü gelirleri, 2018-2019 sezonunda 140 milyon TL'ye yaklaşmıştır.

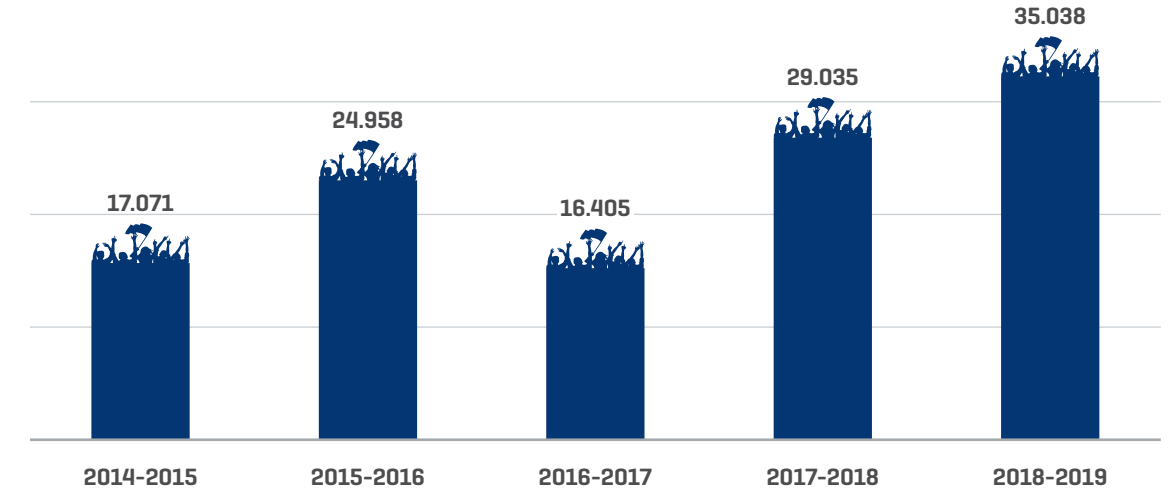
Fenerbahçe'nin son 4 futbol sezonundaki maç günü gelirleri

- TL -





Fenerbahçe'nin 2014-2015 ile 2018-2019 futbol sezonları arasındaki seyirci ortalamaları



Cep telefonu ile en çok maça giriş oranı Fenerbahçe tribünlerinde

Ülker Stadyumu Fenerbahçe Şükrü Saracoğlu Spor Kompleksi, 2018-2019 futbol sezonunun lig maçlarında 600.000'e yakın futbolseveri ağırlarken, taraftarların %35'i stadyum girişlerinde cep telefonlarını kullanmıştır. Passo Mobil Uygulaması'nı kullanarak stadyuma giriş yapan Fenerbahçeliler, cep telefonu ile stadyuma girişte Süper Lig'in diğer 17 kulübünün taraftarlarını geride bırakmıştır.

Biletlerin %86'sı Passo.com.tr ve Passo Mobil Uygulaması üzerinden satın alındı

2018-2019 futbol sezonunda 38 bine yakın sezonluk kombine satışı gerçekleştiren Fenerbahçe'nin lig maçları için satılan biletlerinin %86'sı www.passo.com.tr web sitesi ve Passo Mobil Uygulaması üzerinden alınmıştır.

Fenerbahçe'nin 2017-2018 futbol sezonundaki iç saha maçlarında 86,21 TL olan bilet başına ortalama geliri, 2018-2019 futbol sezonunda %46 oranında artarak 126 TL'ye yükselmiştir.

Galatasaray A.Ş.

Son iki futbol sezonunda elde ettiği 2 lig şampiyonluğu, 1 Ziraat Türkiye Kupası ve 1 TFF Süper Kupa şampiyonluğu ile Galatasaray, Türk futbolunun en fazla kupa kazanan takımı olmayı sürdürürken, finansal tablolarda da ligin zirvesine oturmuştur.

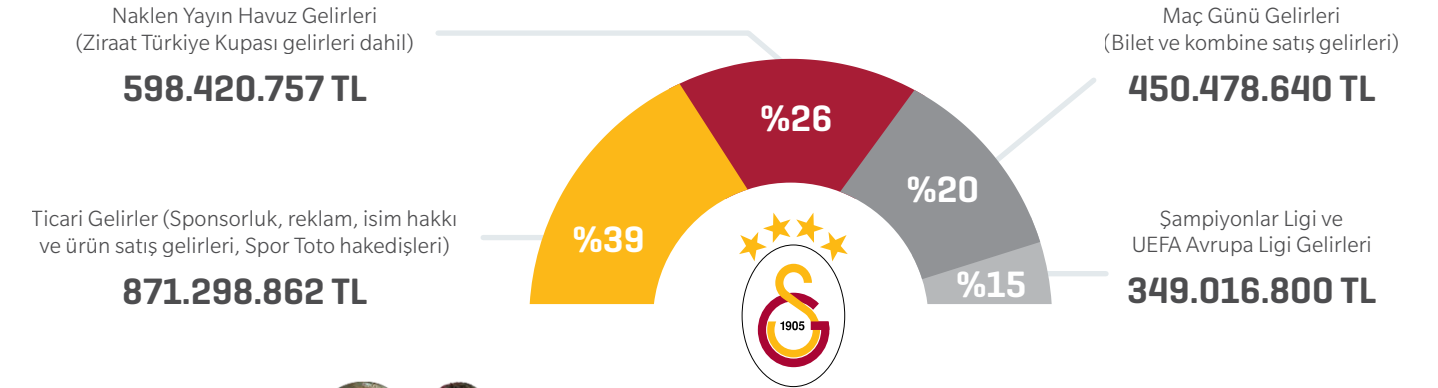
Hem sahada hem gelirlerde şampiyon

2017-2018 futbol sezonunda gelirlerini %49 oranında artırarak 347,2 milyon TL'den 517,5 milyon TL'ye çıkaran Galatasaray, 2018-2019 futbol sezonunda da finansal tablolardaki yükselişine devam etmiştir. Toplam gelirlerinde %76 oranında bir artış elde ederek 908,5 milyon TL kazanan sarı kırmızılılar, hem saha içerisinde hem de gelir yarışında zirvenin tek sahibi olmuştur.

2017-2018 Futbol Sezonu Gelir Kalemleri	Toplam
Naklen Yayın Havuz Gelirleri (Ziraat Türkiye Kupası gelirleri dahil)	169.019.381 TL
Şampiyonlar Ligi ve UEFA Avrupa Ligi Gelirleri	1.001.340 TL
Ticari Gelirler (Sponsorluk, reklam, isim hakkı ve ürün satış gelirleri, Spor Toto hakedişleri)	219.021.291 TL
Maç Günü Gelirleri (Bilet ve kombine satış gelirleri)	128.551.267 TL
Toplam Gelir	517.593.279 TL

2018-2019 Futbol Sezonu Gelir Kalemleri	Toplam
Naklen Yayın Havuz Gelirleri (Ziraat Türkiye Kupası gelirleri dahil)	231.059.534 TL
Şampiyonlar Ligi ve UEFA Avrupa Ligi Gelirleri	231.974.127 TL
Ticari Gelirler (Sponsorluk, reklam, isim hakkı ve ürün satış gelirleri, Spor Toto hakedişleri)	279.659.066 TL
Maç Günü Gelirleri (Bilet ve kombine satış gelirleri)	165.896.861 TL
Toplam Gelir	908.589.588 TL

Galatasaray'ın son 4 futbol sezonundaki gelirlerinin toplamı ve yüzdesel dağılımları





Ziraat Türkiye Kupası şampiyonluğundan 7,3 milyon TL gelir elde edildi

2018-2019 futbol sezonunda 18. kez Ziraat Türkiye Kupası'nı müzesine götüren Galatasaray, turnuvadan toplam 7,3 milyon TL gelir elde etmiştir.

Sponsorluk, isim hakkı ve reklam gelirleri %43 artış gösterdi

2017-2018 futbol sezonunda 124 milyon TL olan Galatasaray'ın sponsorluk, isim hakkı ve reklam gelirleri, 2018-2019 sezonunda 177,7 milyon TL'ye yükselmiştir.

Naklen yayın gelirlerinde de lig şampiyonu

2017-2018 futbol sezonunda Ziraat Türkiye Kupası gelirleri de dahil olmak üzere toplam 169 milyon TL yayın geliri elde eden Galatasaray, 2018-2019 futbol sezonundaki 231 milyon TL geliriyle Süper Lig'in en fazla yayın geliri elde eden kulübü olmuştur.

Derbi maçını 84 ülke canlı yayınladı

2018-2019 futbol sezonunun 11. haftasında, Ali Sami Yen Spor Kompleksi Türk Telekom Stadyumu'nda oynanan ve tribünlerde 49.392 kişinin yer aldığı Galatasaray-Fenerbahçe derbisi, 5 farklı kıtadan 84 ülkede canlı yayınlanmıştır.

UEFA Şampiyonlar Ligi ve Avrupa Ligi gelirleri 200 milyon TL'yi geçti

2017-2018 futbol sezonunu lig şampiyonu olarak tamamlayarak, 2018-2019 futbol sezonunda UEFA Şampiyonlar Ligi'ne doğrudan katılan Galatasaray, Avrupa Arenası'ndan elde ettiği gelirlerde müthiş bir yükseliş yakalamıştır. 2017-2018 futbol sezonunda Şampiyonlar Ligi ve UEFA Avrupa Ligi gelirleri 1 milyon TL olan sarı kırmızılılar, 2018-2019 sezonunda gelirlerini 231,9 milyon TL'ye çıkararak rakipleri ile olan finansal yarışta ciddi bir avantaj elde etmiştir.

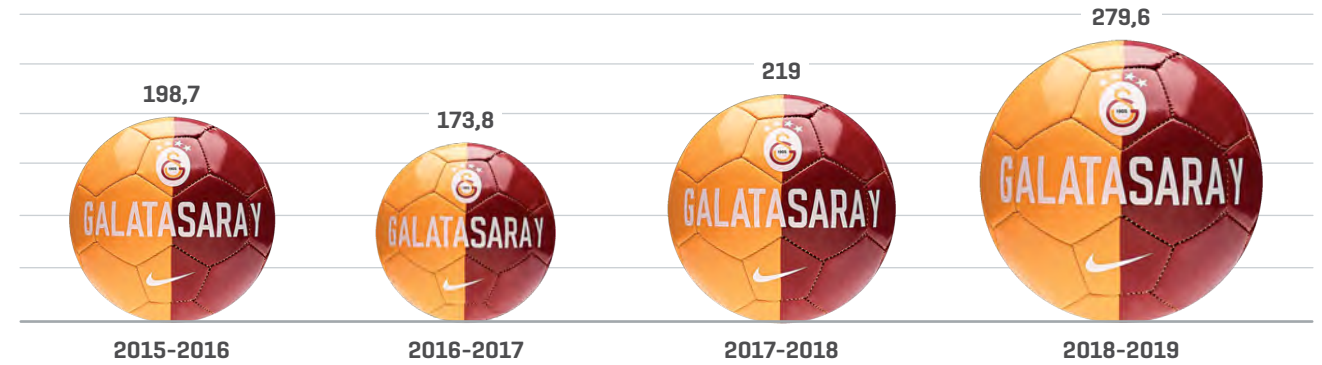


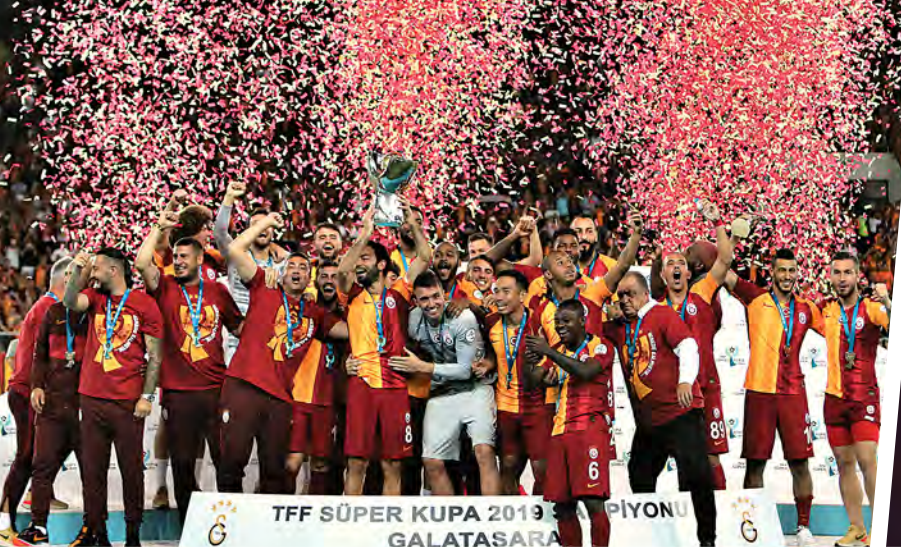
En büyük pay ticari gelirlerin

Başta sponsorluk ve reklam gelirleri olmak üzere mağaza satış gelirleri, isim hakkı ve diğer mağazacılık faaliyetlerini kapsayan ticari gelirler, Galatasaray'ın 900 milyon TL'yi geride bırakan toplam gelirleri içerisinde %31'lik pay oranı ile en büyük gelir kalemi olmuştur. Galatasaray, 2017-2018 futbol sezonunda 219 milyon TL olan ticari gelirlerini, 2018-2019 sezonu sonunda %28 oranında artırarak 279,6 milyon TL'ye ulaştırmıştır.

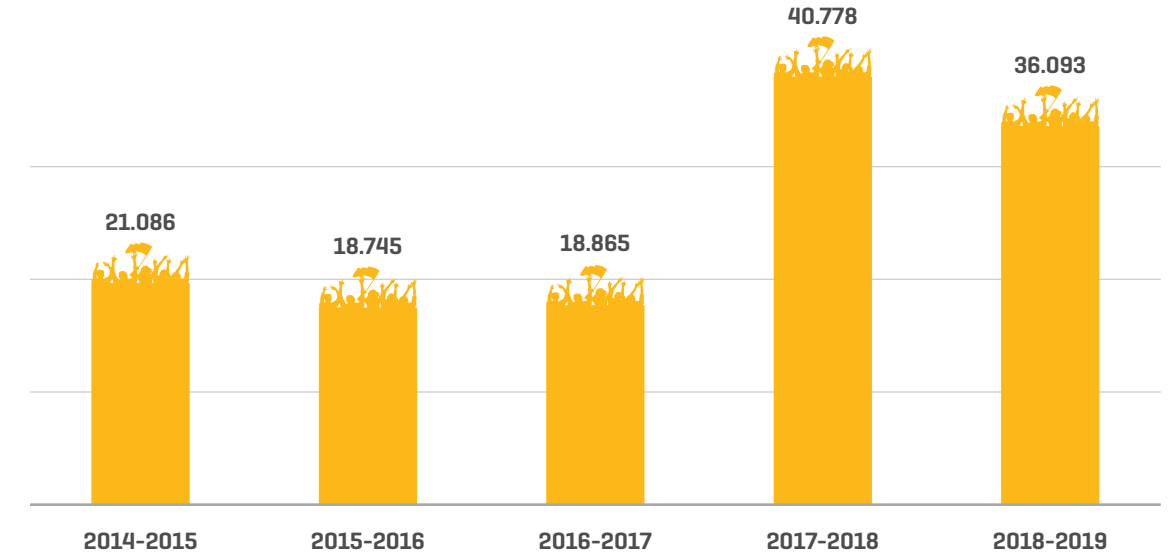
Galatasaray'ın son 4 futbol sezonundaki ticari gelirler

- Milyon TL -





Galatasaray'ın 2014-2015 ile 2018-2019 futbol sezonları arasındaki seyirci ortalamaları



Son iki sezonda Ali Sami Yen Spor Kompleksi Türk Telekom Stadyumu'ndaki lig maçlarında 1,3 milyon taraftarı ağırlayan Galatasaray, 2017-2018 futbol sezonunda 128,5 milyon TL, 2018-2019 futbol sezonunda 165,8 milyon TL olmak üzere toplam 294,3 milyon TL maç günü geliri elde etmiştir. 2017-2018 futbol sezonundaki 40.778 seyirci ortalamasıyla "Ligin en fazla seyirci ortalamasına sahip kulübü" olan sarı kırmızılı ekip, 2018-2019 sezonunda seyirci ortalamasında %11'lik bir düşüş yaşasa da Süper Lig'in en fazla seyircili ekibi olmayı sürdürmüştür.

En pahalı biletler Galatasaray'da

2018-2019 futbol sezonunda Süper Lig maçlarındaki bilet fiyat ortalamasını %49 artırarak 161,90 TL'den 242,58 TL'ye çıkartan Galatasaray, 18 takım arasında bilet fiyat ortalaması en yüksek kulüp olmuştur. Sarı kırmızılıların sezon boyunca Ali Sami Yen Spor Kompleksi'nde 41.474 seyirci ortalaması ile oynadığı 3 Şampiyonlar Ligi ve 1 Avrupa Ligi maçlarındaki bilet fiyat ortalaması ise 566 TL olarak kayıtlara geçmiştir.

Trabzonspor A.Ş.

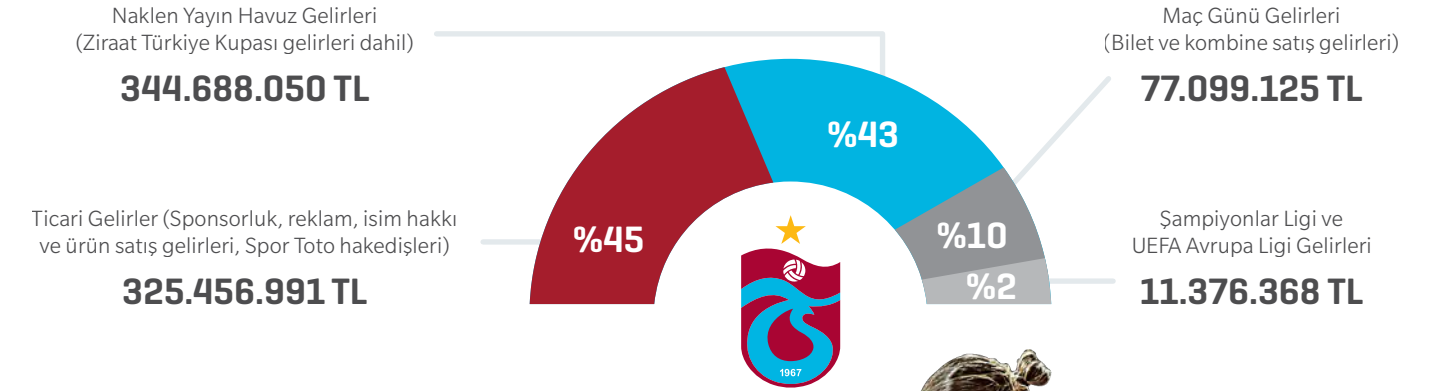
2014-2015 futbol sezonundan bu yana, Spor Toto Süper Lig'in gelirleri istikrarlı bir şekilde artış gösteren ekiplerinden biri olan Trabzonspor, 2018-2019 futbol sezonunda da finansal anlamda yükselişini sürdürmüştür. Kadrosundaki genç yetenekleri, saha içindeki takım oyunu ve başarılı performansı ile dikkat çeken Karadeniz temsilcisi, 2017-2018 futbol sezonunda 205,5 milyon TL olan maç günü, naklen yayın ve ticari gelirleri toplamını 2018-2019 futbol sezonu sonunda %55 oranında kayda değer bir artışla 318,3 milyon TL'ye çıkarmıştır.

2017-2018 Futbol Sezonu Gelir Kalemleri	Toplam
Naklen Yayın Havuz Gelirleri (Ziraat Türkiye Kupası gelirleri dahil)	95.256.402 TL
Ticari Gelirler (Sponsorluk, reklam, isim hakkı ve ürün satış gelirleri, Spor Toto hakedişleri)	78.333.671 TL
Maç Günü Gelirleri (Bilet ve kombine satış gelirleri)	31.813.893 TL
Toplam Gelir	205.403.966 TL

2018-2019 Futbol Sezonu Gelir Kalemleri	Toplam
Naklen Yayın Havuz Gelirleri (Ziraat Türkiye Kupası gelirleri dahil)	138.477.195 TL
Ticari Gelirler (Sponsorluk, reklam, isim hakkı ve ürün satış gelirleri, Spor Toto hakedişleri)	156.446.739 TL
Maç Günü Gelirleri (Bilet ve kombine satış gelirleri)	23.398.566 TL
Toplam Gelir	318.322.500 TL

Son 4 futbol sezonunda, Trabzonspor'un maç günü gelirleri, naklen yayın gelirleri ve ticari gelirleri toplamı (2015-2016 ve 2016-2017 futbol sezonlarında Avrupa Kupaları'ndan elde ettiği gelirler de dahil) 758,6 milyon TL'ye ulaşmıştır.

Trabzonspor'un son 4 futbol sezonundaki gelirlerinin toplamı ve yüzdesel dağılımları





Macron ile 3 yıllık anlaşma

Stoke City, Sporting Lizbon, Lazio, Real Sociedad gibi takımların forma üreticisi olan İtalyan spor giyim markası Macron, 2018 yılında imzalanan anlaşma ile Trabzonspor Futbol A Takımı ve altyapı takımlarının resmi teknik sponsoru olmuştur. 3 yıl devam edecek anlaşma kapsamında Macron, Trabzonspor Kulübü'ne 14 milyon TL sponsorluk bedeli ödeyecek ve 25.000 adet bedelsiz ürün verecektir.

Trabzonspor ile Intercity arasında Eylül 2018'de imzalanan sponsorluk anlaşmasına göre Intercity firmasının logosu 2020-2021 futbol sezonu sonuna kadar Trabzonspor Futbol A Takımı formalarının kolunda yer alacaktır. Yapılan sponsorluk sözleşmesinin diğer maddesine göre Intercity, Trabzonspor Kulübü'nün 3 yıl süre ile araç ihtiyacını bedelsiz olarak karşılayacaktır.

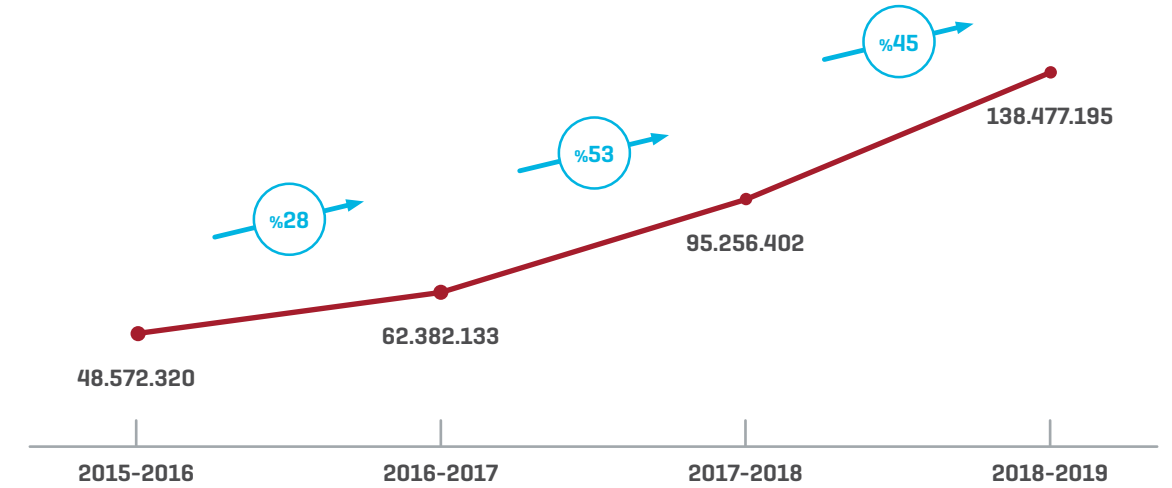
Ticari gelirler 2 katına çıktı

2018-2019 futbol sezonu sonunda Trabzonspor'un en fazla artış gösteren gelir kalemi, başta sponsorluk reklam anlaşmalarından elde edilen gelirler olmak üzere her türlü isim hakkı, marka anlaşmaları, lisanslı ürün satışlarının dahil olduğu ticari gelirlerdir. 2017-2018 futbol sezonunda ticari gelirleri 78,3 milyon TL olan Trabzonspor, 2018-2019 futbol sezonunda ticari gelirlerini 2 katına çıkararak, 156,4 milyon TL'ye ulaştırmıştır. Ticari gelirler içerisindeki en büyük pay ise 120,6 milyon TL ile reklam ve sponsorluklara aittir.

Naklen yayın gelirleri %45 oranında yükseldi

2018-2019 futbol sezonunda ligi 4. sırada bitiren Trabzonspor, naklen yayın gelirlerini de %45 oranında yükselterek 95,2 milyon TL'den 138,4 milyon TL'ye çıkarmıştır.

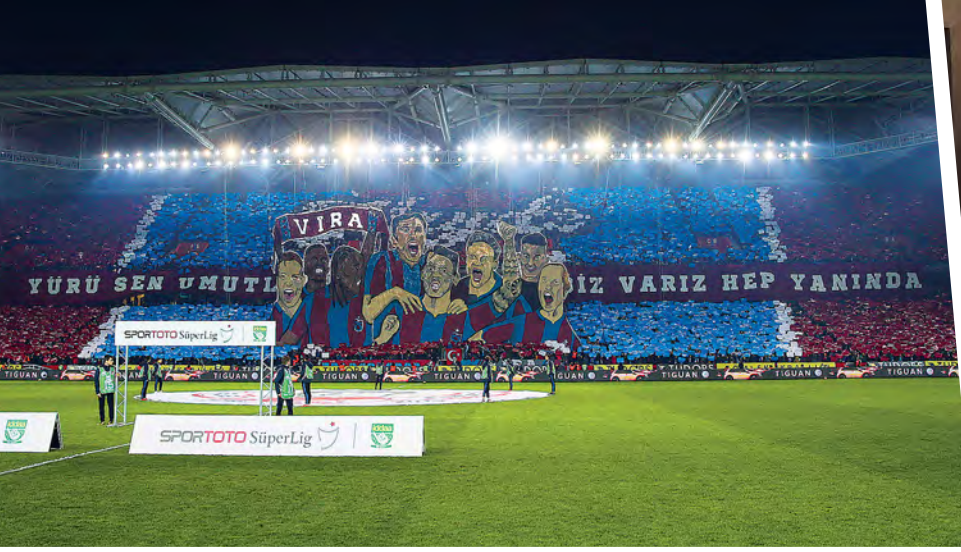
Trabzonspor'un son 4 sezondaki naklen yayın gelirleri ve artış oranları
- TL -



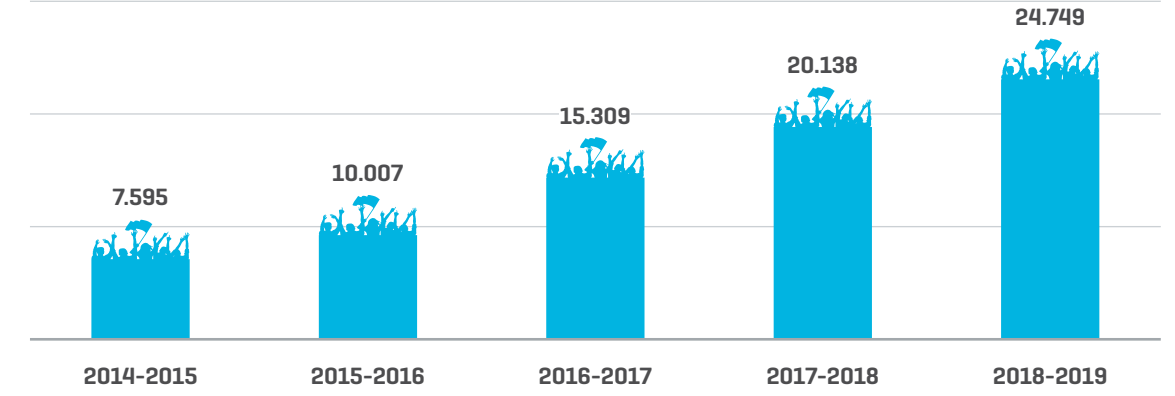
Son 2 sezonda 763.092 kişi stadyumda lig maçlarını izledi

Trabzonspor'un 2017-2018 ve 2018-2019 futbol sezonlarında, Şenol Güneş Spor Kompleksi'nde oynadığı lig maçlarını toplam 763.092 futbolsever tribünlerde izlemiştir. Bordo mavili ekip, 2017-2018 futbol sezonunda 20.138 olan seyirci ortalamasını 2018-2019 futbol sezonunda %23 oranında artışla 24.749'a çıkarmıştır.





Trabzonspor'un 2014-15 ile 2018-19 futbol sezonları arasındaki seyirci ortalamaları



Ortalama maç bilet fiyatı 46 TL

Trabzonspor, 2017-2018 sezonunda olduğu gibi 2018-2019 sezonunda da Süper Lig'in ortalama bilet fiyatından daha uygun bir bilet fiyat politikası tercih etmiştir. Şenol Güneş Spor Kompleksi'ndeki Süper Lig maçlarında sezon boyunca ortalama 46 TL'ye maç bileti satışı gerçekleştiren Karadeniz temsilcisi (2017-2018 futbol sezonunda ortalama bilet fiyatı 49,50 TL idi), ligin bu anlamda en uygun fiyatlı bilet satan kulüplerinden biri olmuştur.

Biletlerin %76'sı Passo.com.tr ve Passo Mobil Uygulaması üzerinden satın alındı

2018-2019 futbol sezonunda Trabzonspor'un Süper Lig maçları için satışa sunulan 200 bine yakın biletinin %76'sı www.passo.com.tr internet sitesi ve Passo Mobil Uygulaması üzerinden satın alınmıştır. Taraftarların maç günü stadyum gişeleri ve diğer satış kanallarından bilet alım tercihlerinin yüzdesi ise %24 olarak kayıtlara geçmiştir.



%41

Passo Mobil Uygulaması üzerinden satın alınan maç biletleri



%35

www.passo.com.tr web sitesi üzerinden satın alınan maç biletleri



%24

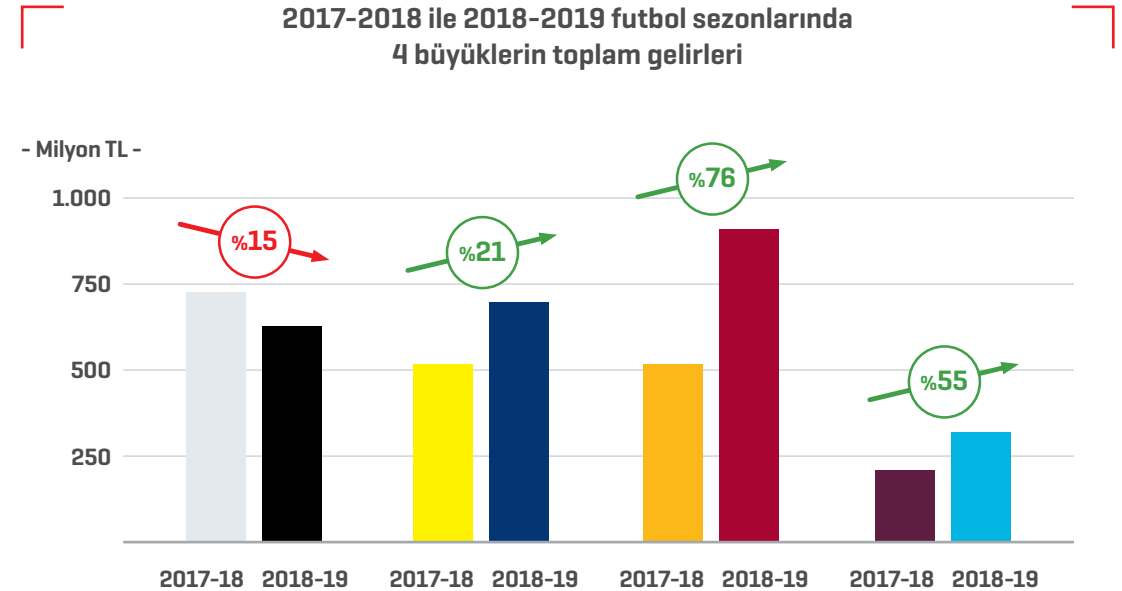
Stadyum gişeleri ve diğer satış kanalları üzerinden satın alınan maç biletleri

Genel Değerlendirme

4 büyüklerin gelirleri 2,5 milyar TL'ye ulaştı

Süper Lig'in son yıllarda elde ettiği finansal büyümede en büyük payı olan Beşiktaş, Fenerbahçe, Galatasaray ve Trabzonspor kulüplerinin geride bıraktığımız iki futbol sezonunda saha içindeki rekabetleri kadar birbirleriyle olan gelir yarışları da dikkat çekmiştir. 2017-2018 futbol sezonunu 729,1 milyon TL ile lider tamamlayan Beşiktaş, zirveyi 2018-2019 sezonunda Galatasaray'a devrederken sarı kırmızılılar 900 milyon TL'yi geçen gelirleriyle Süper Lig'in hem sahada hem de finansal yarışta şampiyon takımı olmuş, Fenerbahçe ve Trabzonspor ise finansal anlamda yükselişlerine devam etmiştir.

4 büyüklerin 2017-2018 futbol sezonunda 1 milyar 966 milyon TL olan gelirleri toplamı, 2018-2019 futbol sezonunda %29 oranında artışla 2 milyar 543 milyon TL'ye ulaşmıştır.



Son iki sezonda 1,4 milyar TL gelirle lig şampiyonu

Galatasaray, UEFA Şampiyonlar Ligi'nden elde ettiği gelirin de etkisiyle 2018-2019 futbol sezonunda toplam gelirlerini 400 milyon TL'ye yakın bir artışla 908,5 milyon TL'ye çıkarmıştır. Son iki sezonda elde ettiği 1,4 milyar TL gelirle sarı kırmızılılar, 4 büyük futbol kulübü arasında finansal tablolarla en fazla kazanan kulüp olmuştur.

Fenerbahçe, finansal tablolarla 2. sıraya yükseldi

2017-2018 futbol sezonundaki 514,2 milyon TL geliri ile 4 büyükler arasındaki gelir sıralamasında 3. sırada olan Fenerbahçe, 2018-2019 sezonunda gelirlerini %35 oranında artırarak 694,3 milyon TL'ye çıkarmış ve gelir sıralamasında 2. olmuştur. Sarı lacivertliler, son iki sezonun genel toplamında elde ettiği gelirlerle de Galatasaray'dan sonra 4 büyükler arasında en fazla kazanan 2. futbol kulübüdür.

Zirveden 3. sıraya

2017-2018 sezonunda 729,1 milyon TL geliri ile 4 büyükler arasında en fazla kazanan takım olan Beşiktaş, 2018-2019 futbol sezonunda gelirlerindeki %15'lik azalma ile birlikte 4 büyüklerin finansal tablolarındaki yarışında 3. sıraya gerilemiştir.

%55 oranında gelir artışı

Trabzonspor, 2018-2019 futbol sezonunda Galatasaray'dan sonra yüzdesel anlamda gelirlerini en çok artıran futbol kulübü olmuştur. Bordo mavili ekip, 2017-2018 futbol sezonunda 205,4 milyon TL olan gelirlerini %55'lik bir artışla 318,3 milyon TL'ye ulaştırmıştır.

2015-2016 Futbol Sezonu	Gelir Kalemi	Galatasaray A.Ş.	Fenerbahçe A.Ş.	Beşiktaş A.Ş.	Trabzonspor A.Ş.	4 Büyüklerin Sezon İçindeki Gelirleri Toplamı
	Naklen Yayın Havuz Gelirleri [Ziraat Türkiye Kupası gelirleri dahil]	96.740.969 TL	116.632.817 TL	98.589.897 TL	48.572.320 TL	
	Şampiyonlar Ligi ve UEFA Avrupa Ligi Gelirleri	107.812.374 TL	45.069.859 TL	39.589.897 TL	5.688.184 TL	
	Ticari Gelirler (Sponsorluk, reklam, isim hakkı ve ürün satış gelirleri, Spor Toto hakedişleri vb.)	198.727.661 TL	220.469.910 TL	138.383.827 TL	24.126.306 TL	
	Maç Günü Gelirleri [Bilet ve kombine satış gelirleri]	92.493.457 TL	94.265.124 TL	46.909.390 TL	3.098.397 TL	
	Toplam Gelir	495.774.461 TL	476.437.710 TL	323.473.011 TL	81.485.207 TL	1.377.170.389 TL

2016-2017 Futbol Sezonu	Gelir Kalemi	Beşiktaş A.Ş.	Fenerbahçe A.Ş.	Galatasaray A.Ş.	Trabzonspor A.Ş.	4 Büyüklerin Sezon İçindeki Gelirleri Toplamı
	Naklen Yayın Havuz Gelirleri [Ziraat Türkiye Kupası gelirleri dahil]	107.136.152 TL	114.398.794 TL	101.600.873 TL	62.382.133 TL	
	Şampiyonlar Ligi ve UEFA Avrupa Ligi Gelirleri	145.434.831 TL	46.489.843 TL	8.228.959 TL	—	
	Ticari Gelirler (Sponsorluk, reklam, isim hakkı ve ürün satış gelirleri, Spor Toto hakedişleri vb.)	198.587.543 TL	208.060.479 TL	173.890.844 TL	66.550.275 TL	
	Maç Günü Gelirleri [Bilet ve kombine satış gelirleri]	69.999.646 TL	67.985.552 TL	63.537.055 TL	18.788.269 TL	
	Toplam Gelir	521.158.172 TL	436.934.668 TL	347.257.731 TL	147.720.677 TL	1.453.071.248 TL

2017-2018 Futbol Sezonu	Gelir Kalemi	Beşiktaş A.Ş.	Galatasaray A.Ş.	Fenerbahçe A.Ş.	Trabzonspor A.Ş.	4 Büyüklerin Sezon İçindeki Gelirleri Toplamı
	Naklen Yayın Havuz Gelirleri [Ziraat Türkiye Kupası gelirleri dahil]	135.856.700 TL	169.019.381 TL	169.742.915 TL	95.256.402 TL	
	Şampiyonlar Ligi ve UEFA Avrupa Ligi Gelirleri	208.213.926 TL	1.001.340 TL	8.034.631 TL	—	
	Ticari Gelirler (Sponsorluk, reklam, isim hakkı ve ürün satış gelirleri, Spor Toto hakedişleri vb.)	279.468.568 TL	219.021.291 TL	254.409.283 TL	78.333.671 TL	
	Maç Günü Gelirleri [Bilet ve kombine satış gelirleri]	105.622.607 TL	128.551.267 TL	82.071.799 TL	31.813.893 TL	
	Toplam Gelir	729.161.801 TL	517.593.279 TL	514.258.628 TL	205.403.966 TL	1.966.417.674 TL

2018-2019 Futbol Sezonu	Gelir Kalemi	Galatasaray A.Ş.	Fenerbahçe A.Ş.	Beşiktaş A.Ş.	Trabzonspor A.Ş.	4 Büyüklerin Sezon İçindeki Gelirleri Toplamı
	Naklen Yayın Havuz Gelirleri [Ziraat Türkiye Kupası gelirleri dahil]	231.059.534 TL	166.302.030 TL	181.304.510 TL	138.477.195 TL	
	Şampiyonlar Ligi ve UEFA Avrupa Ligi Gelirleri	231.974.127 TL	70.270.486 TL	74.775.714 TL	—	
	Ticari Gelirler (Sponsorluk, reklam, isim hakkı ve ürün satış gelirleri, Spor Toto hakedişleri vb.)	279.659.066 TL	317.826.178 TL	269.044.927 TL	156.446.739 TL	
	Maç Günü Gelirleri [Bilet ve kombine satış gelirleri]	165.896.861 TL	139.904.553 TL	97.577.837 TL	23.398.566 TL	
	Toplam Gelir	908.589.588 TL	694.303.247 TL	622.702.988 TL	318.322.500 TL	2.543.918.323 TL

SON 4 SEZONDA SÜPER LİG PASTASI 2 MİLYAR TL'DEN 4,2 MİLYAR TL'YE ULAŞTI



En fazla gelir naklen yayınlardan elde edildi

2015-2016 futbol sezonunda maç günü gelirleri, naklen yayın gelirleri ve ticari gelirleri toplamı 2 milyar TL olan Süper Lig'in 2018-2019 futbol sezonu sonu itibarıyla toplam gelirleri 4,2 milyar TL'ye ulaşmıştır. 4 sezon toplamında 11 milyar TL kazanan Süper Lig'de, 5,2 milyar TL ile naklen yayın gelirleri en büyük paya sahip gelir kalemi olurken yayın gelirlerini ticari gelirler takip etmiş ve maç günü gelirleri de 3. sırada yer almıştır.

spora **aktif** destek

Türkiye'nin en büyük özel sermayeli yatırım bankası Aktif Bank, spor yatırımlarına olan finansal desteğiyle spora en büyük katkıyı sağlayan kurumlardan biri haline gelmiştir. Türk sporuna çok yönlü katkıda bulunmayı hedefleyen Aktif Bank'ın, bugüne kadar yaptığı altyapı destekleri ve sponsorluk faaliyetleri 150 milyon Dolar'a ulaşmaktadır. Bununla birlikte spor finansmanı alanında çalışmalarını yürüttüğü son 5 yıl içinde 19 spor kulübüne 3 milyar TL'nin üzerinde kaynak aktarmıştır. Aktif Bank ayrıca Vodafone Stadyumu inşaatının finansmanını sağlayarak ve Türkiye'deki birçok stadın e-bilet, kamera, turnike sistemi dönüşüm entegrasyonunu gerçekleştirerek, büyük spor yatırımlarının hayata geçirilmesi görevini üstlenmiştir. Aktif Bank, sporda, özellikle de futbolda sürdürülebilir başarıların mali disiplin ve doğru finansal yönetim modelleri oluşturmaktan geçtiği inancıyla, kulüplerin uzun vadeli yatırımlarına finansman yaratacak kaynaklar oluşturmayı, kulüplerin gelir kaynaklarını çeşitlendirmeyi, finansal riskleri bertaraf edecek uygun çözümler üretmeyi sürdürecektir.

İletişim:

Ceyhun KAZANCI

Passolig
Genel Müdür

T: (0212) 340 81 20

E: sporfinansmani@aktifbank.com.tr

Serdar SÜMER

Aktif Bank
Genel Müdür

T: (0212) 340 80 00

E: sporfinansmani@aktifbank.com.tr

Aktif Bank EkoLig Raporları'na Pdf olarak aşağıdaki adresten ulaşabilirsiniz:

<http://www.aktifbank.com.tr/tr/hakkimizda/basinodasi/ekolig>



Genel Müdürlük

Büyükdere Caddesi No: 163/A Zincirlikuyu, Şişli 34394 İstanbul

T: (0212) 340 80 00 **F:** (0212) 340 88 65

0850 724 30 50 | www.aktifbank.com.tr